



Università
Ca' Foscari
Venezia



Percorso formativo “Università del volontariato”

Anno 2014-2015

DA MESSER DOMINEDDIO AL FUND RAISING SU MISURA

Nascita evoluzione e prospettive del Fund Raising in Italia

Tesina di Bortoletti Monica Tania



È un'iniziativa promossa da:



Università
Ca' Foscari
Venezia



Ca' Foscari
sostenibile



Campus
di Treviso

In collaborazione con:



FONDAZIONE CASSAMARCA
Bene Comune per il territorio di Venezia



INDICE

Introduzione

1 Il dono nelle società arcaiche

2 Le confraternite, i mercanti, messer Domineddio e la *contabilità della salvezza*

2.1 *Relazioni di reciprocità: i mediatori* 3

3 Fundraiser e predicatori

3.1 *Le tecniche della raccolta fondi* 4

4 La trasformazione degli istituti assistenziali

4.1 *La continuità dell'offerta* 5

4.2 *La selezione dei destinatari del dono* 6

4.3 *Dalla vocazione generalista del medioevo alla specializzazione* 6

4.4 *Oggi* 7

5 “L’invenzione” del fund raising

5.1 *Promotori, finanziatori e amministratori* 7

5.2 *I precursori* 8

6 L' associazionismo nell'Italia dell'Ottocento

6.1 *Le Società di mutuo soccorso e il rapporto con le istituzioni pubbliche* 9

6.2 *Organizzazione delle Società di mutuo soccorso* 10

6.3 *Istituti Pubblici di Beneficenza* 11

6.4 *L'opera delle nuove congregazioni religiose e il loro finanziamento* 11

6.5 *Oggi* 12

7 L' associazionismo nell'Italia del Novecento

7.1 *Influenza del Ventennio fascista nel settore dell'assistenza* 12

7.2 *Verso lo stato sociale e nuove forme di coinvolgimento pubblico e privato* 13

7.3 *La ripresa delle organizzazioni no profit* 14

8 Fund raising negli anni Novanta	
8.1 <i>Fundraiser e fund raising</i>	16
8.2 <i>Il fund raising e l'evoluzione della comunicazione</i>	16
8.3 <i>Le origini della comunicazione visiva nel fund raising</i>	17
8.4 <i>Oggi</i>	19
9 Il futuro del fund raising	
9.1 <i>Verso un fund raising "su misura"</i>	20

Conclusioni

Bibliografia

Sitografia

INTRODUZIONE

*“Chiedo scusa alla favola antica,
se non mi piace l’avara formica.*

*Io sto dalla parte della cicala
che il più bel canto non vende, regala.”*

G. Rodari, Alla Formica - Filastrocche in cielo e in terra

Nella Carta dei valori del volontariato leggiamo: «*Volontario è la persona che, adempiuti i doveri di ogni cittadino, mette a disposizione il proprio tempo e le proprie capacità per gli altri, per la comunità di appartenenza o per l’umanità intera. Egli opera in modo libero e gratuito promuovendo risposte creative ed efficaci ai bisogni dei destinatari della propria azione o contribuendo alla realizzazione dei beni comuni*». In altre parole, la sua attività è un dono e, secondo Jacques T. Godbout è un dono “*ogni prestazione di beni o servizi effettuata, senza garanzia di restituzione, al fine di creare, alimentare o ricreare il legame sociale tra le persone*”.¹

Io sono una volontaria, metto a disposizione il mio tempo, le mie competenze e la mia passione. Lo faccio in modo libero e gratuito.

Perché? La risposta più semplice che posso dare è che pensare di poter essere utile a qualcuno mi rende felice. La libertà che provo nel donare è un’emozione irrinunciabile, perché proprio con il dono posso creare relazioni e legami sempre nuovi e diversi.

