

1) PROGETTI MISSIONARI E PROBLEMI DI RACCOLTA FONDI

Nella nostra marcia verso il XVIII° CG, la questione dell'economia merita un posto nell'approccio riflessivo che ci porterà ad “amare la nostra vocazione saveriana” maggiormente. Ciascuna delle nostre circoscrizioni ha risorse umane e materiali e un potenziale intrinseco che, a volte, deve ancora emergere ed essere dispiegato a servizio della missione. Tuttavia, siamo inseriti in contesti che ci mettono costantemente di fronte alla sfida dell'autosostentamento economico. La Chiesa non è risparmiata da certi sconvolgimenti multiformi in questo campo. Nemmeno gli Istituti di vita consacrata e le Società di vita apostolica (IVCSVA) sono ai margini di queste dinamiche, al punto che i meno preparati tra loro a volte subiscono effetti gravi.

La dottrina sociale della Chiesa ci invita ad andare oltre l'apparente dicotomia tra l'annuncio del messaggio evangelico e la questione dell'economia. La Chiesa *«non propone sistemi o programmi economici e politici, non predilige l'uno o l'altro, purché sia debitamente rispettata e promossa la dignità dell'uomo e ella stessa modo di lasciare lo spazio necessario per svolgere il suo ministero nel mondo. Ma la Chiesa è "esperta in umanità", e questo la spinge necessariamente ad estendere la sua missione religiosa ai vari campi in cui gli uomini e le donne dispiegano la loro attività alla ricerca della felicità, sempre relativa, che è possibile in questo mondo, in rispetto della loro dignità di persone»*¹. Inoltre, *«la grande sfida che ci attende, che emerge dai problemi di sviluppo in questo periodo di globalizzazione e che è resa ancora più pressante dalla crisi economica e finanziaria, è quella di mostrare, a livello di pensiero e di comportamento, che non solo i principi tradizionali dell'etica sociale, come la trasparenza, l'onestà e la responsabilità non possono essere trascurati o sottovalutati, ma anche che nelle relazioni di mercato il principio della gratuità e la logica del dono, come espressione di fraternità, possono e devono trovare posto all'interno normale attività economica»*².

Nella nostra Famiglia, la riduzione di numero dei confratelli europei in alcune circoscrizioni ha come immediato corollario la graduale – ma certa – scomparsa dei benefattori che un tempo erano a loro legati. Il problema dell'autosostentamento non è più alla periferia della riflessione sulla missione ma è da prendere in considerazione con particolare attenzione in quanto costringe a fare i conti con un'errata comprensione dell'idea della dipendenza (cfr. XVII° CG, n. 75). Infatti la missione, senza distaccarsi dalla sua dimensione contemplativa e dalla vita fraterna in comunità, *«esige la mediazione dei beni materiali»*³. Ora, anche la questione economica mostra con particolare chiarezza che, come istituto missionario, stiamo attraversando da tempo un periodo di transizione. Dobbiamo constatare che i vecchi metodi consistenti in particolare nel legare il finanziamento di progetti socio-pastorali o religiosi al paese di origine del missionario non funzionano più. Forse, ci preoccupiamo meno del sostegno economico della nostra "vita ordinaria"; ma non è così quando si tratta di dedicarsi alla preparazione di un progetto missionario.

Ciò detto, è giunto il momento di riesaminare collettivamente una certa comprensione della nozione di Provvidenza legata con una connotazione passiva ed essenzialmente rivolta all'aiuto esterno (cfr. XVII CG, nn. 76 e 78). Possiamo iniziare esaminando lo squilibrio tra risorse locali e entrate dall'estero (cfr. XVII CG, n. 88) e studiare le strategie da promuovere per invertire la tendenza nel breve, medio e lungo termine. Ci chiediamo: la nostra circoscrizione ha formalmente una rete di benefattori locali nominalmente identificabili? Siamo attenti al contributo materiale dei laici (delle nostre parrocchie, scuole, convitti, GAMiX...) e altre persone di buona volontà a livello delle nostre comunità locali? Abbiamo davvero abbracciato la necessità costante di alimentare il

¹ Giovanni Paolo II, *Sollicitudo rei socialis*, n. 41.

² Benedetto XVI, *Caritas in veritate*, n. 36.

