

IL VOLO

PIANIFICAZIONE STRATEGICA DI UNA RACCOLTA FONDI

Alcune premesse:

La raccolta fondi è un'azione strategica finalizzata a un obiettivo di crescita e di sviluppo, ed è quindi STRUMENTO per raggiungere gli scopi istituzionali della onp.

La raccolta fondi non è una pratica specialistica che può essere svolta esclusivamente da consulenti esterni ma è un itinerario di progettazione, realizzazione e sviluppo di una organizzazione non profit o di una singola iniziativa che coinvolge tanto i dirigenti quanto i funzionari di una organizzazione.

I donatori (o le aziende partner) non acquistano un oggetto ma **contribuiscono a una causa**. Causa che pertanto non va "venduta" ma spiegata nel modo migliore, più in sintonia con il pensiero e il modo di comportarsi dei possibili donatori.

Chiedere contributi implica, oltre a **saper presentare nel giusto modo la propria causa**, di saper adeguatamente gestire i fondi raccolti e di essere in grado di documentare ai donatori il loro corretto utilizzo. Per poter dunque elaborare un modello adeguato di raccolta fondi sono essenziali alcuni passaggi, tra i quali:

- la realizzazione di un profilo analitico dell'organizzazione (conosci te stesso);
- la creazione all'interno dell'organizzazione di un contesto cognitivo favorevole (se conosci cosa vuoi e come puoi ottenerlo, senza mettere in crisi la tua identità);
- la gestione dei problemi operazionali quali la mancanza di personale formato, l'assenza di funzioni legate alla comunicazione, al marketing, al possesso di un adeguato database (indirizzario), l'indisponibilità di denaro e la difficoltà di accesso al credito.

Quando facciamo raccolta fondi dobbiamo metterci nei panni degli imprenditori /banchieri/ donatori/ testimonial e chiederci: "perché dovrei dire di sì?"

Una delle prime cose da fare è vedere tra i nomi che conosciamo se possono esserci utili (APRIRE le organizzazioni, aumentare il più possibile il numero delle relazioni).

Le nostre organizzazioni hanno bisogno continuamente di apporto e turn-over.

Chi, all'interno dell'associazione, deve andare a chiedere? Colui che ha la relazione migliore, che non sempre è il presidente.

È impensabile che la racc.fondi sia efficace se fatta da persone che non credono in quello che promuovono. Serve un gruppo di persone motivate e compito dell'associazione è quello di VALORIZZARLE.

I volontari sono un bene prezioso, che possono apportare ottimi contributi all'associazione perché spinti da una forte motivazione. I volontari trovano soddisfazione nel prender parte alla vita dell'associazione e nello spendere tempo e risorse. Al fine di coinvolgerli è necessario:

- analizzare le loro esigenze e assegnare loro ruoli e compiti
- condurre una continua ricerca per identificare i potenziali volontari
- reclutarli, formarli, orientarli e coinvolgerli

2

- valutare i volontari per far vedere loro che la loro partecipazione è tenuta in considerazione
- ringraziarli (lettere, targhette, articoli sulla stampa locale, cene di ringraziamento o inviti ad eventi speciali)

Stesse cose per quanto riguarda il donatore.

Ricordarsi che SIMILE dona a SIMILE: ricordarsela sempre, anche quando scriviamo le lettere.

Come selezionare il donatore se non lo conosco: dedicare tempo per studiare chi sono i nostri donatori (anche tramite indagini eurisko, doxa eccetera)

Il processo da seguire in una raccolta fondi è:

1. stabilire quanto mi serve
2. per fare che cosa
3. dove li vado a cercare (a chi chiedo)

Ci sono quattro grandi categorie da cui possiamo attingere per una raccolta fondi:

- 1) **Persone fisiche**
- 2) **Aziende/ imprese**
- 3) **Le fondazioni**
- 4) **Le pubbliche amministrazioni**



Persone fisiche

Ci si arriva tramite mailing, telemarketing, eventi speciali, campagne di raccolta fondi sui mass media, tesseramento, eccetera.

Importante capire COSA CHIEDERE. Ai volontari chiedo il loro tempo, ma posso chiedere anche BENI e SERVIZI, PUBBLICITA', COMUNICAZIONE, SPAZI GRATUITI

Internet è molto utile per newsletter, posta elettronica (in alternativa alle lettere), il donatore può fare click sul link che porta alla pagina delle donazioni nel sito web dell'associazione, risparmiando così sui costi di stampa e postalizzazione.

