



Università  
Ca' Foscari  
Venezia



## **Percorso formativo “Università del volontariato”**

**Anno 2015/2016**

***Titolo: Fare Fund Raising: l'esempio di ADVAR***

**Tesina di Giancarlo Ranucci**



**UNIVERSITÀ**  
del **VOLONTARIATO**  
a Treviso

E' un'iniziativa promossa da:



Università  
Ca' Foscari  
Venezia



**Campus**  
**di Treviso**

In collaborazione con:



## **INDICE**

<b>INTRODUZIONE</b>	<b>Pag. 5</b>
<b>1 TERZO SETTORE</b>	
<b>1.1 Una risorsa per il Paese</b>	<b>Pag. 6</b>
<b>2 FUND RAISING, OVVERO L'ARTE DI AIUTARE A DONARE</b>	
<b>2.1 Al servizio del non profit</b>	<b>Pag. 8</b>
<b>2.2 Per un Fund Raising efficace</b>	<b>Pag. 9</b>
<b>3 L'ESEMPIO DI ADVAR</b>	
<b>3.1 Chi è ADVAR e cosa fa</b>	<b>Pag. 10</b>
<b>3.2 La raccolta fondi tradizionale</b>	<b>Pag. 12</b>
<b>3.3 Strumenti di raccolta innovativi on-line</b>	<b>Pag. 15</b>
<b>3.4 Promozione e comunicazione</b>	<b>Pag. 17</b>
<b>BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA</b>	<b>Pag. 20</b>



## **INTRODUZIONE**

Grazie al percorso formativo “Università del Volontariato” ho ricevuto una serie di nozioni e di informazioni assolutamente necessarie ad acquisire una conoscenza non superficiale dalla realtà delle organizzazioni che si occupano di fornire servizi e beni di utilità sociale, riuscendo a comprenderne meglio sia gli aspetti tecnico-organizzativi e di gestione sia gli aspetti più specificatamente umani.

Sono un “aspirante” volontario e, come tale, non ho mai svolto attività in alcuna associazione non-profit. Il presente lavoro si rivolge, o almeno prova a farlo, proprio a chi non ha una esperienza diretta del mondo del volontariato, fornendo una visione il più possibile esterna e non condizionata da fattori personali.

Nel capitolo primo si affronta l’argomento Terzo Settore con uno sguardo il più oggettivo possibile, cercando di sottolinearne l’importanza per la comunità intera sotto molteplici aspetti. Il capitolo secondo fornisce un quadro generale sulle attività di *fundraising*, ovvero di raccolta fondi, necessarie a rendere finanziariamente possibile il raggiungimento degli obiettivi delle associazioni. La terza, e più corposa parte, analizza nel dettaglio la realtà di una organizzazione della provincia di Treviso che opera nel campo dell’assistenza socio-sanitaria. ADVAR viene portata ad esempio sia per descrivere le potenzialità degli organismi di Terzo Settore in termini di contributo al benessere collettivo sia per l’efficacia della propria strategia di raccolta fondi.

## **1. TERZO SETTORE.**

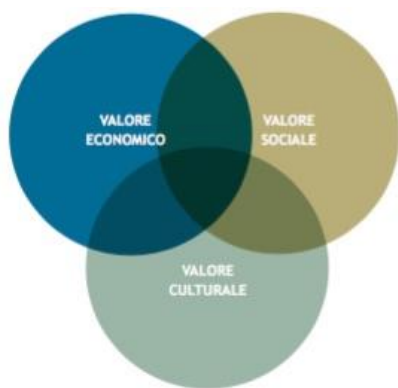
### **1.1 *Una risorsa per il Paese***

Con il termine Terzo Settore si intende quel complesso di enti privati che si pongono all'interno del sistema socio-economico e si collocano tra Stato e Mercato e che sono orientati alla produzione di beni e servizi di utilità sociale.<sup>1</sup> Il Settore viene qualificato come "Terzo" rispetto ai due settori tradizionali che sono lo Stato ed il Mercato. Le organizzazioni che operano nel Terzo Settore si pongono come fine ultimo l'incremento del benessere collettivo attraverso il perseguimento della pubblica utilità. Appare evidente, da queste prime considerazioni, che rafforzare il ruolo di questo settore costituisca una importante occasione di crescita per l'intero Paese.

I servizi di pubblica utilità negli ultimi anni hanno registrato una domanda crescente e sempre più differenziata. La risposta da parte delle amministrazioni locali a questi bisogni emergenti delle comunità non è adeguata a causa di molteplici fattori, tra cui le scarse risorse di bilancio a disposizione per la spesa sociale. Allo stesso tempo le imprese che operano per il mercato mostrano ancora uno scarso interesse verso la produzione di beni e servizi di utilità sociale. In questo contesto le organizzazioni che operano all'interno del Terzo Settore si pongono come forme alternative per il soddisfacimento di questi bisogni e costituiscono, pertanto, una importante risorsa per il sistema Paese. Il contributo del no-profit al benessere collettivo, concretamente realizzato attraverso la produzione di beni e l'erogazione di servizi, può essere misurato attraverso l'analisi di tre diverse tipologie di "valore aggiunto": *economico, sociale e culturale*.