³ José Rodriguez Carballo, “L'administration et la gestion des biens ecclésiastiques des IVCSVA au service de l'humanum et de la mission de l'Église. Orientations bibliques et ecclésiologiques”, in CIVCSVA, *La gestion des biens ecclésiastiques des Instituts de vie consacrée et des sociétés de vie apostolique. Au service de l'humanum et de la mission de l'Église*, Roma 8-9 Marzo 2014, p. 35.

Fondo comune in uno spirito di corresponsabilità, solidarietà e condivisione? Il nostro stile di vita è coerente con la nostra spiritualità?

Come abbiamo mostrato nel precedente articolo su “**La parrocchia missionaria**”, si ricerca l'autosostentamento nella partecipazione dei fedeli ad iniziative che richiedono un contributo materiale ed economico. Da qui la necessità di prendere in considerazione iniziative di raccolta fondi. Per me, questa nozione di *Fundraising* è la nuova designazione del concetto di Provvidenza. Di fronte alla crescente difficoltà di accesso ai finanziamenti per i progetti missionari, il prossimo CG dovrebbe forse riprendere lo slancio del *Fundraising*⁴ che ormai caratterizza gli Istituti missionari. Non si tratta di una semplice sostituzione terminologica ma di una vera e propria rimessa in orbita. Ricuperare questa intuizione rende PROTAGONISTI coloro che il Signore chiama a collaborare con Lui alla costruzione del Regno. In questa prospettiva si sente la necessità di fare TUTTO ciò che dipende da noi sapendo che Dio supplirà a ciò che manca. Riponendo la nostra totale fiducia nel Signore, non possiamo sottovalutare il nostro dovere di cooperare con la Grazia. Questo principio non si oppone a la nostra originaria identità carismatica, anzi la rafforza. Il nostro santo Fondatore si presenta, a tal fine, come un « *Mendicante per la Missione* »⁵.

Inoltre, è lucidità ma anche umiltà ispirarsi - certamente con discernimento - all'esperienza positiva fatta dagli altri Istituti la quale esperienza ha già dimostrato il suo valore. Raccogliamo qui la testimonianza della Superiora Generale delle Figlie di Maria Ausiliatrice in occasione del Simposio Internazionale sulla gestione dei beni ecclesiastici delle IVCSVA: « *Per Don Bosco il 'da mihi animas cetera tolle' è stato un fuoco che gli accendeva il cuore e lo rendeva pronto a tutti i sacrifici per ricercare il denaro necessario per svolgere la sua opera al servizio dei giovani torinesi. La sua passione ha toccato il cuore dei benefattori che non hanno saputo resistere alle sue richieste. La saggezza e la concretezza dei nostri Fondatori ci spingono ad affidarci alla Provvidenza, non con atteggiamento passivo, ma mossi da grande audacia creativa* »⁶. Le illustrazioni in questa direzione abbondano. Basta guardare da vicino il cammino percorso da tanti altri Istituti missionari per passare da una mentalità assistenziale a una solidarietà strutturale e di rete, cercando attivamente vie nuove e attuali della Provvidenza.

La sfida qui è uscire dalla mancanza di inventività per avviare fruttuose soluzioni pratiche. Nell'ottica di questa ricerca attiva, limitiamoci alle strategie di raccolta fondi per la realizzazione di un progetto missionario. Il progetto missionario, in quanto tale, è sostenuto da una visione di sviluppo che consente ai suoi destinatari di muoversi verso condizioni di vita più umane. « *Fare un progetto significa credere nel futuro e creare le condizioni oggettive per dare speranza* »⁷. Ma come procedere se non sappiamo chi è o sarà un donatore? Da dove inizi se non hai mai raccolto fondi per la missione e pensi di avere poche o nessuna capacità, nessuna conoscenza e nessuna esperienza nella raccolta fondi? Il seguente contributo si concentrerà sui metodi di raccolta fondi per un progetto missionario.

⁴ Sottolineato soprattutto nei numeri 1, 3 e 4 del **Messaggio finale** dell'ultimo *Convegno Economi delle Circoscrizioni Saveriane* a Tavernerio (20-27.08.2019).

⁵ Alfiero Ceresoli, «Economia in povertà oltre il voto il Vangelo e l'evangelizzazione», pp. 18-21 della versione digitale.

⁶ Yvonne Reungoat, « *Projet missionnaire et choix économiques* », in CIVCSVA, *Op. cit.*, p. 142.

⁷ *Ibid.*, p. 145.

