



TECHNICAL PROPOSALS

Proposta Tecnica N. 3/2016

PROPOSTA DI MASTER BREVE

**“MODELLI DI GESTIONE
E MODELLI DI *FUNDING* DI ENTI NON PROFIT
E IMPRESE A VOCAZIONE SOCIALE”**

Research project: LEADER 2.0

Proposta Tecnica N. 3/2016
ANTONIO BONETTI

F4R LAB
www.bonetti4reforms.com

Gennaio 2016

[Nome dell'Ente]

MASTER BREVE
"MODELLI DI GESTIONE
E MODELLI DI *FUNDING* DI ENTI NON PROFIT
E IMPRESE A VOCAZIONE SOCIALE"

Proposta a cura di
Antonio Bonetti (F4R Lab)

1. Premesse e obiettivo generale del *Master Breve*¹

I cambiamenti economici e sociali degli anni della "grande crisi" di questo secolo, che hanno avuto nei paesi a sviluppo avanzato effetti dirimpenti sulla distribuzione dei redditi e sulla crescita di nuove forme di esclusione sociale, gli effetti pervasivi di una rivoluzione informatica e telematica incessante sin dagli anni Ottanta dello scorso secolo e le legittime aspirazioni di benessere e di partecipazione attiva ai processi decisionali di fasce sempre più ampie e "consapevoli" di cittadini, sia nei Paesi già avanzati nel secolo scorso, sia in nuove potenze internazionali consolidate negli ultimi 15 anni (alcune di queste anche in Africa) impongono nuove sfide "globali" anche alle organizzazioni senza scopo di lucro (variamente definite) italiane. Impongono, inoltre, la sperimentazione di nuovi "modelli di business" e nuovi approcci gestionali.

Tutto questo, inevitabilmente, impone anche la sperimentazione di nuovi "modelli di *funding*".

Gli enti non profit, in Italia e non solo, stanno beneficiando di nuove opportunità e, al tempo stesso, devono fronteggiare nuove sfide sociali, tecnologiche, gestionali ed anche etiche che potrebbero comprometterne la sopravvivenza.

Da un lato, la "ritirata" del settore pubblico – sia essa dovuta a scelte ideologiche ispirate a discutibili modelli liberisti o a necessità di contenimento delle spese pubbliche – certamente favorisce la crescita di organizzazioni non orientate al profitto che, tradizionalmente, si fanno carico di vecchi e nuovi bisogni sociali.

Al tempo stesso tutto questo non basta più. Giustamente a tali organizzazioni non si chiede più soltanto di tenere fede allo *statement* "buona causa" ed essere ispirati a principi etici e di inclusione sociale, ma si chiede di dare un rilevante contributo al superamento di vecchi e nuovi problemi sociali (cittadini ed enti finanziatori chiedono un "impatto sociale" significativo).

Anche per questo motivo, la soluzione di vari problemi sociali è in misura crescente affidata a nuove forme di auto-produzione di servizi di cura su base collettiva, rese possibili dalle nuove tecnologie informatiche (e da nuovi modelli di vita e sociale) che, nella fase attuale, vengono etichettate come "*sharing economy*".

In misura crescente, inoltre, emergono nuovi attori del cambiamento sociale anche nell'ambito dell'economia privata (si pensi alle grandi fondazioni filantropiche che portano il nome di eminenti figure del capitalismo mondiale, quali la Fondazione Bill and Melinda Gates o al nuovo modello ibrido di impresa "*social business*" proposto dal premio Nobel per la pace Yunus, già padre del microcredito, recepito in pratica in Italia con l'istituzione delle c.d. *Benefit Corporations*). Novità rilevanti emergono anche nello stesso mondo della finanza che, negli anni recenti, ha prodotto nuovi strumenti finanziari *ad hoc* per ovviare alle difficoltà specifiche di accesso ai capitali degli enti non profit (si pensi al dibattito e alle sperimentazioni relative al c.d. "*philanthropy venture capital*").

Infine, non va dimenticato l'emergere di nuove forme di partenariato sia con il settore pubblico (si pensi ai progetti per lo sviluppo della comunità che vengono proposti e gestiti da organizzazioni senza scopo di

¹ Una precedente versione di questa proposta era già stata caricata sul blog *Bonetti For Reforms* nel marzo 2015.

lucro e vengono finanziate tramite *Social Impact Bonds*), sia con il settore privato (partenariati strategici di lungo corso con imprese commerciali o fondazioni di impresa).