Per essere promotrice di proposte innovative ed utili, ho cominciato a pensare anche alla mia formazione e, nel progetto pilota per il Veneto “Università del Volontariato”, nato a settembre e parte del progetto d’Ateneo “Ca’ Foscari Sociale” frutto della collaborazione fra i CSV di Milano e Treviso, ho trovato i giusti riferimenti per crescere nelle mie competenze.

Nella mia esperienza di volontaria in un’associazione culturale ho sperimentato quanto sia frustrante aver un buon progetto ma non avere i fondi per realizzarlo. Quindi per rendere stabile l’associazione di cui faccio parte e per contribuire alla realizzazione della sua mission, è stato inevitabile prendere atto che la ricerca di contributi costituisce un problema, per affrontare il quale sono necessarie competenze specifiche. Per questo ho

¹ Aime Marco, introduzione Saggio sul dono di Mauss Marcel

scelto il percorso di introduzione al Fund Raising che l'Università del Volontariato ha inserito nel suo articolato calendario di corsi.

Fund Raising è un'espressione inglese che può essere tradotta semplicemente con raccolta fondi, ma il verbo to raise ha anche il significato di: far crescere, coltivare, sorgere, implica quindi un'azione volta a sviluppare l'attività di ricerca dei fondi necessari a sostenere un'azione senza finalità di lucro.

A guidare la mia ricerca è stata la riflessione sul dono, sui suoi elementi costitutivi – dare, ricevere, ricambiare – e sulla persistenza di tali elementi in quelle che, fin dall'antichità, possono essere considerate attività con caratteristiche riconducibili al fund raising.

Ho cercato soprattutto di definire chi siano stati coloro che, nel tempo, hanno assunto il ruolo di chi motiva al dono i contemporanei, quali strategie abbiano adottato per favorire la nascita di relazioni durature finalizzate al dono, e quali tra queste strategie continuino ad essere parte integrante delle moderne tecniche di raccolta fondi.

Ho cercato anche di dare uno sguardo al futuro: Valerio Melandri² auspica si arrivi a mettere in campo una serie di realtà organizzate di fundraiser, che si dedichino in modo sinergico all'analisi strategico-organizzativa dell'azienda no profit per realizzare un "*fund raising su misura*", che si adatti quindi alla realtà italiana, che si presenta eterogena e ancora poco strutturata.

² Prof. Valerio Melandri, pioniere della disciplina del fundraising nelle università italiane, Direttore del Master in Fundraising dell'Università di Bologna, Visiting Professor alla Columbia University di New York e Presidente dell'Associazione Festival del Fundraising“

1 Il dono nelle società arcaiche

Per capire cosa significa fund raising è necessario partire dall'inizio e cercare di conoscere le diverse dinamiche che generano il dono e il rapporto che si instaura di conseguenza tra le persone.

Infatti: *“Ciò che apre la strada al dono è la volontà degli uomini di creare rapporti sociali, perché l'uomo, non si accontenta di vivere nella società e di riprodurla come gli altri animali sociali, ma deve produrre la società per vivere”*.³

Nelle società arcaiche della Polinesia, lo scambio cerimoniale dei doni, finalizzato al reciproco riconoscimento e all'affermazione di prestigio, era condizione necessaria per aprire ad un successivo scambio mercantile.

Nella Grecia del IV secolo a.C., i membri più eminenti della comunità partecipavano alla *liturgia*, una sorta di finanziamento privato che permetteva di associare facilmente a una fonte immediata di reddito ogni spesa pubblica, che poteva essere di tipo militare o civile (festività religiose, gestione e mantenimento della palestra cittadina, finanziamento dei membri del coro presso il teatro). Il finanziamento era donato in forma volontaria e il benefattore ne ricavava gloria personale e per la famiglia.

In Italia, in epoca romana, il privato donava alla collettività i propri beni e si faceva anche carico di ristrutturare strade, edifici pubblici, non solo per ricavarne prestigio personale ma anche perché il dono era inteso come una sorta di obbligo sociale (evergetismo).