2) METODI DI RACCOLTA FONDI⁸

Alla base di tutte le tecniche di raccolta fondi per le missioni c'è, soprattutto, la preghiera e la fiducia in Dio⁹. Possiamo raccogliere fondi attraverso eventi, attraverso il marketing, facendo appello ai nostri collaboratori per una causa particolare, lavorando con i fedeli della parrocchia, della diocesi, ecc. Il loro contributo è realizzabile in denaro, in natura, tramite volontariato... La loro modalità di sostegno e partecipazione dipende dal tipo di donatori che abbiamo di fronte. Primo per i donatori interni (all'interno del Paese): individui, gruppi di comunità, aziende, ecc. Il loro contributo è generalmente dato in contanti e in volontariato. Poi ci sono donatori/finanziatori esterni, ad esempio enti di beneficenza e organizzazioni che erogano sovvenzioni (ONG, Fondazioni...), possibili finanziamenti governativi, supporto aziendale, ecc. La loro modalità di supporto è principalmente finanziaria.

Come nozioni di base sulla raccolta fondi, chiariamo che lo scopo di questa è raccogliere fondi. Richiede un approccio personale. In effetti le persone normalmente non donano a organizzazioni o concetti vaghi e astratti. Anzi danno per aiutare gli altri perché vogliono creare un mondo migliore o trasformare la vita delle persone. Ciò richiede una buona dose di Fede, Speranza e Carità. Tra le possibili fonti di questi fondi possiamo elencare: singoli donatori, una comunità mirata, sovvenzioni e organizzazioni di beneficenza, finanziamenti governativi, aziende, piattaforme digitali. Vediamo ora nel dettaglio alcuni passaggi da seguire in base a ciascuna delle suddette categorie.

Donatori individuali. Occorre essere chiaro su cosa e come chiedere. Possiamo iniziare con i nostri amici, parenti, vicini, conoscenti, ecc. Chiunque passi da una donazione una *tantum* a donazioni frequenti o impegnate può diventare un grande donatore, una persona risorsa e/o un volontario. Ci sono anche donazioni individuali che si riferiscono a trasmettere un lascito o una eredità. In ogni caso è fondamentale essere precisi nella richiesta iniziale e avere una comunicazione regolare e continua con i donatori. Si deve conservare i dettagli e un registro chiaro dei partecipanti, regolarmente aggiornati e comunicare con loro a intervalli appropriati. Sii onesto e veritiero fornendo un'adeguata documentazione incentrata sul risultato desiderato e coinvolgendo i collaboratori.

Studio di caso: raccolta fondi comunitaria. *Mc 12,44: “(...) tutti hanno dato delle loro ricchezze; ma lei, della sua povertà”.* Nella raccolta fondi, ogni centesimo e ogni donatore conta, indipendentemente dallo *status*. Nessun contributo deve essere sottovalutato o trascurato. Questo tipo di raccolta fondi dovrebbe essere svolto da personale volontario (di massa) ed essere più partecipativo. È l'attività di un gruppo, una rete o una comunità. Alcuni esempi di raccolta fondi

⁸ L'intervento intitolato «*Il Fundraising come strumento per la relazione con i benefattori et per la sostenibilità della congregazione*» del professor Mauro Piacioli - insegnante all'università di Bologna nel corso di master in Fundraising - durante l'ultimo *Convegno Economi delle Circoscrizioni Saveriane* (Tavernerio 20 - 27.08.2019) ci offre un approfondimento molto interessante su questo tema. Egli presenta quattro aspetti collegati a questo tema: il *Fundraising* come strumento per stabilire relazioni durevoli; il *Fundraising* per la sostenibilità nel tempo; il metodo di lavoro di *Fundraising*; come pianificare un *Fundraising* effettivo. Il professor Mauro continua evidenziando quattro elementi caratteristici specifici del *Fundraising*: essere trasparenti e chiari circa il progetto o la necessità per la quale si sta chiedendo il supporto della gente; usare mezzi appropriati (social media, posta, telefono, e-mail, ecc.) per sostenere durevoli relazioni con i benefattori; identificare per quanto possibile e allo stesso tempo rispettare il potenziale di ciascun benefattore; dare più importanza alla relazione con il benefattore che alla cifra che esso può elargire. Inoltre, discutendo di attività di *Fundraising* già attive nelle nostre circoscrizioni l'esperienza, al riguardo, della regione degli USA (con i loro quattro strumenti: spedizioni cartacee/giornali; *mass card*; cena per la Giornata missionaria; sagra missionaria) è stata usata come esempio per individuare simili iniziative in altre circoscrizioni.