---

<sup>1</sup> L. BRUNI, S. ZAMAGNI (2009)



**A. Valore aggiunto economico:** le organizzazioni di Terzo Settore contribuiscono in maniera significativa alla creazione di risorse materiali, economiche e finanziarie, in diversi modi. In primo luogo vengono prodotti beni e servizi che altrimenti non esisterebbero affatto o che dovrebbero essere interamente a carico delle amministrazioni locali con un conseguente aggravio della spesa pubblica o con l'utilizzo di fondi destinati ad altre attività. In secondo luogo attraverso un risparmio di risorse impiegate grazie

ad una maggiore livello di efficienza del processo di produzione/erogazione dei beni e servizi. La maggiore efficienza si deve in particolar modo al coinvolgimento degli operatori (volontari e dipendenti) nella *governance* dell'organizzazione che limita i comportamenti opportunistici e riduce i costi di controllo rispetto a quanto accade nelle aziende for-profit.

Una ricerca pubblicata da UnionCamere nel 2014 rivela che l'economia sociale in Italia ha prodotto *“oltre 66 miliardi di euro di valore aggiunto nel 2012, pari al 4,7% del reddito complessivo prodotto in Italia; 77mila imprese attive iscritte a fine 2013 nei Registri delle Camere di commercio, oltre 1 milione e 200mila occupati censiti nel 2011; una domanda di lavoro programmata per il 2013 che raggiunge le 73.500 unità, puntando sulla qualificazione delle risorse umane ma anche sull'inclusione sociale, con una spiccata apertura ai giovani, alle donne, agli immigrati e a quanti hanno avuto poche opportunità di studiare.”*<sup>2</sup>

**B. Valore aggiunto sociale:** è ormai ampiamente riconosciuto ed accettato che il benessere delle persone non è associato soltanto al soddisfacimento dei bisogni materiali ed immateriali, ma anche a quello dei bisogni di relazione. Le organizzazioni di Terzo Settore hanno un grande impatto sulla produzione di beni relazionali (dimensione interna) e di capitale sociale (dimensione esterna). Dal punto di vista interno, tra la leadership e gli operatori esistono relazioni basate su fiducia, cooperazione e lealtà in grado di creare rapporti robusti e duraturi. Inoltre negli operatori si sviluppa un grande senso di appartenenza all'organizzazione, uno spiccato spirito di squadra e la disponibilità all'aiuto reciproco. Dal punto di vista relazionale esterno il non-profit è creatore di “capitale sociale”, ovvero di tutte quelle condizioni che favoriscono l'azione sociale che sono tipicamente la fiducia, l'esistenza di norme di comportamento che le persone seguono autonomamente (senza coercizione) e la presenza di reti all'interno delle quali gli individui reperiscono gli strumenti per attuare la cooperazione. Appare chiaro che il valore sociale creato dalle organizzazioni no-profit è ben più elevato di quello prodotto attraverso la sola attività istituzionale e la realizzazione della propria *mission*. Infatti le organizzazioni sono veri e

<sup>2</sup> Unioncamere - <http://www.unioncamere.gov.it/>

propri fattori moltiplicativi di beni relazionali in grado di migliorare molto la qualità del tessuto sociale del territorio in cui operano.

**C. Valore aggiunto culturale:** la caratteristica che distingue gli organismi di Terzo Settore è quella di nascere sulla base di valori (equità, tolleranza, solidarietà, mutualità) contenuti negli statuti e che rappresentano le linee guida del loro agire. I principi fondativi, se si trasformano in azioni concrete, vengono recepiti e riprodotti dall'ambiente di riferimento. Questa componente del valore aggiunto può essere vista dunque come il contributo alla diffusione di valori nella comunità circostante, circostanza che determina anche una maggiore competitività del territorio.

## 2. *FUND RAISING, OVVERO L'ARTE DI AIUTARE A DONARE*

### 2.1 *Al servizio del non profit.*

Il termine Fundraising può essere tradotto in italiano in maniera semplice con l'espressione "raccolta fondi". La terminologia inglese, tuttavia, suggerisce un concetto più ampio. Infatti il verbo "to raise" (crescere, coltivare, sorgere) ci descrive un'azione più complessa della semplice raccolta di denaro. H. Rosso, uno dei maggiori teorici del fundraising, ha scritto: *"Il fund raising non è la scienza della raccolta dei fondi ma è la scienza della sostenibilità finanziaria di una causa sociale. Esso è un mezzo e non un fine"*<sup>3</sup> In questa ottica l'attività di fund raising va intesa come un complesso di azioni attraverso le quali l'organizzazione no-profit rende finanziariamente possibile la realizzazione della propria mission. Il fund raising è, pertanto, al servizio del Non-profit in quanto non è fine a se stesso ma ha come scopo principale quello di convogliare risorse sulla causa sociale che l'organizzazione si prefigge di realizzare.

In concreto fare fund raising significa:

- creare relazioni sociali in quanto opportunità per richiedere un sostegno;
- coinvolgere le persone all'interno della organizzazione;
- adeguare l'organizzazione al punto di vista dell'ambiente esterno e ai suoi bisogni;
- analizzare l'ambiente esterno con un approccio di marketing, individuando i potenziali sostenitori;
- promuovere e diffondere una richiesta di finanziamenti;
- gestire efficacemente le risorse umane, tecniche ed economiche necessarie;
- mantenere un rapporto positivo con i sostenitori, comunicando con essi.

