

# Introduzione

## 1 Il programma e gli obiettivi del libro

Questo libro esamina che cosa fare per cercare, trovare, convincere e mantenere gli operatori volontari. Ma quali sono le condizioni preliminari dell'intera procedura?

Chi per esempio non ha mai sentito parlare di sviluppo e gestione del volontariato dovrà familiarizzare con esse e imparare a eseguire una serie di operazioni: come prepararsi per una campagna di ricerca; come sviluppare il lavoro di squadra tra volontari e personale retribuito; come fare orientamento e formazione dei volontari; quali tecniche adottare per la supervisione dei compiti, quali per la realizzazione, la conservazione e l'aggiornamento dell'archivio. Inoltre dovrà apprendere come ci si relaziona con i collaboratori, come si valutano, come e quando si devono ringraziare. Tutti questi aspetti di carattere costitutivo dovranno essere ben curati, altrimenti il progetto di ricerca rischierà un probabile naufragio.

Pur essendo l'oggetto principale di questo libro, siamo ben consci che la ricerca di volontari rappresenta solo uno dei momenti fondamentali all'interno di un ampio quadro di relazioni fra voi e la comunità di cui fate parte. Il loro coinvolgimento rappresenta, molto concretamente, una modalità di sviluppo delle risorse umane e chi si occupa della loro gestione è impegnato in un genere particolare di attività di raccolta che potremmo definire "peopleraising", per analogia con le attività inerenti la "raccolta fondi" che comunemente denominiamo "fundraising". Si tratta di un incarico molto oneroso, di alta responsabilità, con molti rischi e pieno di incognite; ben diverso dal luogo comune che tende a ridurlo a un passatempo domenicale.

Al contrario consiste in un mandato pubblico di grande rilevanza per la comunità di riferimento sia essa locale che nazionale.

L'insieme delle organizzazioni nonprofit in cerca di volontari è enorme e pertanto ciascun lettore dimostrerà interessi ed esigenze del tutto personali. Tuttavia, siamo fermamente convinti che i concetti alla base di questa trattazione possano avere una validità generale, indipendentemente dalla tipologia delle organizzazioni e dalle aree territoriali in cui si opera.

Infatti, chi cerca volontari deve innanzitutto comprendere quali siano i soggetti "giusti" per la sua organizzazione nonprofit, insegnando agli interessati idonei dove e come poter mettere a frutto il proprio talento individuale.

Difatti, il modo migliore per aiutare la causa di una singola organizzazione nonprofit è prepararla all'incontro con i volontari potenziali. Il vostro contributo più significativo consisterà allora nel diffondere la conoscenza del volontariato all'esterno, negli ambienti pubblici. A tal proposito verranno esaminate prerogative e tecniche destinate a questo scopo. La vostra sfida sarà sempre una e una sola: infondere la cultura del fare volontariato al fine di alimentare le tante vocazioni, manifeste o latenti, che si nutrono di passione e di dedizione alle cause sociali.

Imparerete presto che l'unico metodo per prefigurarsi il successo di una campagna di ricerca non

può prescindere dall'invito a fare volontariato. Ma occorre saperlo porgere nel modo più giusto. Bisogna che per prima cosa impariate come riconoscere i candidati idonei in possesso di determinati requisiti e di forti motivazioni, entrambe condizioni indispensabili con cui legittimare una scelta così importante. Poi dovrete essere in grado di definire l'immagine dell'organizzazione, del programma di ricerca, nonché degli attori coinvolti in tutte le relazioni. Infine dovrete diventare tecnicamente abili nel comunicare i risultati al mondo esterno.

I capitoli seguenti vi guideranno passo dopo passo ad acquisire un metodo di ricerca volontari funzionale. Ve lo garantiamo. Anche se non possiamo promettervi che ricoprirete tutti gli incarichi vacanti, né che tutti gli aspiranti al servizio saranno perfetti quanto a interessi e credenziali. Ma le tecniche che vi insegneremo funzionano veramente, perché derivano dall'esperienza sul campo... e sicuramente vi faranno divertire. E come in tutte le cose: se cercare volontari vi piace, ci riuscirete sicuramente meglio!

Per concludere, se volete offrire un buon servizio alla vostra organizzazione nonprofit, e portare a compimento con successo la ricerca dei volontari, bisogna che pensiate a incarichi utili e interessanti. Non ci stancheremo mai di sottolinearlo: se gli unici lavori che date in affidamento sono di basso profilo e poco stimolanti, finirete col trovare solo persone disposte ad accontentarsi di eseguire un'operazione meccanica. Se invece proponete ruoli impegnativi, creativi e responsabilizzanti, catturerete di certo gli interessi e le passioni, contribuendo all'incremento della qualità generale.