⁹ Cf. l'intervento di Percy Patrick, “*Méthodes de collecte de fonds pour les Congrégations*”, PMF Basic EF 2021, 08.11.2021.

comunitaria: raccolta fondi porta a porta; colletta speciale durante una Messa in una data particolare (durante la Quaresima e il Natale nelle scuole cattoliche e/o non cattoliche); caffè del mattino; gara di danza ; maratona, marcia – 5 km o mezza maratona; giornata sportiva o di gioco; serata di quiz; lotterie; giornata gastronomica; vendita di oggetti religiosi; festa di un compleanno; raccolta in natura per l'orto comunitario; festa del raccolto nei prodotti agricoli, ecc. Quando si tratta di organizzare questi eventi di raccolta fondi per la comunità, il primo passo è definire esattamente di cosa si tratta e chiedere aiuto se necessario. Si deve delineare, quindi, un bersaglio da colpire. Promuovi l'evento in questione invitando le persone ad esso. Assicurati di avere un servizio di sicurezza per l'evento. Cogli l'occasione per parlare della missione e della Congregazione in generale; prendere nota dei recapiti dei partecipanti e tenersi in contatto con loro.

Enti di beneficenza e sovvenzioni. Va notato che queste organizzazioni perseguono un certo obiettivo e devono tener conto dei loro metodi operativi. Hanno anche diverse attribuzioni geografiche a seconda dei luoghi in cui si trovano. È quindi necessario leggere le loro linee guida prima di presentare la richiesta. Occorre inoltre distinguere i progetti nazionali da quelli locali, le sovvenzioni una tantum dal sostegno continuativo e il limite dei possibili finanziamenti. Gli enti di beneficenza che forniscono sovvenzioni sono generalmente organizzazioni indipendenti fondate per una serie di motivi. Potrebbero quindi avere prospettive e approcci socio-politici diversi alla concessione da quelli legati al contesto di una determinata richiesta. Non tutti saranno interessati a finanziare il nostro progetto.

Finanziamenti governativi. Informarsi attentamente leggendo le loro guide applicative prima di candidarsi. Riconoscere la loro conformità e i requisiti per presentare una domanda. Affidati a personale altamente qualificato, esperto e competente. Considerare se dovremmo passare a sovvenzioni contrattuali, cofinanziamenti o condivisione dei costi in termini percentuali. La maggior parte dei governi dei paesi occidentali, ad esempio, ha i propri finanziamenti su vari argomenti, come gli OSS (Obiettivi di Sviluppo Sostenibile), l'eliminazione della povertà, il problema ecologico.

Aziende. Le aree di intervento qui sono: progetti locali in genere legati ai prodotti della suddetta azienda, progetti di sviluppo economico/ambientale/educativo, eventi sportivi e competizioni. È meglio affidarsi a persone di contatto o di riferimento con questa azienda. Come tipi di aziende possiamo avere multinazionali, aziende nazionali leader o più piccole, aziende locali per supporto in denaro, donazioni in natura, volontariato, tirocinio o esperienza lavorativa, pubblicità, sponsorizzazioni, ecc.

Raccolta fondi tramite piattaforme digitali e social media. Qui si tratta di creare un sito *web*, *Facebook*, *E-mail*, *WhatsApp*, *Instagram*, ecc. Fare attenzione alla protezione e la sicurezza dei suoi dati. Per quanto riguarda il calendario della raccolta fondi, deve seguire le priorità concrete sul campo e la disponibilità delle persone *target*.

Nell'ambito del nostro servizio missionario in alcune nostre circoscrizioni, una delle maggiori sfide da affrontare è quella della rappresentazione paternalistica lasciata per tanti anni dall'impronta missionaria tradizionale nell'immaginario collettivo. Pertanto, a volte diventa difficile convincere le persone locali che il loro contributo è necessario. Difficile, certo, però non è impossibile. La cosa più importante di fronte a questo è coinvolgere il più possibile *in loco* i nostri collaboratori, già dalla diagnosi, progettazione e concretizzazione di ogni progetto missionario. Non è impossibile perché l'esperienza lo dimostra. Nell'agosto 2018, ad esempio, l'attuazione della "*Pastoral do Dízimo*" a Dondo (in Mozambico) aveva già iniziato a mettersi alla prova nel senso dell'autosostentamento. Pochi mesi dopo, abbiamo istituito la "*Comissão dos projetos*" presieduta da un laico che vi si è dedicato efficacemente fino ad oggi.