---

<sup>3</sup> H. A. ROSSO & ASS. (1991)



Non bisogna mai dimenticare che il fund raising ha a che fare con le persone e con il generare rapporti duraturi che predispongono al dono. Il ruolo del fundraiser è creare rapporti di reciproco interesse, all'interno dello scambio sociale, tra chi chiede risorse e chi è potenzialmente disponibile a donarle.

Il fund raising riguarda tutta l'organizzazione e non solo una sua funzione o un suo organismo periferico. *“Il fund raising, infatti, è una disciplina che permette ad una organizzazione di passare dalla mera sopravvivenza alla sostenibilità e allo sviluppo. Ciò avviene riducendo la dipendenza finanziaria da un solo finanziatore e costruendo, nel contempo, un sistema di relazioni sociali che garantisca un maggiore impatto nella realtà sociale.”*<sup>4</sup>

Va, pertanto, elaborata una vera e propria strategia, intesa come un piano d'azione di lungo termine usato per impostare e successivamente coordinare le azioni tese a raggiungere uno scopo. Fondamentale per una strategia di successo è conferire centralità alla costruzione e al mantenimento di rapporti con i propri interlocutori (in quanto potenziali o effettivi supporter). Pertanto possiamo concludere che *“Il fund raising è l'attività di progettazione strategica necessaria a dare un senso alle singole attività di raccolta fondi, nel quadro degli obiettivi di una organizzazione.”*<sup>5</sup>

## **2.2 Per un Fund Raising efficace**

Per realizzare una raccolta fondi efficace si possono impiegare molteplici strumenti, dai più tradizionali (mercatini, cene, spettacoli, lotterie) a quelli più innovativi come il crowdfunding on-line, ma a prescindere da quali e quante tecniche utilizziamo, bisogna sempre:

- ✓ **Creare relazioni.** Prima di chiedere una donazione è necessario farsi conoscere, comunicare adeguatamente “chi siamo” e “cosa facciamo”, riuscire a stabilire una relazione con l'interlocutore.
- ✓ **Parlare la stessa lingua delle persone a cui ci rivolgiamo.** Bisogna conoscere le persone a cui parliamo, comprendere ciò a cui tengono, conoscerne il pensiero ed il linguaggio affinché il nostro messaggio faccia centro.
- ✓ **Avere un problema da risolvere.** Dare al donatore un ostacolo da abbattere, uno specifico progetto da realizzare. Le persone vogliono contribuire al cambiamento, migliorare la situazione e poter vedere risultati tangibili.
- ✓ **Conoscere il potere dell'emozione.** Capire quali emozioni generano nelle persone il desiderio di donare (valori personali, religiosi, auto-realizzazione, voler contribuire alla causa).
- ✓ **Non essere autoreferenziali.** In primo luogo deve essere la 5 a parlare per noi. Costruire una solida e buona reputazione non farà mancare gli “ambasciatori” per la nostra organizzazione.

---

<sup>4</sup> M. NORTON (1996)

<sup>5</sup> W. E. LINDHAL (1992)

- ✓ **Coinvolgere tutti.** Ciascun operatore deve essere coinvolto nella raccolta fondi, non solo materialmente, ma soprattutto comunicando all'esterno i valori dell'organizzazione e contribuendo alla costruzione di una precisa e positiva identità.
- ✓ **Essere trasparenti.** I sostenitori devono essere tenuti sempre al corrente degli aspetti salienti della gestione con comunicazioni periodiche, chiare ed efficaci.

### 3. L'ESEMPIO DI ADVAR

#### 3.1 *Chi è ADVAR e cosa fa*



ADVAVAR è l'acronimo di Assistenza Domiciliare Volontaria Alberto Rizzotti. L'associazione è nata nel 1988 dalla volontà e dall'impegno della presidente Anna Mancini, in seguito all'esperienza di malattia ed alla morte del marito, l'urologo Alberto Rizzotti. L'associazione opera nei territori della ULSS 9 del Veneto ed offre assistenza domiciliare e presso l'Hospice "Casa dei Gelsi" ai malati in fase avanzata. Il valore fondamentale su cui si fonda l'attività dell'associazione è quello di **garantire e**

**tutelare la dignità della vita**, che non smette mai di essere tale fino all'ultimo istante. La missione è quella di prendersi cura del malato nel suo saluto alla vita garantendo l'assistenza necessaria per alleviarne la sofferenza. Advav garantisce assistenza di elevato livello professionale grazie ad una equipe multidisciplinare di professionisti costantemente aggiornati e formati sia da un punto di vista clinico che relazionale. Gli stessi volontari vengono selezionati e formati prima di poter operare all'interno dell'associazione ed in seguito sono costantemente seguiti e sostenuti nel loro importante lavoro attraverso la partecipazione costante a gruppi supervisionati da psicologi.

**L'assistenza domiciliare** è uno dei servizi essenziali offerti da ADVAVAR e viene svolta da medici ed infermieri direttamente presso l'abitazione del malato, se necessario anche quotidianamente. Inoltre, quando occorre, vengono forniti ausili quali sedie a rotelle, letti speciali, sollevatori e quanto altro utile alla particolare situazione del malato. Il servizio di consegna ausili viene gestito da un gruppo di volontari che ne cura la consegna, il successivo ritiro, lo stoccaggio, la manutenzione. I volontari del gruppo "consegna ausili" svolgono il servizio con una sensibilità ed un rispetto particolare verso il malato ed i familiari, ponendo una grande cura anche nei gesti e nelle parole da utilizzare. L'assistenza al domicilio, oltre che da medici ed infermieri, viene garantita anche dal gruppo dei volontari "di assistenza" che sono vicino ai malati ed alle famiglie con la loro presenza fatta di aiuti concreti, di parole e, spesso, di silenzi carichi di significato.