Organizzare eventi speciali "virtuali" al posto dei tradizionali incontri di gruppo.

Non rinunciare mai ad invitare i grossi personaggi (vescovi, assessori, prefetti, ...).

L'ideale per fare venire gente importante è mettersi insieme ad altre associazioni.

Ogni assessore riceve tantissime richieste. Loro le valutano, valutano il patrocinio, il marchio, l'immagine, quindi più si è, più patrocini si hanno, più probabile che vengano o quantomeno mandino delegati (e questo apporta maggiore risonanza all'evento).

Le aziende

La partnership con le aziende è un importante punto d'incontro tra l'esigenza delle imprese di dimostrare ai cittadini la propria responsabilità sociale e la necessità delle non profit di raccogliere fondi e di sviluppare metodi organizzativi e gestionali mutabili dal mondo profit

Dietro il termine ' sponsorizzazione sociale ' (o sponsorship) si nascondono diverse modalità di relazione con le imprese che si differenziano per caratteristiche operative, modalità di contribuzione e finalità. Tra le più importanti possiamo annoverare:

- **Sponsorizzazioni istituzionali e di eventi:** l'azienda è chiamata a sostenere, con un contributo fisso, i progetti e le attività istituzionali dell'organizzazione non profit o uno specifico evento (manifestazioni di piazza, convegni).

- **Cause Related Marketing:** questa modalità prevede la promozione di un prodotto collegato a una buona causa. Il prodotto diventa il mezzo per trasmettere il messaggio sociale e il contributo economico è collegato in tutto, o in parte, ai risultati di vendita conseguiti.

3

- **Support Salary Programme:** l'azienda diventa strumento per la promozione della causa presso i suoi dipendenti, che sono chiamati a contribuire destinando una piccola parte del loro stipendio al finanziamento del progetto proposto. L'impresa sostiene l'iniziativa con un versamento iniziale oppure incrementando i fondi raccolti presso i dipendenti.

- **Merchandising:** in questa tipologia rientrano le attività di vendita di prodotti quali biglietti augurali, calendari e altri oggetti promozionali.

E' importante conoscere un'azienda e vedere:

- la filosofia dell'azienda
- la sensibilità dei managers (Ascol impresa vicentina)
- i settori di intervento dei diretti concorrenti (dire al supermercato che l'altro supermercato fa questo e questo...)

PER PROPORSI-CONTATTARE LE AZIENDE, uno strumento importante è il COLLOQUIO: misurarsi di persona. La relazione personale rimane sempre alla base di ogni buona raccolta fondi.

Andare all'appuntamento con una presentazione power point, sia su pc sia stampata da lasciargli (che non sia troppo lunga, sulle 7-12 slides).

Il contenuto della presentazione deve contenere:

- chi siamo
- il progetto
- perché abbiamo scelto quell'azienda
- i loro benefici
- i costi
- come procedere
- p.s. ribadisce l'azione e l'urgenza = fai cosa entro quando
- N.B. soprattutto nelle mailing specifiche per progetto, scrivere in forma attiva: usare verbi attivi che indicano azioni pratiche: agire oggi e non domani

In alternativa al colloquio, il primo strumento di contatto è la lettera, cui far seguire una telefonata per fissare un appuntamento di persona.

Le fondazioni (bancarie e d'impresa)

Le fondazioni bancarie

Sono un'invenzione italiana, volute da Andreatta + Ciampi + Amato. Non sono nate con la consapevolezza di essere fondazioni ma con l'obiettivo di sistemare il sistema bancario italiano.



Nei primi anni 90, in Italia avevamo: casse rurali (cooperative); banche popolari; banche private; casse di risparmio (enti pubblici) e banche nazionali (di Stato). Quindi un sistema molto frammentato.

Il decreto separa l'attività bancaria dalle azioni/proprietà. Quindi all'interno di una banca si dividono: da un lato la fondazione, che gestisce il 100% delle azioni (della banca), e dall'altro la banca spa.

Un decreto successivo stabilisce che il 100% delle azioni della banca (gestito dalle fondazioni) doveva ridursi al 49%. Un decreto successivo dice che devono essere sotto il 29%. In questo modo lo Stato ha costretto a mettere sul mercato le Banche (e infatti ci sono state parecchie fusioni).

Questo per dire che LE FONDAZIONI HANNO VITA AUTONOMA, ma hanno interessi della percentuale delle azioni delle banche, quindi sono in qualche modo legate...