L'antico codice ebraico della Tzedakah - una raccolta di insegnamenti e regole sul valore degli atti di bontà, giustizia e beneficenza - annovera la possibilità di sollecitare i donatori introducendo così una figura simile a quella dell'attuale fundraiser.

Qualunque sia la motivazione, vantaggio commerciale, prestigio personale, obbligo sociale, il dono si rivela in ogni caso promotore di relazioni.

2 Le confraternite, i mercanti, messer Domineddio e la contabilità della salvezza

Ovvero come le confraternite, attraverso le opere di carità suggerite a uomini e donne facoltosi, riuscirono ad aiutare per secoli i poveri ed i bisognosi.

Nel contesto delle città medievali, quando la disparità tra povertà e ricchezza creò un diffuso disagio sociale e la povertà diventò un grosso problema per i governanti, le confraternite, a causa dell'assoluta mancanza di assistenza pubblica, ebbero un ruolo rilevante nel soccorrere il prossimo in difficoltà e fin dal tardo Medioevo si diffusero in modo capillare, raggiungendo una notevole capacità organizzativa.

³ Aime Marco, introduzione *Saggio sul dono* di Mauss Marcel, p.XIII

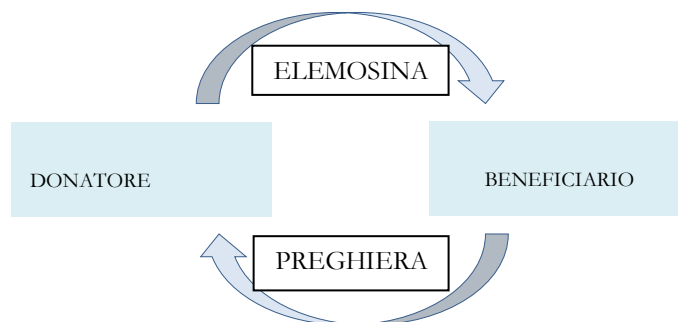
Si trattava di sodalizi laici, gli aderenti operavano in modo volontario ed erano animati da una vocazione civica e cristiana. Punto aggregativo e operativo di queste attività furono gli ospedali, *hospitali*, luoghi pii che offrivano non solo assistenza ai malati, ai pellegrini, agli orfani o ai bambini abbandonati, ma promuovevano anche attività di solidarietà come la distribuzione di viveri e vestiario ai poveri ed ai disagiati. Una particolare attenzione era riservata anche alla ricerca dei “vergognosi”⁴, cioè di quelle persone decadute dal loro rango che trovavano disonorevole rivelare la loro condizione.

Tra il ‘200 e il ‘300, quando l’emergente società mercantile si trovò a dover risolvere l’importante problema spirituale che in quel periodo si presentava: il conflitto cioè tra accumulazione della ricchezza e possibilità della salvezza ultraterrena, furono i predicatori - in special modo quelli appartenenti agli ordini mendicanti - ed i confessori, ad indicare agli abbienti l’elemosina come la strada più sicura per raggiungere la salvezza; ammonendoli e invitandoli a compiere gesti di generosità verso i poveri.

Dal basso medioevo fino alla prima età moderna i predicatori sollecitarono un particolare rapporto di reciprocità tra donatori e beneficiari: i mercanti e gli abbienti erano chiamati a praticare elemosine spirituali e corporali, mentre dal canto loro i beneficiari che ne usufruivano avrebbero pregato per le anime dei donatori propiziandone la salvezza.

Secondo San Bernardino da Siena *“I ricchi sono di necessità alle repubbliche, e i poveri sono di necessità ai ricchi”*, chiaro quindi il duplice registro cristiano e civico che avrebbe dovuto ispirare chi disponeva di risorse economiche. (Figura 1)

Figura 1- **Principio di reciprocità.**



Le prediche non cadevano nel vuoto e spesso portavano frutto, infatti, nei libri contabili di molte grandi compagnie mercantili e bancarie, attive in Toscana e nel Veneto, accanto ai conti intestati ai soci apparvero conti intestati a “*messer Domineddio*” sul quale venivano