Queste sono le considerazioni analitiche (considerazioni che certamente non si possono considerare esaustive dei molteplici cambiamenti dello scenario in cui si muovono i protagonisti della "economia sociale") alla base di questa proposta di Master Breve.

Dal momento che lo scenario in cui si muovono gli attori della "economia sociale" continua a cambiare in modo così significativo e rapido, essi non potranno che adattare i loro "modelli di business", i loro approcci gestionali e anche i loro modelli di finanziamento.

L'obiettivo generale del Master Breve "**Modelli di gestione e modelli di funding di enti non profit e imprese a vocazione sociale**", organizzato e promosso da [NOME DELL'ENTE ORGANIZZATORE], pertanto, è di favorire l'adozione di nuovi modelli di gestione e di finanziamento da parte dei vari attori dell'economia sociale italiana (dalle associazioni non riconosciute alle imprese sociali disciplinate dal D.Lgs. 155/2006, alle start up innovative a vocazione sociale, ex L. 221/2012).

2. Obiettivi specifici del *Master Breve*

Gli obiettivi specifici del *Master Breve* organizzato da [NOME DELL'ENTE ORGANIZZATORE] sono:

- ✓ *Migliorare le competenze gestionali dei partecipanti e favorire la loro comprensione di nuovi modelli di business applicabili anche nell'economia sociale,*
- ✓ *Migliorare la capacità dei partecipanti di formulare per le loro organizzazioni dei modelli di finanziamento più bilanciati e più orientati anche a un migliore utilizzo dei Fondi dell'UE e di nuove forme di finanziamento private (finanza di impatto);*
- ✓ *Diffondere, ampliare e migliorare la conoscenza di nuovi strumenti di finanziamento per gli enti non profit.*

3. Competenze trasferite (obiettivi di apprendimento)

Il *Master Breve* consente ai partecipanti di:

- ✓ Migliorare la conoscenza sulla normativa italiana sul settore, con particolare riguardo ai cambiamenti civilistici e fiscali degli anni recenti e alla istituzione di nuove figure giuridiche ibride (le start up innovative a vocazione sociale ex D.Lgs. 179/2012 e le *BCorporations*).
- ✓ Migliorare la conoscenza dei principali modelli di analisi strategica applicabili, *mutatis mutandis*, sia alle imprese commerciali, sia a quelle non orientate al profitto.
- ✓ Migliorare la conoscenza e la capacità di applicare i principali strumenti di analisi strategica, anche grazie a brevi esercitazioni che saranno condotte nel Master.
- ✓ Capire pienamente l'importanza dell'adozione non solo di *statement* "buona causa" efficaci e motivanti all'azione (formulando in modo chiaro e coinvolgente la *vision* e la *mission*), ma anche di autentici modelli di business, che non sono importanti per le imprese commerciali, ma anche per gli enti non profit realmente orientati alla *social innovation* e all'impatto sociale sostenibile.
- ✓ Acquisire la conoscenza del modello di business canvas, modello molto motivante all'azione e utile anche in sede di formulazione delle strategie di *fundraising*.
- ✓ Migliorare la conoscenza degli strumenti di comunicazione e marketing 2.0.
- ✓ Acquisire una conoscenza di base di alcuni strumenti di finanziamento innovativi dei progetti, quali *crowdfunding* e *Social Impact Bonds (SIBs)*.
- ✓ Migliorare la capacità di formulare modelli di *funding* più bilanciati e di condurre efficaci campagne di raccolta fondi (l'esercitazione generale, svolta durante il corso del Master con l'ausilio anche in remoto di docenti e tutor d'aula, verterà proprio sulla formulazione di un piano di *fundraising*).