**Casa dei Gelsi** è il nome dell'hospice che accoglie ammalati e famiglie in un luogo tranquillo ed ospitale. Attualmente la "Casa" ha 12 posti letto in stanze singole con bagno privato ed accesso al

giardino oppure al terrazzo e la possibilità di arredare la camera con oggetti personali. I familiari hanno accesso alla struttura senza limiti di orario. Vengono garantite assistenza professionale sanitaria e psicologica. All'interno dell'hospice si percepisce pienamente lo spirito che muove tutti in Advar, ovvero l'amore ed il rispetto per la vita. La struttura si affaccia su un meraviglioso giardino, con un bel laghetto abitato da tartarughe, pesci e ninfee. Non di rado si vedono gli ospiti, le cui condizioni fisiche lo permettono, godersi dal vivo la bellezza e la tranquillità della natura insieme ai propri cari. Il giardino, così come la manutenzione di tutta la struttura, è curata da un cospicuo ed affiatato gruppo di volontari che, grazie alla loro opera, mantiene Casa dei Gelsi un luogo bello ed efficiente con un risparmio economico per l'organizzazione di diverse decine di migliaia di euro l'anno. La sofferenza degli ospiti e dei familiari viene alleviata anche grazie all'appuntamento settimanale chiamato "Giovedì in salotto", fortemente voluto dalla presidente Anna Mancini e gestita da alcuni volontari. Ogni giovedì (feriale o festivo che sia) dalle 17 alle 18, nel salotto della Casa, un ambiente caldo ed accogliente, vengono allestiti concerti, spettacoli, lettura di prosa o poesia. Nel salotto si avvicinano artisti affermati o emergenti, giovani, volontari e, qualche volta, anche qualcuno degli ammalati che regala la propria arte agli altri ospiti, a familiari, amici e volontari. Non sempre gli ospiti possono essere presenti a causa della loro condizione, ma le porte del salotto restano aperte affinché la musica e le parole possano raggiungere le stanze e sollevare lo spirito di chi le abita. In Casa dei Gelsi moltissimi servizi offerti agli ammalati o necessari per il funzionamento della struttura (biblioteca, cucina, magazzino, accoglienza, gestione audio-video sala conferenze, segreteria della sede) sono realizzati grazie all'attività dei volontari che permettono un grande risparmio di risorse, che possono essere utilizzate per dare assistenza ai malati.

Sono in corso i lavori per l'ampliamento dell'Hospice Casa dei Gelsi che vedrà quasi raddoppiata la superficie a disposizione, permettendo di accogliere più ammalati e fornire un numero maggiore di servizi.

**Rimanere insieme** è un servizio aperto a tutti, non solo alle famiglie di chi ha usufruito dell'assistenza di ADVAR, che offre la possibilità di partecipare in maniera gratuita a colloqui psicologici individuali e a gruppi di auto mutuo aiuto per affrontare il lutto. Il gruppo di Rimanere Insieme è impegnato anche in un importante "Progetto Scuola" di sensibilizzazione e formazione dedicato a coloro che hanno il delicato compito di accompagnare i giovani nel percorso formativo con responsabilità educative, nella scuola e in altre realtà.

Tutti i servizi offerti dall'ADVAR sono completamente gratuiti, dal novembre del 2004 è in atto una convenzione con l'ULSS 9 di Treviso per l'assistenza domiciliare e la degenza in Hospice. I costi coperti<sup>6</sup> tramite la convenzione sono

- 70% della copertura giornaliera della degenza in Casa dei Gelsi
- 20% dei costi sostenuti per l'assistenza domiciliare

Il resto dei costi viene coperto dall'associazione attraverso una capillare attività di raccolta fondi che analizzeremo nei prossimi paragrafi.

### **3.2 La Raccolta fondi tradizionale**

In ADVAR il gruppo di volontari che si occupa fattivamente di contribuire alla raccolta per l'autofinanziamento si è dato in nome di Argonauti<sup>7</sup> e, proprio come gli eroi della mitologia greca, si impegnano ad *“essere il vento che soffiava sulle vele affinché la rotta si compia”*. Il loro contributo è essenziale perché l'associazione possa finanziare la propria causa ed offrire l'assistenza in maniera totalmente gratuita e con gli elevati standard qualitativi che garantisce. Il gruppo, suddiviso in diversi sottogruppi, conta circa 150 persone e nel 2015 ha prestato servizio per complessive 36.720 ore lavorate, dato approssimato per difetto. Gli Argonauti si occupano di tutte quelle attività che non sono strettamente connesse con l'assistenza ai malati ed alle loro famiglie.

Abbiamo già accennato circa l'apporto in termini di risparmio di risorse economiche che si ottiene grazie al lavoro diretto dei volontari all'interno dell'organizzazione in mansioni necessarie al suo funzionamento. Questa può essere considerata una prima ed importante forma di raccolta fondi che possiamo definire *“indiretta”*, in quanto non connessa direttamente ad entrate in cassa ma che permette in ogni caso di liberare ingenti somme.

