



Presentazione

A chi si rivolge questo testo?

Questo manuale pratico si rivolge principalmente a professionisti del fund raising con ruoli dirigenziali all'interno di aziende nonprofit, ma anche ai segretari generali, a cui spetta il compito di lavorare sui punti di forza delle aziende nonprofit. Può essere di aiuto anche ai volontari che desiderino essere informati su ciò che accade *prima* che abbia inizio una raccolta di capitali, per poter partecipare attivamente e dare più forza all'azienda nonprofit (a tal fine, si veda in particolare il Capitolo 5). Gli strumenti operativi contenuti in questo libro sono comunque utili a tutti coloro che operano all'interno di aziende nonprofit.

Il Capitolo 1 si rivolge in primo luogo ai principianti, con una descrizione sommaria della raccolta di capitali. Va notato che si tratta di una sintesi, senza pretesa di esaustività: infatti, data la presenza di molteplici elementi dinamici, è assai difficile descrivere questo tipo di campagna in modo rapido e allo stesso tempo completo! Lo scopo del Capitolo 1 non è dunque quello di esaurire l'argomento, ma quello di presentare i fondamenti della raccolta di capitali e di rispondere a una serie di domande su che cosa fare e che cosa non fare.

Il resto del manuale si basa sull'assunto che il lettore abbia già abbastanza esperienza nel fund raising da conoscerne la terminologia e le pratiche di base. Per i professionisti di lunga data, il libro servirà prevalentemente come ripasso o come approfondimento: chi lavora nel settore da anni, sicuramente avrà già fatto più volte per l'esperienza della raccolta di capitali!

A cosa serve questo testo?

Chi non ha mai realizzato una raccolta di capitali apprezzerà il fatto che questo libro parta dall'inizio, senza dare nulla per scontato. Quando ci si prepara a questo tipo di azione di fund raising, le fasi da completare sono molte ed è importante seguire l'ordine giusto. I capitoli aiutano a capire quali operazioni vadano svolte e spiegano come compierle nella sequenza più indicata.

La fase della preparazione è fondamentale perché l'azienda nonprofit deve imparare a lavorare *da sola* sui suoi punti di forza. Per alcune aziende nonprofit, il processo può richiedere anche di-

versi anni, mentre quelle che hanno già una raccolta annuale consolidata e un organo direttivo molto attivo, saranno in grado di cominciare in modo più rapido e semplice. Se un'azienda non-profit non ha completato le fasi preparatorie fondamentali presentate in questo libro, non c'è consulente (neanche il migliore team di fundraiser al mondo!) che possa pianificare per lei una raccolta di capitali efficace. Per raccogliere capitali, bisogna prepararsi adeguatamente... non si può contare su pochi sostenitori che donino immobili o azioni solo "ogni tanto"!

Come si inquadra questo manuale nel ciclo del fund raising?

I fundraiser esperti conosceranno senz'altro l'espressione *ciclo del fund raising*, che designa una serie di attività necessarie per preparare, ottenere e amministrare in modo etico una donazione. Hank Rosso, fondatore della Fund Raising School del Center on Philanthropy at Indiana University di Indianapolis, nonché uno dei principali formatori di fundraiser del XX secolo, era solito suddividere il ciclo del fund raising in 14 fasi, ma negli esercizi di questo manuale ne esamineremo soltanto 9, quelle rilevanti per prepararsi alla raccolta di capitali. L'elenco completo delle fasi costitutive del ciclo del fund raising si trova nel volume *Il libro del fund raising* di H. Rosso, E. Tempel e V. Melandri (Etas, Milano 2004), a pagina 38, mentre lo schema fondamentale è rintracciabile anche a pagina 4 di questo libro.

Le 9 fasi del ciclo del fund raising rilevanti per la raccolta di capitali sono:

- Esaminare il caso per la raccolta fondi.
- Definire gli obiettivi operativi.
- Preparare un Documento Buona Causa (queste prime 3 fasi riguardano la pianificazione strategica e la descrizione dei motivi per cui è necessario raccogliere capitali).
- Analizzare le richieste dei mercati (per scoprire chi sono i donatori, che cosa desiderano e di che cosa hanno bisogno).
- Coinvolgere i volontari (è fondamentale!).
- Convalidare il Documento Buona Causa (ossia verificare se ciò che ci si propone è fattibile, con un apposito studio di fattibilità)
- Valutare i mercati della donazione (anche in questo caso, con uno studio di fattibilità).
- Selezionare uno strumento di fund raising.
- Individuare le potenziali fonti di donazioni (un processo che non va *mai* interrotto!).

In questo manuale, non affrontiamo la pianificazione e l'implementazione della raccolta di capitali, che comunque comprendono comunque 5 fasi:

- Preparare il piano di fund raising.
- Preparare un piano per le comunicazioni (argomento in parte affrontato anche nel testo).
- Ampliare le fila dei volontari (anche questo tema è trattato brevemente in questa sede).
- Richiedere una donazione.
- Ottenere il rinnovo della donazione.

Terminato il ciclo del fund raising, il processo riprende dall'inizio.

Questo lavoro sarà utile a molte persone: d'altra parte, i lettori devono sapere che nessuna lettura, neanche la più completa e approfondita, è in grado di sostituire la pratica e il buon senso. In questo libro, quindi, non ci sono risposte a ogni singolo interrogativo che si pone a chi realizza una raccolta di capitali, ma indicazioni tecniche, fase per fase, in grado di fornire delle linee guida ai fundraiser. Come ha osservato lo scrittore Robert H. Schaffer (nel libro *High-Impact Consulting*, 1997, p. 6): «Con le montagne di dati di cui disponiamo, è evidente che solo di rado è la carenza di informazioni a ostacolare il successo di un'azienda». Con questo testo si è cercato di riassumere con precisione le esigenze di un'azienda nonprofit per la preparazione alla raccolta di capitali: tuttavia, i fattori che ne determinano il successo spesso riguardano più la salute dell'azienda in generale che non le nozioni di cui dispone.

Nelle prossime pagine di questo testo, e in particolar modo negli esercizi, si vedranno tutte le fasi che un'azienda nonprofit deve intraprendere per prepararsi alla raccolta di capitali. Spetta comunque ai fundraiser, nonché agli eventuali consulenti esterni, agevolare il progresso dell'azienda nonprofit da una fase alla successiva. Ci si accorgerà che, a prescindere dai risultati della campagna di raccolta, l'azienda nonprofit riuscirà a funzionare meglio e a erogare servizi di qualità più elevata: sarà una grande soddisfazione per tutti coloro che avranno collaborato.

Valerio Melandri

Direttore del Master in Fund Raising per il Nonprofit e gli Enti Pubblici
Università di Bologna