4. Destinatari

- ✓ Neo-laureati e altri giovani in cerca di impiego desiderosi di avviare un'attività imprenditoriale nell'ambito dell'economia sociale (creazione di imprese sociali o a vocazione sociale, cooperative) o un percorso professionale in ONG o altri enti non profit.
- ✓ Persone in cerca di occupazione e dirigenti e occupati del settore profit che desiderano ricollocarsi nell'economia sociale.
- ✓ Imprenditori sociali e dirigenti di enti non profit che vogliono migliorare il loro modello gestionale e quello di finanziamento.
- ✓ Imprenditori sociali che desiderano rinnovare le loro attività e i loro servizi.
- ✓ Dirigenti e staff di cooperative di produzione e anche di imprese che vogliono migliorare le loro strategie di *Corporate Social Responsibility*.
- ✓ Dirigenti e funzionari di Amministrazioni Pubbliche ed Enti Locali che intendono migliorare la definizione e la gestione di Partenariati Pubblici Privati in ambito sociale con gli enti non profit.
- ✓ Altri operatori potenzialmente interessati: dottori commercialisti, dirigenti e funzionari di Camere di Commercio e di organizzazioni di categoria, dirigenti e funzionari delle "centrali cooperative", dirigenti e funzionari di Fondazioni bancarie, di impresa e di comunità, operatori del settore bancario interessati a capire meglio gli strumenti di finanza di impatto.

5. Durata: 6 giorni (ore 9.15 – 18.15 con pausa pranzo di un'ora)

In linea di principio si può ipotizzare un Master Breve di 6 incontri al sabato, distribuiti su 3 mesi (2 incontri, da tenersi nella giornata di sabato per consentire la frequenza anche agli occupati a tempo pieno, ogni mese).

6. Organizzazione delle attività formative

Il *Master* si articola in 7 Unità Didattiche (UD) sull'arco di sei giornate.

Le docenze frontali – molto attente a stimolare un confronto continuo con i corsisti - saranno alternate a brevi esercitazioni, volte a fornire ai partecipanti la possibilità di applicare già nell'ambito di simulazioni guidate le conoscenze sugli strumenti di analisi strategica e sul modello di business canvas.

Nel corso dell'intero *Master*, inoltre, essi saranno invitati a svolgere una esercitazione di gruppo, inerente la formulazione del piano di *fundraising* di un'organizzazione, con presentazione finale del lavoro svolto.

Al termine del Master, i discenti riceveranno un Attestato di Partecipazione e un CD con tutte le slides delle docenze e altri documenti di lavoro e guide e manuali che verranno consigliati per approfondimenti nel corso del Master.

7. Presentazione de **[NOME DELL'ENTE ORGANIZZATORE]**

A cura degli organi dirigenti dell'Ente

8. Presentazione del docente

Antonio Bonetti è un esperto di sviluppo locale, formulazione di progetti e finanziamenti europei.

Antonio svolge dal 2002 attività di docenza su politiche e fondi dell'UE, su tecniche di progettazione e sullo sviluppo locale in corsi e master post-laurea dell'Università La Sapienza di Roma, dell'Università del Molise, del Formez e dei centri di ricerca privati Politeia (Avigliano, Basilicata), ASVI (Roma), ed Eurosportello (Firenze).

Blog: <http://www.bonetti4reforms.com> - E-mail: a.bonetti@ymail.com

N.B. Altri esperti qualificati e dei testimoni privilegiati potranno essere coinvolti nelle docenze su tematiche specifiche.

9. Unità Didattiche (UD)

UD 1: Ore 9.15-18.15
L'ECONOMIA SOCIALE IN ITALIA:
IL QUADRO GIURIDICO SU ENTI NON PROFIT E IMPRESE SOCIALI

9.15 – 9.30	<p><i>SALUTI DI BENVENUTO</i></p> <p><i>Breve presentazione della giornata – Risposte a quesiti dei discenti sul corso</i></p>
9.30 – 12.30	<p>IL QUADRO GIURIDICO</p> <p>Il terzo settore in Italia: dal pacchetto legislativo sulla solidarietà del 1991 alla istituzione della figura dell'impresa sociale con il D.Lgs. 155/2006</p> <p>Le figure del Titolo II del Libro I del Cod. Civile: associazioni, fondazioni, comitati Le figure speciali più note: Organizzazioni di volontariato, Cooperative sociali, Organizzazioni Non Governative (ONG)</p> <p>Il D.Lgs. 155/2006: obiettivi, disciplina e mancanze</p> <p>Cenni alla figura tributaria delle ONLUS ex D.Lgs. 460/1997</p>
12.30 – 13.30	<p>Nuovi soggetti imprenditoriali "tra stato e mercato":</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ le <i>start up innovative a vocazione sociale</i> – <i>SLAVS</i> (dal D. Lgs. 179/2012 alla Circolare del MISE 3677C del 20 gennaio 2015); ✓ le <i>Benefit Corporations (BCorporations)</i>.
13.30 - 14.30	Pausa pranzo
14.30 – 15.30	<p>ASSOCIAZIONI RICONOSCIUTE E NON RICONOSCIUTE</p> <p>Le differenze fra associazioni riconosciute e non riconosciute La costituzione di un'associazione non riconosciuta passo dopo passo Quando e come aprire la posizione IVA Chiarimenti sull'iscrizione al REA della Camera di Commercio</p>
15.30 - 17.30	IL DIBATTITO E LE PROPOSTE INERENTI LA RIFORMA DEL TERZO SETTORE
17.30 – 18.15	<p>PRESENTAZIONE DELL'ESERCITAZIONE</p> <p>Formulazione guidata del piano di fundraising di una associazione attiva nel settore culturale</p>

