



Presentazione

Le aziende nonprofit sembrano sapere intuitivamente perché meritano donazioni... eppure, per poter concretizzare questa intuizione, trasformandola in una richiesta reale ai donatori, occorrono rigore metodologico e un quadro di riferimento. Questo testo illustra una metodologia volta a raccogliere le informazioni essenziali per elaborare un documento importantissimo nel richiedere il sostegno dei donatori: *il caso per la raccolta fondi*; definisce inoltre il quadro di riferimento per redigere e utilizzare questo documento e tutte le informazioni che lo riguardano.

È quindi un manuale pratico che serve a individuare e a esprimere le ragioni profonde per cui vale la pena di erogare una donazione a una certa azienda nonprofit: individuare queste motivazioni e riassumerle nel caso per la raccolta fondi rappresenta il primo passo nel processo complesso che porta al successo del fund raising.

L'elaborazione del caso per la raccolta fondi rappresenta il vero fondamento su cui si regge l'azienda nonprofit, perché è la base che le permette di fare fund raising: non si tratta quindi di un documento come tanti, bensì di un elemento essenziale per realizzare un programma di raccolta fondi efficace. Se immaginiamo l'azienda nonprofit come un edificio, il caso per la raccolta fondi rappresenta le sue fondamenta... e se le fondamenta sono fragili, l'edificio rischia di crollare! Fuori di metafora, con un caso per la raccolta fondi debole, le attività di fund raising non possono che soffrire. L'azienda nonprofit deve invece sforzarsi costantemente di elaborare materiali che convincano e appassionino i volontari e i donatori, in modo da raccogliere da loro un sostegno sempre maggiore: se ci riesce, ossia se le "fondamenta" su cui si erge sono solide e ben costruite, nessuno ha difficoltà a capire e a utilizzare le informazioni contenute all'interno dei materiali. Ne deriva che, con un valido caso per la raccolta fondi, l'azienda nonprofit è sempre pronta a trarre il massimo vantaggio dalle opportunità di fund raising, promuovendo sempre di più la buona causa.

A chi si rivolge questo testo?

Questo manuale pratico si rivolge a diversi tipi di lettori: in primo luogo, com'è logico, ai fundraiser, a cui offre strumenti e concetti operativi di sicuro interesse; ma serve anche ai membri dell'organo direttivo, specialmente se siedono all'interno di una commissione per il fund raising, permettendo loro di capire fino in fondo le priorità dei donatori. Il libro è però utile anche per gli altri componenti del personale volontario e retribuito che si occupano di fund raising, in quanto mette in luce l'importanza di tutte le componenti del caso, nonché il modo in cui vengono elaborate. Infine, per i segretari generali delle aziende nonprofit che non hanno fundraiser interni, questo testo è addirittura indispensabile perché funge da guida per alcune fasi essenziali del processo di raccolta fondi.

Contenuti

L'opera è divisa in 3 sezioni (definizione del concetto di *caso* e descrizione delle sue componenti; discussione delle varie espressioni del caso; interessi dei potenziali donatori) corredate di esercizi strutturati per rivedere (se l'azienda nonprofit fa già fund raising) o raccogliere (se l'azienda nonprofit non ha molta esperienza in materia di fund raising) le informazioni e i dati necessari per elaborare il caso per la raccolta fondi. Compilando i fogli di lavoro, il lettore potrà rivedere e valutare ancor più in profondità i materiali della sua azienda nonprofit.

La Sezione A offre un quadro completo del concetto di *caso per la raccolta fondi*, definendone i *termini chiave*, per poi spiegare che cosa occorra fare per elaborarlo, a chi competano le varie operazioni e come impostare un clima di collaborazione tra personale retribuito, personale volontario e membri dell'organo direttivo per elaborare, raffinare e rivedere regolarmente il caso. Gli esercizi e i fogli di lavoro contenuti in questa Sezione servono a esaminare le basi su cui si fonda il caso.

La Sezione B descrive una per una le componenti coinvolte nell'elaborazione del caso per la raccolta fondi, dette anche *risorse del caso*. Queste risorse vanno raccolte in un database a partire dal quale è possibile redigere la *dichiarazione del caso* e le varie *espressioni del caso*. Gli esercizi e i fogli di lavoro contenuti in questa Sezione servono a individuare e raffinare risorse del caso importantissime, ad esempio la mission, gli obiettivi strategici e il fabbisogno economico.

La Sezione C spiega come presentare le varie risorse del caso a diversi tipi di pubblico, verificando che rispondano alle esigenze dei costituenti a cui ci si rivolge per il fund raising e redigendo la dichiarazione del caso in modo efficace. Viene ribadita l'importanza di effettuare revisioni e verifiche continue dell'efficacia del caso per la raccolta fondi coinvolgendo tutte le figure principali dell'azienda nonprofit. Infine, vengono riassunti i principi dell'elaborazione del caso e i modi per presentarlo in modo efficace all'interno della dichiarazione del caso e delle risorse dello stesso.

Come si usa questo testo?

I vari capitoli di questo libro vanno letti in ordine, dall'inizio alla fine, svolgendo sistematicamente gli esercizi e compilando i fogli di lavoro: in questo modo, le conoscenze riguardanti il caso per la raccolta fondi si consolidano sempre di più nel corso della lettura. Il lettore potrà anche ripassare i capitoli precedenti via via che prosegue nella lettura: si accorgerà così che tutte le fasi dell'elaborazione del caso per la raccolta fondi sono concatenate tra di loro e che è possibile migliorarlo costantemente alla luce delle nuove idee che vengono suggerite.

Per massimizzare l'utilità di questo testo, si consiglia di riprenderlo in mano regolarmente, anche dopo aver esaurito la lettura: benché sia un manuale pratico, infatti, non è un manuale scolastico o universitario, da riporre su uno scaffale non appena superato il relativo esame! Per sfruttarlo in tutto il suo valore, bisogna servirsene sempre, ogni qual volta si rivede o si rinnova il caso per la raccolta fondi della propria azienda nonprofit.

Valerio Melandri

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