Per quanto riguarda la raccolta fondi diretta, i volontari Argonauti, coordinati da una energica ed inesauribile fonte di idee che risponde al nome di Antonella, realizza una enorme serie di piccole e grandi iniziative, che cercherò di riassumere schematicamente.

- **Creazione di idee solidali.** Bomboniere, composizioni, libretti per la cerimonia, biglietti di auguri, pergamene, decorazione di oggetti. Le volontarie contribuiscono alle varie fasi della creazione, dall'approvvigionamento dei materiali, la realizzazione della base e delle finiture, la stampa delle pergamene (compresa la fase grafica quando necessaria). Le creazioni vengono proposte con una donazione consigliata e senza limite minimo di ordine. L'attività oltre a

---

<sup>6</sup> Dati forniti da ADVAR attraverso il proprio sito internet <http://www.advar.it/La-Convenzione>

<sup>7</sup> Gli Argonauti furono quel gruppo di circa 50 eroi che, diede vita a una delle più note narrazioni della mitologia greca: l'avventuroso viaggio a bordo della nave Argo alla riconquista del vello d'oro

contribuire in maniera significativa alla raccolta fondi è un modo per far conoscere i valori dell'ADVAR anche agli ospiti di chi decide di utilizzare le creazioni solidali dell'associazione.

- **Cartoline per la solidarietà,** vengono distribuite all'interno di eventi promossi nel territorio Trevigiano e coinvolgono gli enti e le associazioni che le promuovono. I soggetti della cartolina sono elaborati da disegnatori professionisti e raffigurano personaggi ed interpreti della festa stessa. Si riceve la cartolina a seguito di una consumazione prestabilita a cui è abbinata.
- **Mercatini.** Le volontarie confezionano e ricamano prodotti che vengono poi esposti e venduti all'interno del mercatino permanente presso l'ADVAR ed in quelli esterni in occasioni di manifestazioni e festività.
- **Ultimo Commiato.** Spesso le famiglie dei defunti, richiedono la presenza al funerale di un rappresentante dell'associazione. Un gruppo di volontari si occupa di essere presente alla celebrazione con un punto informativo e di raccolta fondi.
- **Lotterie.** Nel 1998 fu organizzata la prima lotterie per raccogliere fondi allo scopo di iniziare i lavori di Casa dei Gelsi. Da allora vengono organizzate lotterie in occasione delle festività natalizie e pasquali e della marcia. I premi in palio sono spesso frutto di offerte da parte di privati ed Enti.
- **Lucilla.** Nel mese di novembre di ogni anno in alcune piazze del territorio della ULSS 9 di Treviso vengono installate delle bancarelle per la vendita di candele al fine di promuovere e sostenere ADVAR. Il nome Lucilla si ispira alla luce emanata dalla fiamma della candela, simbolo della speranza che non deve mai venir meno.
- **Marcia.** Uno degli eventi più grandi e complessi, da un punto di vista organizzativo, promosso dall'ADVAR per sensibilizzare il territorio verso i bisogni delle persone in fase avanzata di malattia. Il corteo si snoda lungo le vie del capoluogo trevigiano, passa per l'Hospice e si conclude con una grande pranzo. Secondo la presidente Anna Mancini *“la Marcia è una occasione importante di raccolta, sia di risorse economiche che di ideali. E' un momento di recupero e costruzione del senso di comunità”*.
- **Raccolta Monetine.** Vengono distribuiti presso i commercianti della zona (bar, tabacchi, farmacie, negozi vari) delle cassette, interamente realizzate dai volontari attraverso il recupero di contenitori in alluminio e l'applicazione della grafica ADVAR, per la raccolta di piccole offerte.
- **Ceste e Biglietti di auguri.** Vengono confezionate ceste e biglietti per gli auguri, personali o aziendali, in occasioni di festività o di altre ricorrenze. I biglietti sono personalizzabili nel testo e nella grafica.

- **Organizzazione eventi culturali.** Durante l'anno vengono promossi ed organizzati diversi eventi, quali concerti e spettacoli, presentazioni, convegni che hanno lo scopo oltre che di raccogliere fondi di far conoscere la realtà e l'opera dell'associazione.

Gli strumenti tradizionali per la raccolta fondi, come evidenziato, sono molteplici e variegati e vede impiegati in prima linea i volontari. Così come l'oceano è formato da piccole, così anche i grandi risultati in termini di raccolta fondi sono composti da tanti piccoli contributi. Ogni piccola occasione è ideale per dare un contributo alla causa. Tuttavia, al di là degli strumenti utilizzati, il successo della raccolta fondi si deve soprattutto alla passione con cui i volontari trasmettono all'esterno il proprio amore per ADVAR e per la mission che contribuiscono a realizzare. Ciascuno è ambasciatore dell'associazione e contribuisce, con la propria opera, a creare un'immagine positiva e degna della fiducia richiesta ai sostenitori.

### **3.3 Strumenti innovativi on-line**

La realizzazione dell'ampliamento di Casa dei Gelsi richiede un ingente e straordinario impegno finanziario da parte di ADVAR. Questo progetto ha richiesto uno sforzo fuori dal comune, in termini di raccolta fondi, ed il ricorso a forme di fund raising alternative a quelle tradizionali.