UD 2: Ore 9.15-13.30

L'ECONOMIA SOCIALE IN EUROPA E IN ITALIA: IL QUADRO SOCIO-ECONOMICO

9.15 – 9.30	<p><i>SALUTI DI BENVENUTO</i> <i>Breve presentazione della prima sessione di lavoro della giornata</i> <i>Risposte a quesiti dei partecipanti sulla precedente lezione</i></p>
9.30 – 12.30	<p>L'ECONOMIA SOCIALE IN EUROPA E IN ITALIA Il dibattito e il profilo socio-economico degli attori dell'economia sociale: le indicazioni di una recente indagine della Commissione Europea</p> <p>I risultati generali del 9° Censimento Generale dell'Industria, dei Servizi e delle Istituzioni Non Profit</p> <p>Focus sulla distribuzione settoriale delle istituzioni non profit</p>
12.30 – 13.30	<p>Le fonti di entrata delle istituzioni non profit in Europa e in Italia</p>
13.30 - 14.30	<p>Pausa pranzo</p>

UD3: Ore 14.30-18.15

APPROCCI STRATEGICI ALLA GESTIONE APPLICATI AGLI ENTI NON PROFIT

14.30 - 14.45	<p><i>SALUTI DI BENVENUTO</i> <i>Breve presentazione della seconda sessione di lavoro della giornata</i> <i>Risposte a quesiti dei partecipanti sulla precedente lezione</i></p>
14.45 – 17.30	<p>IL CONCETTO DI GESTIONE STRATEGICA</p> <p>PRINCIPALI MODELLI DI ANALISI E GESTIONE STRATEGICA</p> <p>Gli approcci basati sull'analisi delle risorse e delle competenze distintive L'analisi dei vantaggi competitivi di Michael Porter Il modello di Coda e la sua applicazione agli enti non profit</p> <p>LA DEFINIZIONE DI "BUSINESS" DI DEREK ABELL</p>
17.30 - 18.15	<p>ELEMENTI DISTINTIVI DEGLI ENTI NON PROFIT E APPROCCI STRATEGICI</p> <p>Gli enti non profit come organizzazioni <i>multi-stakeholders</i> e il modello di <i>governance</i> democratica La prevalenza del fattore umano e di quello etico su quelli finanziari e la sostanziale assenza di capitale di proprietà (capitale di rischio) Il vincolo di <u>non distribuzione</u> degli utili</p>

UD 4: Ore 9.15-18.15
STRUMENTI DI ANALISI STRATEGICA

9.15 – 9.30	<i>SALUTI DI BENVENUTO</i> <i>Breve presentazione della giornata – Risposte a quesiti dei partecipanti sulla precedente lezione</i>
9.30 – 12.30	<i>VISION, MISSION E OBIETTIVI STRATEGICI</i> Definizione e formulazione della <i>vision</i> Definizione e formulazione della <i>mission</i> (e dello <i>statement</i> "buona causa") Definizione di obiettivi strategici e operativi
12.30 – 13.30	<i>ANALISI DELLE RISORSE INTERNE</i> <i>VRIO analysis</i> <i>Core competencies</i> come fonte di vantaggi competitivi e <i>unique selling point</i> delle organizzazioni Cenno agli audit organizzativi
13.30 - 14.30	Pausa pranzo
14.30 – 16.15	<i>SWOT ANALYSIS</i> Analisi interna ed analisi esterna Punti SWOT (<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i>) L'analisi SWOT statica L'analisi SWOT come supporto alle decisioni strategiche <i>ANALISI ESTERNA E STEEPLE ANALYSIS</i> Fattori esterni di contesto che condizionano la strategia: <i>S: Social Factors</i> <i>T: Technological Factors</i> <i>E: Environmental Factors</i> <i>E: Economic Factors</i> <i>P: Political Factors</i> <i>L: Legal Factors</i> <i>E: Ethical Factors</i> <i>ANALISI DEI CONCORRENTI E BENCHMARKING</i>
16.15 - 18.15	<i>RENDICONTAZIONE ECONOMICA E SOCIALE DELLE ISTITUZIONI NON PROFIT</i> Sistema di programmazione e di controllo economico finanziario nelle organizzazioni non profit Rendicontazione sociale della attività e dei progetti