Es. UNICREDIT ha la fondazione UN'IDEA (Fondazione d'impresa) e visto che la banca sta aprendo anche in Romania, Europa Est e Nord Africa, anche la Fondazione aiuta principalmente in queste zone geografiche....

Le Fondazioni nascono per utilizzare le rendite del patrimonio, non il patrimonio. Le fondazioni di origine bancaria devono fare questo sia per l'utilità sociale sia per la promozione dello sviluppo economico.

Vedere rapporto annuale delle fondazioni bancarie (da scaricare dal sito www.acri.it)

Quando una Fondazione Bancaria ti approva un progetto vuol dire che per loro ha una certa validità.

4

Importante monitorare i siti, i bandi, prendere appuntamento e andare a parlare personalmente con loro, chiedere qual è l'indicazione che da il consiglio di indirizzo, ... magari conosciamo qualcuno che è nel consiglio d'indirizzo di Cariparo o altri... vedere i nomi nel sito.

Venture Filantropy: le Fondazioni Bancarie vogliono non solo erogare fondi ma FARE delle cose insieme per produrre un capitale sociale.

Le fondazioni bancarie chiedono la compartecipazione (la percentuale che mette la ong/associazione in un progetto e quindi le ong mettono in moto un certo giro di soldi).

Importante curare le relazioni PRIMA (primo colloquio, farsi conoscere) e DOPO (dare visibilità alla fondazione che ha finanziato il progetto), quindi mantenerli costantemente informati sull'andamento del progetto con mini video e foto; locandina o volantino sempre con il marchio della fondazione e inviarli....

Invitare qualcuno della fondazione a parlare in occasione di incontri/manifestazioni dell'associazione

Mandare gli auguri a natale/pasqua

Riservare uno spazio nel sito internet con loro logo e informare del loro contributo per il tal progetto.

Le fondazioni d'impresa

Le fondazioni d'impresa sono diverse da quelle bancarie. Le Fondazioni d'impresa nascono da un'impresa per l'impresa, mentre le f.bancarie nascono dallo scorporo di una banca per legge.

Le aziende hanno capito che i risultati della azienda tal dei tali ricade anche sui dipendenti/clienti/fornitori/finanziatori... e quindi fanno della loro RSI (responsabilità sociale d'impresa) un vantaggio di lungo periodo.

Per creare una fondazione ci vuole un capitale di partenza: è un patto di patrimonio per uno scopo. Non è democratica (è sufficiente un amministratore delegato), quindi è più potente e poco aggregativa.

Un elenco delle fondazioni d'impresa lo troviamo su www.fondazioni.it, mentre www.assifero.org è il sito nazionale di tutte le fondazioni di erogazione.

Le pubbliche amministrazioni

Gli enti pubblici costituiscono un'importante fonte di finanziamento per la raccolta fondi delle organizzazioni non profit. Essi si articolano a vari livelli territoriali e prevedono le linee di finanziamento più variegate, a seconda dell'ambito di competenza. Per attingere a queste risorse è necessario informarsi sui bandi e sulle linee deliberate dalle istituzioni stesse. In genere ci si riferisce a istituzioni locali, regionali, nazionali e internazionali.

alcuni siti e blog utili da consultare per nozioni di fund raising

www.mailing.fundraising.it è un sito dove troviamo tutte le scansioni di mailing, quindi è molto importante per vedere cosa fanno gli altri e come lo fanno....

www.fundraising.it consigliato iscriversi alla newsletter

www.festivaldelfundraising.it sito del festival dove c'è molto materiale da scaricare

www.acri.it sito delle fondazioni bancarie

www.fondazioni.it sito delle fondazioni di impresa

www.assifero.org è il sito nazionale di tutte le fondazioni di erogazione.

www.aragorn.it è una società che gestisce i concerti in beneficenza o altri eventi per ONG o associazioni non profit (di Milano).

www.e-coop.it è il sito di Coop Adriatica (C'entro anch'io). Entro il 15 marzo 2010 per presentare bando 2010-2011. Risultati e inizio finanziamenti a giugno numero di **Vita Non Profit Magazine** del 29/05: c'è uno speciale sulle fondazioni.

Tenere d'occhio anche la rivista "**Terzo Settore**" del sole24ore. E' un mensile, più tecnico, ma cmq



importante

www.valeriomelandri.it è blog di valerio meandri. Lì andare alla sezione "libri di filantropy" e scaricare o richiedere "I costi del fundraising"

Proprietà del Volo