In particolare l'associazione ha partecipato all'iniziativa **Terzo Valore di Banca Prossima** (gruppo Intesa-Sanpaolo), ovvero *una piattaforma che consente alle persone – fisiche e giuridiche – di prestare denaro ai progetti non-profit in modo diretto, senza l'utilizzo di intermediari. Le organizzazioni non-profit trovano su Terzo Valore una nuova forma di finanziamento dei propri progetti, che si aggiunge alle risorse pubbliche e a quelle offerte dalle banche. I progetti sociali - che dimostrano di avere i requisiti per salire sulla piattaforma - possono trovare qui risorse sia in forma di tradizionali donazioni che di prestiti da parte dei privati Sostenitori e delle aziende. Vi sono sia criteri di selezione basati su alcune caratteristiche oggettive dell'organizzazione non-profit proponente, che criteri di ammissione del progetto stesso: la sostenibilità economica viene valutata con un'istruttoria creditizia, l'utilità sociale invece con un'istruttoria sociale più generale del progetto. Entrambe le istruttorie vengono eseguite da Banca Prossima, a garanzia della sostenibilità dei progetti sociali che accedono al prestito dei sostenitori. Chi presta trova ulteriore garanzia nel fatto che la banca è la prima a prestare l'importo necessario ai progetti attraverso un suo finanziamento a tassi di mercato (con il minimo di un terzo del valore richiesto). I Sostenitori sono così invitati a completare l'ammontare necessario alla realizzazione del progetto (un mix tra prestito e dono scelto dall'organizzazione nonprofit) entro 30 giorni dall'apertura della raccolta. L'ultimo, essenziale pezzo dell'equazione è la trasparenza: Terzo Valore ha la pignoleria di una banca nel richiedere ai debitori di rendicontare periodicamente i Sostenitori che hanno prestato sullo stato del progetto finanziato, dall'avvio dei lavori*

al pagamento dell'ultima rata.<sup>8</sup> ADVAR si è profusa in un impegno enorme per portare in porto questo progetto di raccolta fondi tramite la piattaforma informatica di crowdfunding<sup>9</sup> messa a disposizione da Banca

Prossima. Inizialmente è stato necessario promuovere l'iniziativa presso la platea più ampia possibile. In questa fase iniziale, oltre ad una pagina web dedicata all'interno del sito internet istituzionale della Onlus, sono stati organizzati una grande quantità di incontri con altre realtà associative locali, con negozianti, imprenditori e gruppi di vario genere, sono stati realizzati incontri culturali e spettacoli durante i quali è stato illustrato il progetto, soprattutto si è correlata la raccolta straordinaria con l'obiettivo concreto dell'ampliamento dell'Hospice. Si è cercato di raggiungere il più cospicuo numero possibile di persone con una intensa e mirata attività di promozione. L'annuale marcia è stata anch'essa occasione per informare e sensibilizzare il territorio sulla possibilità di diventare un "finanziatore sociale" di ADVAR. Conclusa la fase di promozione si è reso necessario mettere a disposizione di chi voleva contribuire gli strumenti necessari per aderire materialmente all'iniziativa. La procedura per la concessione del prestito, infatti, era totalmente on-line e non di facile esecuzione per tutti, in particolar modo per le persone in età avanzata. La responsabile del progetto di crowdfunding per ADVAR si è, quindi, attrezzata per raccogliere tutte le adesioni in un database e, successivamente, ha elaborato un calendario di incontri con ciascun finanziatore per l'inserimento a terminale della pratica sul portale di Banca Prossima. Il progetto è stato un ottimo esperimento di mix tra promozione di tipo tradizionale (incontri, marcia, spettacoli) ed utilizzo dei moderni strumenti di *crowdfunding*.

ADVAR, inoltre, aderisce al servizio "Il Mio Dono" offerto da banca UniCredit attraverso il quale è possibile effettuare una donazione senza commissioni tramite il sito [www.ilmiodono.it/org/advar](http://www.ilmiodono.it/org/advar) con carta di credito o addebitando il proprio conto corrente UniCredit, oppure disponendo un bonifico presso una delle oltre 4.000 agenzie UniCredit sparse sul territorio. La promozione di questa modalità di donazione viene effettuata nella pagina "come sostenerci" del proprio sito web e nella medesima sezione del periodico istituzionale dell'associazione.

Per finanziare i lavori dell'ampliamento di Casa dei Gelsi è stato creato un sito web dedicato al progetto e raggiungibile all'indirizzo [www.donamattone.it](http://www.donamattone.it). Dal sito web è possibile acquistare direttamente on.line un mattone al costo di 50 €. Sul mattone è possibile iscrivere un nome o una dedica. Tutti i mattoni acquistati, con la relativa iscrizione, formano "il muro" che viene poi virtualmente rappresentato nella specifica sezione del sito.



<sup>8</sup> <https://www.terzovalore.com/terzovalore/l-iniziativa>

<sup>9</sup> Il termine trae la propria origine dal crowdsourcing, processo di sviluppo collettivo di un prodotto. Il termine può riferire a iniziative di qualsiasi genere.

### 3.4 Strumenti di promozione e comunicazione

Promozione e comunicazione sono alla base del successo di qualunque raccolta fondi e, di conseguenza, fondamentali per il raggiungimento della sostenibilità finanziaria della causa sociale dell'associazione.