UD 5: Ore 9.15-18.15
IL BUSINESS MODEL CANVAS

9.15 – 9.30	<i>SALUTI DI BENVENUTO</i> <i>Breve presentazione della giornata – Risposte a quesiti dei partecipanti sulla precedente lezione</i>
9.30 – 13.30	IL CANVAS MODEL DI OSTERWALDER Introduzione ai modelli di business Il modello di Abell e il <i>canvas model</i> di Osterwalder Le 4 aree strategiche e i 9 <i>building blocks</i> del <i>canvas model</i> L'applicazione del <i>canvas model</i> a enti non profit e imprese a vocazione sociale Le possibili distorsioni del modello di business delle organizzazioni non profit
13.30 - 14.30	Pausa pranzo
14.30 – 15.30	LA FORMULAZIONE DELLA VALUE PROPOSITION L'algoritmo di Geoffrey Moore L' <i>emphaty map</i> e l'approccio di Osterwalder Approccio <i>problem solving</i> e soddisfacimento dei bisogni dei beneficiari
15.30 – 16.30	DAL CANVAS MODEL AL BUSINESS PLAN
16.30 – 17.45	IL SISTEMA DI COMUNICAZIONE E DI MARKETING DELLE ORGANIZZAZIONI NON PROFIT Ufficio stampa e comunicazione istituzionale Relazioni pubbliche istituzionali e <i>lobbying</i> Comunicazione e marketing 2.0: marketing virale e marketing tribale
17.45 – 18.15	VERIFICA SULL'ESERCITAZIONE DI GRUPPO IN PROGRESS

UD 6: Ore 9.15-18.15
MODELLI DI *FUNDING* DEGLI ENTI NON PROFIT

9.15 – 9.30	<p><i>SALUTI DI BENVENUTO</i></p> <p><i>Breve presentazione della giornata – Risposte a quesiti dei partecipanti sulla precedente lezione</i></p>
9.30 – 13.30	<p>PRINCIPALI MODELLI DI <i>FUNDING</i></p> <p>Il <i>Fundraising</i> da privati per le cause sociali (a favore di organizzazioni non profit e ONLUS)</p> <p>Fornitura di servizi al Settore Pubblico: appalti di servizi e affidamenti diretti</p> <p>Accesso alle sovvenzioni pubbliche europee, nazionali, regionali (presentazione e finanziamento di progetti da parte di istituzioni pubbliche)</p> <p>Accesso ai finanziamenti delle fondazioni previa presentazione e approvazione di proposte di progetto</p> <p>Accesso ai Fondi mutualistici per le diverse tipologie di cooperative</p>
13.30 - 14.30	<p>Pausa pranzo</p>
14.30 – 16.30	<p>APPROCCI E TECNICHE DI FUNDRAISING</p> <p>L'approccio di Rosso valorizzato in Italia da Coen Cagli: il ciclo del fund raising</p> <p>Le principali tipologie di fundraising:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ fundraising da individui (e lasciti testamentari), ✓ sponsorizzazione e fundraising convenzionale da imprese (<i>corporate fund raising</i>), ✓ partenariati strategici di medio termine con imprese <i>for profit</i>. <p>Le tecniche di comunicazione e fundraising: cenni</p>
16.30 - 18.15	<p>DALLA FILANTROPIA ALLA <i>SHARING ECONOMY</i>: CENNI</p> <p>Filantropia tradizionale e raccolta fondi</p> <p>Fundraising da imprese e <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i></p> <p>La creazione di valore condiviso (approccio di Porter e Kramer)</p> <p>La <i>sharing economy</i></p>