⁴ Oggi si chiamano *nuovi poveri* “*si tratta di famiglie della classe media di soggetti che hanno difficoltà a ricollocarsi quando perdono l’occupazione. Una realtà che è difficile da far emergere. Perché molte famiglie tendono a nascondere il proprio stato di povertà, per non farlo sapere a vicini o condomini, perché semplicemente si vergognano*” Mons. Feroci Caritas Roma, Luglio 2014

regolarmente versate quote degli utili, destinate ad alleviare le condizioni dei poveri considerarti suoi rappresentanti sulla terra. Lo scambio mercantile volto al perseguimento del profitto e il dono indirizzato a fini caritativi si trovarono così intrecciati nella funzione contabile che costituiva il fulcro dell'azienda mercantile.

Sul piano economico e sociale questa *contabilità della salvezza* si rivelò particolarmente efficace, infatti, i privati facoltosi, in punto di morte, conferivano a enti religiosi e caritativi tutto il loro patrimonio o parte notevole di esso. Un eccezionale numero di lasciti testamentari si registrò verso metà del Trecento quando una pandemia di peste provocò una profonda e diffusa sensazione di insicurezza personale e collettiva.

2.1 Relazioni di reciprocità: i mediatori

Il ruolo dei predicatori così come quella dei confessori e dei notai, che raccoglievano le volontà testamentarie dei mercanti ed erano in grado di orientarne le decisioni, fu di fondamentale importanza nello stimolare e nel promuovere le donazioni.

Il loro modo di agire è sovrapponibile a quella del moderno fundraiser, con la loro azione, infatti, diedero origine proprio a quegli scambi sociali non equivalenti⁵ che consentirono la continuità delle attività caritative promosse dalle confraternite.

Il fund raising, oggi

Il **fund raising**, prima ancora che un'azione di raccolta di denaro, è una attenta gestione delle relazioni umane, istituzionali e sociali di una organizzazione con il proprio ambiente (e quindi delle reti e delle dinamiche attraverso cui tali relazioni si sviluppano). Ciò costituisce una precondizione per rendere possibile la richiesta – e, d'altra parte, l'esborso – di risorse economiche.⁶

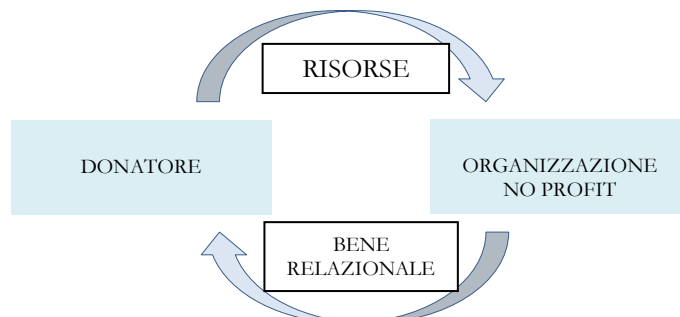
Non si tratta di scovare soldi nelle tasche dei donatori, bensì di costruire relazioni/scambi che consentano a delle persone (*i donatori che mettono a disposizione le risorse economiche, i beni materiali o le collaborazioni professionali*) di aiutare altre persone, *che appartengono alle organizzazioni no profit*, a realizzare la “buona causa” dell'organizzazione che è sempre per il bene comune. Lo scambio non potrà mai essere equivalente in termini economici, si tratterà di uno scambio di valori: a fronte di un bene economico l'organizzazione restituirà un bene di natura immateriale, il senso di

⁵ “Il fund raising esiste quando c'è uno scambio economico non equivalente”, Rosso Hank, R. Tempel Eugene, Melandri Valerio, *Il libro del fund raising*, RCS Libri, Milano 2004, p. XXIV.