“Impegno”, “creatività”, “responsabilità” sono però soltanto concetti relativi. Il fatto che una persona non trovi stimolante un certo tipo di lavoro, non significa che tutti gli altri la pensino allo stesso modo. L'importante è mantenere sempre ampie vedute sulle molteplici possibilità di impiego dei singoli volontari e sul valore delle loro competenze professionali e dei loro principi morali. Orizzonti limitati portano soltanto a risultati limitati.

Quand'anche il personale volontario, per una qualsiasi valida ragione, venisse relegato a mansioni di basso rango, il suo apporto resterebbe parte essenziale di un sistema di contributi e donazioni molto più vasto, continuerebbe a essere quell'insostituibile ingranaggio senza il quale la macchina del nonprofit non potrebbe mai funzionare come ci si aspetta.

È buona norma riflettere prima di parlare. Se qualcuno vi ha suggerito, ahimè, di passare subito all'azione anzi all'improvvisazione, preparatevi ad un salto nel buio!

Il nostro metodo è molto diverso.



Noi vogliamo iniziare dalla presa di coscienza di un problema, dall'emergenza di un bisogno per cui il volontariato è la soluzione!

Per assicurarsi l'aiuto necessario è assolutamente indispensabile selezionare i candidati, vale a dire studiare profili specifici per ogni incarico, differenti da persona a persona. Non la genericità e il

fatalismo, ma piuttosto la ragione e l'analisi, con l'augurio, naturalmente, che voi lettori sappiate sfruttare, se vi si presenterà l'occasione, anche i benefici del caso, quando può servire a trasformare gli imprevisti in belle opportunità.

Non vogliamo tenervi sulle spine, quindi cominciamo a vedere le fasi del processo:



<b>Fase A Definizione</b>	Per ciascun profilo professionale volontario vanno raccolte le idee sulle potenziali fonti di personale con le qualifiche necessarie, utilizzando il metodo del brainstorming. Alla lista vanno successivamente aggiunte variabili quali la fattibilità, i costi e le possibili diversificazioni dei candidati.
↓	
<b>Fase B Comunicazione</b>	Comunicazione Per ciascuna potenziale fonte di volontari va selezionata la tecnica più appropriata per comunicare il messaggio. Ad esempio non ha senso fare una conferenza con tante diapositive in una lavanderia a gettone!
↓	
<b>Fase C Invito</b>	Pronti, partenza ... via! A questo punto (ma soltanto adesso!) occorre rendersi visibili e chiedere alle persone di fare volontariato.
↓	
<b>Fase D Selezione</b>	Bisogna essere preparati al contatto con i candidati e a sviluppare un sistema di accoglienza con colloqui, selezioni e avviamento dei nuovi volontari.

Il vero scopo del coordinatore è quello di innescare un ciclo continuo e virtuoso nel quale i volontari, soddisfatti del loro lavoro, attraggono di continuo nuove forze.

## 2 La struttura del libro

Il libro è suddiviso in sette capitoli più due appendici.

Nel primo si presentano le motivazioni che rendono indispensabile l'apporto del volontariato al servizio della "buona causa", che potremmo definire come la ragione costitutiva di ogni organizzazione nonprofit. Scegliere il volontariato significa accettare e condividere un modello culturale in cui ogni componente del settore nonprofit può riconoscersi.

Nel capitolo secondo parleremo invece di come identificare chi decide di portare il suo contributo volontario e come costruire la fisionomia di ogni potenziale collaboratore.

Mentre nel terzo cercheremo di identificare le parti (organizzazione, destinatari, servizi, volontari) che partecipano a una campagna di ricerca. Abbiamo ritenuto necessario descriverle e presentarle in modo tale da renderle adeguate agli obiettivi prefissati nella ricerca. Naturalmente i volontari non arrivano se non si ha la consapevolezza di dove trovarli.

I luoghi e le fonti potenziali del volontariato saranno infatti l'argomento centrale del quarto capitolo. In quanto al successivo, verranno definite le regole e le strategie per comunicare con essi.

Poi, entrati nel sesto capito, ci avviciniamo all'apogeo dell'intera operazione, ossia all'incontro diretto con i candidati e la conseguente selezione finale.

Nel settimo e ultimo capitolo introdurremo il tema del controllo e della gestione dei risultati, considerando che la ricerca è un processo costante che non si interrompe dopo l'eventuale successo di un'iniziativa.

Troverete in coda al libro due importanti appendici.

Nella prima verranno analizzate, in modo sintetico, le ragioni che concorrono ai casi di rinuncia e rifiuto durante la procedura selettiva dei volontari.

E poi la seconda concluderà questo nostro agile ma intenso studio sulla ricerca dei volontari, rivolgendo l'attenzione sulle nuove tecnologie informatiche che oggi rappresentano il linguaggio e la risorsa comunicativa più avanzati per la diffusione e l'affermazione della cultura del volontariato nel mondo di domani.