UD 7: Ore 9.15-18.15
NUOVI MODELLI DI *FUNDING* DEGLI ENTI NON PROFIT
E ACCESSO AI FONDI EUROPEI

9.15 – 9.30	<i>SALUTI DI BENVENUTO</i> <i>Breve presentazione della giornata – Risposte a quesiti dei partecipanti sulla precedente lezione</i>
9.30 - 12.30	LE DIFFICOLTÀ SPECIFICHE DI ACCESSO AI CAPITALI DEGLI ENTI NON PROFIT E NUOVI MODELLI DI FINANZIAMENTO Il <i>crowdfunding</i> Il microcredito Il <i>Social lending</i> L'emissione di obbligazioni sociali I Partenariati Pubblici Privati in campo sociale e il loro finanziamento tramite i <i>Social Impact Bonds (SIBs)</i>
12.30 – 13.30	SOVVENZIONI DELL'UE (I) Il sistema di finanza pubblica dell'UE: cenni Le sovvenzioni e gli appalti
13.30 - 14.30	Pausa pranzo
14.30 - 15.30	SOVVENZIONI DELL'UE (II) I fondi "diretti", i Piani di Lavoro dei programmi europei e le <i>call for proposals</i> della Commissione Europea e delle agenzie delegate I fondi "a gestione concorrente" e gli avvisi pubblici di finanziamento di Ministeri, Regioni, Enti Locali
15.30 - 16.30	NUOVE STRATEGIE DI ACCESSO AI FONDI DELL'UE PER GLI ENTI NON PROFIT Obiettivi e vincoli delle strategie di fundraising da privati e delle strategie di accesso ai Fondi dell'UE (fundraising da donatori istituzionali) a confronto La programmazione e la sistematizzazione delle azioni accesso ai Fondi dell'UE <i>Lobbying</i> europea ed europrogettazione per gli enti non profit
16.30 – 18.00	COMPLETAMENTO E DISCUSSIONE IN PLENARIA DELL'ESERCITAZIONE
18.00 - 18.15	Valutazione del corso Suggerimenti dei partecipanti Consegna dei diplomi

F4R Lab (at www.bonetti4reforms.com)
Research area **EUROPE 2.0**

My innovative start-up F4R Lab (project in progress)

Funds for Reforms Lab (F4R Lab) is an innovative start-up (according the Italian legislative framework for innovative start-ups) with the following **Vision**.

'A world where innovation and public policies are aimed at enhancing people's access to food, civil rights and economic opportunities in order to live decently.'

For the meanwhile, it is 'located' on my blog www.bonetti4reforms.com, built up as an open platform aimed at presenting and sharing ideas, new business models, innovative projects and, last but not least, innovative financing tools with the potential for building inclusive models for economic and social development.

The main research projects are: SFERA PUBBLICA 2.0, LEADER 2.0 and EUROPE 2.0.

The research area **LEADER 2.0** covers the following topics:

L – Local Economic Development

E – Environment

A – Agriculture

D – Democracy 2.0 (Civic engagement, e-democracy, Participatory approach)

E – Entrepreneurship 2.0 (New business models, Business Model Canvas, Lean start-up approach)

R – Research and Innovation

These research topics are part of my professional background (especially Local Development, Environment and Agriculture/rural development) and/or are particularly relevant, nowadays, to better understand how our society is changing, as a result of:

- ✓ technological change and social innovation,
- ✓ new types of enterprises (social business and innovative nonprofit organizations), and
- ✓ new managerial approaches, such as Business Model Canvas and 'Blue Ocean Strategy'.

Within the Section 'Local Economic Development', it also covers technical tool used in strategic planning and local planning as well, such as logic models, SWOT analysis, Logical Framework Approach, Project cycle Management and Business Models.

Antonio Bonetti

Independent expert in Strategic Planning, Project Management and Fundraising

LinkedIn profile: <http://it.linkedin.com/pub/antonio-bonetti/37/783/2b8>

Blog	http://www.bonetti4reforms.com
Mobile Phone	335 5914711
Mail	a.bonetti@ymail.com
Skype ID	a.bonetti70
Twitter	bonetti4reforms
Certified e.mail	a.bonetti@pec.it