⁶ (K. Burnett, *Friends for Life. Relationship Fundraising in Practice*, London, The White Lion Press, 1996)

appartenenza, l'amicizia, l'affetto. Il fundraiser diventa così una figura centrale e preparata che facilita queste relazioni, potrebbe anche essere definito il mezzo per unire "cuore e portafoglio", il rappresentante di una causa che qualcuno può decidere di finanziare o meno.⁷ (Figura 2)

Figura 2



Come detto in precedenza, il **fund raising**, prima ancora che un'azione di raccolta di denaro, è una attenta gestione delle relazioni umane, istituzionali e sociali di una organizzazione con il proprio ambiente.

La persona al centro delle relazioni che si instaurano tra donatore e organizzazione no profit è il fundraiser, che deve essere onesto ed equo nel trattare con le due parti, dare prova di affidabilità e saper mantenere fede alla parola data.

Il suo compito è quello di capire la *mission* dell'organizzazione e mettere in atto tutte quelle attività di informazione e sensibilizzazione dei donatori rendendoli così artefici della buona riuscita del progetto.

*L'impegno per il bene comune si trova alla base del concetto di mission ed è il cardine di una comprensione etica delle azioni compiute dai professionisti della raccolta fondi.*⁸

3 Fundraiser e predicatori

3.1 Le tecniche della raccolta fondi

Oggi li chiamiamo fundraiser ma nel Quattrocento, chi aveva queste caratteristiche ed era in grado di suscitare grandi correnti di opinioni e mobilitare folle di persone erano i predicatori, in particolare gli appartenenti al movimento dell'Osservanza francescana, uno fra tutti San Bernardino da Siena. La parola dei predicatori incideva veramente nella vita cittadina e non solo attraverso la schietta denuncia delle ingiustizie sociali, ma anche per mezzo della promozione di opere che contribuivano alla soluzione concreta dei problemi. L'istituzione dei Monti di pietà e l'avvio di altre attività assistenziali fu resa possibile grazie

⁷ Rosso Hank, R. Tempel Eugene, Melandri Valerio, Il libro del fund raising - p. XXV

⁸ Melandri Valerio, Manuale di Fundraising P.462

alla loro capillare predicazione. I predicatori/fundraiser favorivano la raccolta di un capitale iniziale a favore di progetti ben definiti e, se necessario, favorivano successivamente ulteriori donazioni destinate a consolidare finanziariamente l'istituzione. Nella loro predicazione ricordavano sempre la "buona causa"⁹ ed il beneficio generale che tutta la cittadinanza ne avrebbe tratto.

Tra il Cinquecento ed il Settecento sono sempre i predicatori ad ispirare la carità cristiana dei benestanti, ma le donazioni diventano anche strumenti al servizio dello status sociale del benefattore: in cambio del dono egli riceve prestigio e visibilità.

Con il cambiamento del sentire del donatore cambiano anche le tecniche di raccolta fondi. I più attenti a questa trasformazione furono i Gesuiti che prontamente unirono la loro abilità di predicatori alla capacità di individuare nell'alta società potenziali donatori, selezionati per ricchezza e posizione sociale, con i quali stabilire strette relazioni spirituali. In special modo gentildonne di alto rango furono tra le più assidue sostenitrici delle iniziative proposte dall'ordine. Interessante sottolineare come recenti statistiche segnalino che le donne, indipendentemente dal loro reddito, donino il 40% più degli uomini.¹⁰

4 La trasformazione degli istituti assistenziali

4.1 La continuità dell'offerta

Tra il XIV e XV secolo ci fu notevole incremento degli istituti assistenziali, a Firenze si contavano 30 ospedali con almeno mille posti letto, a Siena 55, a Bologna e Roma 25, a Milano solo una decina ma di grandi dimensioni.

Le spese che gli istituti dovevano affrontare erano ingenti e quindi fu di vitale importanza poter contare sulle entrate economiche che furono garantite dalle elemosine, dal versamento di quote associative, dai lasciti e dalle donazioni.