Nei paragrafi precedenti abbiamo già sottolineato quanto sia importante il ruolo dei volontari nella promozione dell'attività di ADVAR. Sono loro i primi ambasciatori che, grazie alla attività di assistenza e all'operato degli "Argonauti", contribuiscono alla solida immagine dell'associazione che ingenera nella comunità di riferimento la necessaria fiducia affinché si creino i presupposti necessari per il trasferimento di risorse. E' importante, però, allargare sempre più la cerchia dei possibili donatori, raggiungendo tutti i gruppi sociali, anche quelli che, per diverse ragioni (ad esempio l'età) non conoscono l'organizzazione o non hanno interesse verso la *mission*. In questa ottica si inserisce, ad esempio, l'iniziativa BIG MAMY. Il 7 maggio scorso, in occasione della festa della mamma, sono stati invitati bambini e ragazzi presso l'Hospice per realizzare un "lavoretto" con carta, stoffa, cartoncino ed altri materiali di riciclo da poter poi personalizzare e dedicare alla mamma. In quell'occasione erano presenti anche i Vigili del Fuoco di Treviso con il loro mezzo su cui i bambini sono potuti salire e farsi illustrare il funzionamento. L'occasione è stata utile per far conoscere l'Hospice ai genitori ed anche per portare all'interno di Casa dei Gelsi l'allegria e la gioia dei bambini ad alleviare la sofferenza degli ospiti. Dalla stessa di divulgare i valori di ADVAR in un ambiente giovane come quello dello sport è nato, in collaborazione con la società di rugby Ruggers Tarvisium, il torneo di TOUCH RUGBY che vede coinvolte diverse squadre della provincia. Inoltre dal 1990 vengono organizzati una serie di incontri culturali, ogni anno con un tema che fa da filo conduttore. Gli atti di questi incontri con la cittadinanza vengono raccolti e pubblicati in un volume. Gli eventi promozionali, organizzati direttamente o in collaborazione con altre realtà, sono ogni anno innumerevoli e di vario genere, spesso aperti all'intera cittadinanza altre volte dedicate a specifici interlocutori. La promozione è ovviamente supportata da adeguato materiale informativo cartaceo ed on-line, attraverso il sito web ed i canali social, soprattutto con il continuo aggiornamento dell'account Facebook (<https://www.facebook.com/advaronlus>) e del canale YouTube.

Per quanto riguarda la campagna di adesione al 5x1000, quest'anno si è scelto di chiedere la firma per uno specifico obiettivo, terminare i lavori di ampliamento, con una formula chiara e diretta (vedi foto).

Infine bisogna sottolineare ancora una volta l'importanza di una comunicazione chiara e trasparente sul fronte della rendicontazione delle risorse impiegate. Il canale principale attraverso cui vengono forniti dati precisi riguardo le risorse economiche impiegate nella gestione è il periodico ADVAR AMICI, che viene





stampato e distribuito fin dalla fondazione dell'associazione. Riporto di seguito le pagine relative ai

**Riconoscenza e gratitudine a quanti hanno contribuito alla realizzazione delle nostre iniziative**

dere che si registra una certa difficoltà a reperire fondi soprattutto da parte delle aziende per effetto, sicuramente, della crisi economica che ha interessato anche la nostra regione. A questo proposito si ricorda che l'Associazione e la Fondazione ADVAR avendo ottenuto il riconoscimento giuridico della Regione Veneto possono acquisire dalle aziende e da tutti coloro che hanno la Partita IVA, ovvero operatori commerciali, liberi professionisti ecc., mezzi finanziari deducibili fiscalmente conformemente all'art. 51, 7° comma lettera a) del DPR n. 917 del 22.12.1986. Le uscite registrano rispetto allo scorso anno un incremento alquanto modesto se rapportato all'attività svolta, in quanto, come negli anni scorsi, abbiamo goduto di molte prestazioni gratuite date a titolo di volontariato o di onorari veramente simbolici corrisposti ai relatori intervenuti ai convegni e agli incontri culturali.

La sezione di Treviso della Lega Italiana per la lotta contro i tumori, alla quale va un sentito ringraziamento, continuando una collaborazione iniziata sin dalla nascita dell'Associazione, finanzia i nostri corsi di formazione.

ENTRATE	
Quote associative	L. 24.506.035
Obolazioni	L. 110.882.000
Contributo da Fondazione ADVAR	L. 10.000.000
Interessi bancari e sopravvenienze	L. 4.316.699
Attività promozionali	L. 11.000.000
<b>Totale entrate</b>	<b>L. 160.534.644</b>
Disavanzo	L. 17.567.731
<b>Totale</b>	<b>L. 177.791.377</b>

USCITE	
Stipendi e collaborazioni	L. 86.056.647
Formazione e aggiornamento	L. 8.785.520
Attività istituzionali	L. 11.574.370
Attività culturali	L. 16.249.558
Amministrazione	L. 5.421.330
Assicurazione volontari	L. 3.552.000
Attrezzature e materiali	L. 7.329.731
Promozione	L. 4.211.289
Sede: ordinarie	L. 10.020.423
straordinarie	L. 24.285.300
<b>Totale uscite</b>	<b>L. 177.791.317</b>

Le uscite straordinarie si riferiscono per la quasi totalità ad alcuni residui lavori di ristrutturazione della sede essendo, l'accogliente arredamento, stato predisposto e offerto dalla

società Altana 2 che aveva molto generosamente contribuito al suo acquisto e alla sua ristrutturazione. Attualmente l'Associazione si compone di circa 600 soci.