Queste iniziative, per quanto modeste, contribuiscono gradualmente alla presa di coscienza del ruolo dei fedeli laici nel proseguimento di un progetto missionario. Il loro coinvolgimento

effettivo - non superficiale - è verificato fino al livello del processo di gestione di ogni evento di *Fundraising*.

Torneremo su questo nel terzo e finale contributo.

3) PROCESSO DI GESTIONE DEGLI EVENTI DI RACCOLTA FONDI

Gli eventi di raccolta fondi sono diversi e di varia natura¹⁰. Questi includono, tra gli altri, eventi culturali, sportivi, religiosi, digitali, artistici, musicali, seminari e conferenze. Secondo l'una o l'altra modalità, possono essere svolti di persona, online o in modalità ibrida (ossia unendo le due modalità precedenti). Organizzando uno di questi tipi di evento, puoi fissare una serie di obiettivi come: coinvolgere un numero massimo di persone, celebrare date speciali, raccogliere contatti, sensibilizzare, ringraziare gli interessati (o *stakeholders*), ecc. Deve essere costituito un comitato organizzatore per la gestione dell'evento, con il compito di mettere in atto tutte le opportune strategie per stabilire *partnership* e ottenere sponsorizzazioni. Per raccogliere fondi, saranno essenziali tre elementi: disporre delle risorse (umane e di bilancio), definire chiaramente lo scopo di tale raccolta e prevedere il valore e l'impatto delle attività previste.

In relazione alle dimensioni dell'evento, Nicola Begoni¹¹ suggerisce che per i piccoli progetti, gli obiettivi dovrebbero essere chiari e coinvolgere pochi *stakeholders*. Gli eventi su larga scala coinvolgono obiettivi più complessi e molteplici parti interessate. In entrambi i casi, devi essere preciso sull'importo che vuoi raccogliere, identificare obiettivi misurabili in tutte le fasi, fare un piano realizzabile che tenga conto delle risorse disponibili, essere realistico quando fai riferimento al contesto, rispettare un programma e fissare scadenze. Il processo di gestione di un evento *Fundraising*, secondo l'autore citato, può essere suddiviso in quattro fasi: la fase preliminare (Analisi), la fase intermedia (Pianificazione), la fase utile (Realizzazione dell'evento), la conclusione (Valutazione e monitoraggio).

Analisi. Contesto: analizzare il contesto, identificare gli *stakeholders*, determinare se l'organizzazione dell'evento è possibile. Obiettivi: definire l'obiettivo dell'evento, il destinatario e il progetto per il quale raccogliere fondi. Risorse: individuare le risorse umane ed economiche che possono essere dedicate all'evento. Concetto: definire il concetto con cui l'organizzazione realizzerà l'evento. Risultati: identificare i possibili risultati e l'impatto che l'evento può produrre in relazione all'obiettivo che si è prefissato.

Pianificazione. Attività: definire le attività e il luogo (in presenza, online o ibrido...). Timing: pianificare il programma delle attività. Risorse umane: coinvolgere personale, volontari e *partners*. Budget: identificare costi e ricavi. Promozione: definire il piano di *marketing* e comunicazione. Individuare e coinvolgere potenziali *sponsor*.

Esecuzione. Il giorno della realizzazione dell'evento, è necessario tenere conto di alcuni aspetti molto importanti: essere impegnati nei confronti di partecipanti, *partner* e *sponsor*; raccogliere tutte le informazioni di contatto dei partecipanti; non dimenticare di scattare foto e video durante l'evento; ringraziare lo *staff*, i volontari, gli *sponsor* e tutti coloro che hanno reso possibile l'evento. Continuare a sorridere e divertirti: non è bello apparire stressati con le parti interessate e i partecipanti.

Valutazione e monitoraggio¹². Monitoraggio: raccogliere tutti i dati e le informazioni necessarie per capire se i risultati dell'obiettivo sono stati raggiunti. Il monitoraggio può essere effettuato durante e dopo l'evento per capire meglio se il cambiamento è stato prodotto. Rapporti:

¹⁰ Cf. Marianna Occhiuto, "Événements de collecte de fonds", PMF Advanced 2022, 25.11.2022.

¹¹ Cf Daniel Fusi, *Events for Fundraising*, www.fundraising.it.