### ASSISTENZA 1993 RENDICONTO DI UN ANNO

Il riferimento continuo per le famiglie delle persone assistite, per gli operatori e per i volontari. L'impegno particolare dedicato anche nel 1993 alla formazione di nuovi volontari - si è concluso a fine giugno il 5° Corso - ha permesso di utilizzare energie in più per l'assistenza.

La partecipazione degli operatori (medici, infermieri, psicologhe, coordinatrici) a Corsi di aggiornamento e Convegni, il cui onere è stato sostenuto dall'Associazione, ha offerto la possibilità di confrontare le proprie esperienze con quelle altrui e quindi di fornire un servizio assistenziale il più adeguato e qualificato possibile.

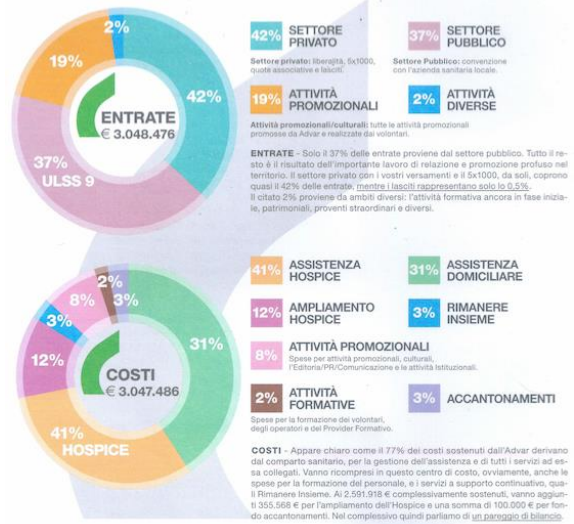
Le energie visibili (assistenza diretta) e "occulte" (assistenza indiretta) investite per assistere ciascun malato sono state, come ogni anno, moltiplicate: vediamo una sintesi visiva per una comprensione più completa e immediata.

La Casa dei "Carrarese" che la Cassamarca mette gentilmente a disposizione per ospitare gli incontri culturali ADVAR



## ANNO 2014: LE RISORSE ECONOMICHE

L'IMPORTANZA DEI NUMERI PER LA CONTINUITÀ



**CON IL VOSTRO IMPEGNO CONTRIBUITE AL 60% DELLE NOSTRE ENTRATE!**

Credeamo che questo numero parli da sé. Con le vostre numerose iniziative promozionali, le donazioni, i lasciti, il 5x1000 e le quote associative, **contribuite in modo fondamentale, e strutturale, al nostro "esistere"**. La vostra fiducia e il vostro sostegno ci spingono ad implementare sempre più la rete di servizi offerti, con un occhio... ovviamente ai costi!

**CON CALORE E GRATITUDINE, ATTRAVERSO QUESTE PAGINE, VI GIUNGA IL NOSTRO GRAZIE!**

dati economici del numero 4 risalente al 1994 e del n.50 del 2015.

(N.4 ANNO 1994)

(N.50 ANNO 2015)

L'evoluzione negli anni si vede non solo nella veste grafica più moderna ed accattivante, curata in ogni dettaglio, ma anche nella scelta dei dati da fornire. Nel 1994 l'informazione circa la gestione delle risorse veniva comunicata attraverso le cifre di ogni voce di bilancio, oggi si preferisce dare solo i risultati complessivi aggregati di entrate e costi, dividendoli nelle varie componenti di cui viene fornita la relativa percentuale di provenienza/utilizzo. Nella versione più moderna vengono ben evidenziate le differenze tra le entrate derivanti dal settore pubblico e quelle ottenute grazie a nostro settore privato ed all'attività di promozione e relazione con il territorio. Per quanto riguarda i costi si pone attenzione sulla elevata percentuale (77%) che viene sostenuta per il comparto sanitario. Infine grazie ad un primo box colorato si evidenzia come il contributo dei sostenitori copra il 60% delle entrate e con un secondo a fondo pagina si ringraziano, con calore e gratitudine, i donatori. La comunicazione dei dati finanziari è essenziale e deve essere fornita in maniera esaustiva ma chiara e diretta. In questo caso è evidente

come sia importante una grafica che, utilizzando colori e grafici, riesca ad essere di immediata lettura anche per coloro che non hanno dimestichezza con i numeri.

E' necessario non dimenticare mai che alla base del successo di qualunque strategia di raccolta fondi c'è sempre la capacità dell'organizzazione di creare, mantenere ed accrescere relazioni, durature e basate sulla fiducia.

## **BIBLIOGRAFIA**

H. A. ROSSO & ASS. (1991)

*Achieving excellence in fundraising – A comprehensive guide to principles, strategies and methods;*

M. NORTON (1996)

*The worldwide fundraiser's handbook;*

W. E. LINDHAL (1992)

*Strategic planning for fund raising – How to bring in more money using strategic resource allocation;*

HENRY ROSSO, EUGENE TEMPLE, VALERIO MELANDRI

*Il libro del Fund Raising: etica strategia e strumenti della raccolta fondi (2004).*

## **SITOGRAFIA**

<https://quistelliblog.wordpress.com>

<http://www.valeriomelandri.it/>

<http://www.unioncamere.gov.it/>

<https://www.unicreditfoundation.org/it/publications/terzo-settore-italia.html>

<http://www.advar.it/index.php>

<http://www.forumterzosettore.it/>