¹² *Ibidem*.

valutare l'evento scrivendo un rapporto. Cercare di individuare punti di forza e di debolezza per capire se è possibile replicare l'evento in futuro. Valutare l'impatto e il valore prodotto dall'evento. Follow-up: ringraziare i partecipanti, il pubblico e le parti interessate per aver partecipato a questo evento. Ringraziare gli *sponsor* e *partners* per il loro supporto. Il monitoraggio dell'evento si può fare anche attraverso social media, *newsletter*, lettere, video, immagini, ecc.

Se dovessimo condensare quanto appena presentato in una sorta di *checklist* dell'evento di raccolta fondi o *Fundraising*, diremmo in sintesi: definire l'obiettivo dell'evento; creare un comitato dell'evento; stabilire l'obiettivo della raccolta fondi; mirare a obiettivi **SMART** (acronimo inglese che si traduce come **SPECIFIC** ovvero specifici: essere precisi sull'importo da raccogliere, **MEASURABLE** ovvero misurabili: identificare obiettivi misurabili in tutte le fasi, **ACHIEVABLE** ovvero fattibili: rendere realizzabile un piano dato le risorse, **REALISTIC** cioè che è rilevante: essere realistici quando si fa riferimento al contesto, **TIME-BOUND** cioè fissare un calendario e rispettare scadenze specifiche); definire le attività dell'evento; pianificare il programma dell'evento; coinvolgere personale, volontari, sponsor; definire il *budget*; promuovere l'evento; svolgere l'evento con un certo relax; valutare e monitorare i risultati; seguire i partecipanti e lo sponsor.

Per concludere, diciamo che la raccolta fondi non dovrebbe fare paura. Risale alle origini stesse della nostra storia comune come Famiglia religiosa nell'esperienza personale del nostro santo Fondatore. «*Si è quasi increduli di fronte alla creatività e alle mille iniziative intraprese dal Conforti. Davvero si "agitava" come se tutto dipendesse da lui e insieme si abbandonava fiducioso alla Provvidenza come se tutto dipendesse da Dio. Intraprendeva iniziative senza paura di fallire, senza preoccuparsi di quello che si potesse commentare*» (Alfiero Ceresoli, «Economia in povertà oltre il voto il Vangelo e l'evangelizzazione», p. 18 della versione digitale). Ciò che però garantisce il successo del *Fundraising* è il metodo utilizzato e tutte le strategie tecniche messe in atto. Tuttavia, ciò che conta, più della quantità di denaro, è il rapporto creato con le persone risorse. Il *Fundraising* significa reperire, prima di tutto, risorse e non soltanto soldi. Si tratta anche di non concentrarsi su un solo metodo di raccolta fondi. L'ideale è di considerare più fonti di reddito per far fronte a possibili battute d'arresto nel caso in cui, ad esempio, ne venga a mancare una. Si deve quindi sperimentare modalità di raccolta fondi multicanale per avere un regolare flusso, non per fini individualistici o egoistici ma piuttosto al servizio dell'Uomo e della Missione della Chiesa.

Affinché quanto sopra descritto sia possibile, è necessario affrontare un grande lavoro educativo e culturale¹³. È anche un servizio da svolgere in équipe e in comunità. Infatti «[...] *l'economia è una faccenda troppo seria per essere lasciata solo agli economi*»¹⁴ delle comunità nemmeno ai parroci. In definitiva, va sempre ricordato che «*la mancanza di mezzi economici al momento della progettazione, più che un ostacolo all'avvio, deve essere uno stimolo per reperire le risorse necessarie - persone e fondi - per garantire la fattibilità del progetto*»¹⁵. In un impeto di fede e di fiducia in Dio, «*non dobbiamo mai dimenticare che i progetti missionari a cui ci dedichiamo non sono nostri, ma sono della Chiesa e la missione è soprattutto un dono di Dio*»¹⁶.

Robert Kowa Sado, sx
Roma. Febbraio 2023

¹³ Cf. Pontificio Consiglio della Giustizia e della Pace, *Compendium de la Dottrina Sociale della Chiesa*, nn. 375, 376.

¹⁴ Santiago Ma Gonzalez Silva, « La gestion des biens par rapport aux *Sodales* et à la mission », in CIVCSVA, *La gestion des biens ecclésiastiques des Instituts de vie consacrée et des sociétés de vie apostolique. Au service de l'humanum et de la mission de l'Eglise*, p. 121.

¹⁵ Yvonne Reungoat, *Op. cit.*, p. 140.

¹⁶ *Ibid.*, p. 147.