In particolar modo la raccolta di elemosine fu organizzata sistematicamente e praticata in modo capillare. Le cassette per le elemosine erano collocate nelle chiese in punti strategici e nei momenti di crisi i confratelli andavano di casa in casa a mendicare raccogliendo doni in natura o in moneta. Particolare attenzione era riservata alle cerimonie pubbliche, le feste del patrono e quelle in corrispondenza dei cicli liturgici. Altro interessante strumento per sollecitare donazioni fu la concessione di indulgenze da parte delle autorità ecclesiastiche. Verso la fine del Quattrocento a Padova l'Ospedale di Sant'Antonio finanziava così le sue attività a sostegno dei poveri. Un'altra modalità di

⁹ Si tratta del buon motivo per cui qualcuno dovrebbe avere intenzione e voglia di ascoltare la nostra richiesta ed assecondarla; la mission, dunque, ma dal punto di vista del donatore.

¹⁰ <http://www.vita.it/it/article/2012/05/09/donne-piu-generose-degli-uomini/118032/>

raccolta fondi fu la richiesta di quote associative o contributo annuale da parte dei confratelli, pratica molto diffusa nelle Scuole veneziane in epoca medievale e successivamente nelle corporazioni d'arte nel Regno di Napoli.

La combinazione di offerte spontanee e di redditi da beni immobili costituiva il meccanismo di finanziamento più idoneo per gli enti assistenziali e contribuì alla loro maturazione istituzionale. Grazie anche all'appoggio delle autorità pubbliche, che riconoscevano l'utilità sociale dell'azione svolta dagli istituti, questi assunsero un ruolo così importante nell'economia cittadina da diventare artefici di quella che è stata definita una *economia della carità*.

4.2 La selezione dei destinatari del dono

Fin dai primi decenni del Cinquecento poi la crisi religiosa provocata dalla Riforma ed il dilagare della povertà come piaga sociale, contribuirono ad un netto cambiamento nel modello delle donazioni che fino allora avevano sostenuto gli enti caritativi.

La beneficenza privata subì un forte calo e, al fine di non disperdere le risorse, fu orientata verso enti in grado di aiutare chi fosse veramente bisognoso.

Si cominciò, infatti, distinguere tra “falsi” e “veri” poveri, tra una povertà tradizionale caratterizzata da rispettabilità, familiarità e origine locale ed una “povertà nuova” e inquietante contraddistinta dal vizio, dall'anonimato e dalla provenienza esterna, il che comportava una mediazione e una guida capace di garantire tanto la destinazione, quanto l'efficacia dell'azione caritativa, da qui, ad esempio, l'istituzione a Genova nel 1540 di un ufficio dell'elemosina dei poveri, a Roma di un'apposita commissione che rilasciava una *licenza di mendicizia*.

4.3 Dalla vocazione generalista del medioevo alla specializzazione

A Bologna nel 1563 fu inaugurato l'Ospedale dei Mendicanti in grado di accogliere fino a 800 indigenti, così come nelle principali città italiane, durante tutto l'arco dell'età moderna, vennero realizzati alberghi dei poveri.

Ci fu un vero e proprio rinnovamento nel concepire le istituzioni assistenziali, dalla vocazione generalista del medioevo alla specializzazione, se così si può dire, dell'assistenza. Alla capacità di offrire servizi mirati seguì una crescente affidabilità delle istituzioni che si dotarono di quadri dirigenziali stabili e professionali. Il servizio fornito da questi enti era di utilità pubblica, ma stava mutando anche l'atteggiamento dell'autorità politica, che condizionata dal nascente pensiero illuminista, cominciando a ravvisare nel

sistema assistenziale una potenziale causa del riprodursi della povertà, iniziò a scoraggiare la previdenza, cercando di evitare che la carità si mutasse in un danno sociale favorendo l'ozio.

Alcuni casi di scarsa trasparenza nella gestione finanziaria delle congregazioni, la progressiva ingerenza delle istituzioni pubbliche nella loro conduzione, alimentò inoltre il sospetto e la disaffezione dei donatori, contribuendo alla riduzione della partecipazione dei privati e alla netta diminuzione delle donazioni.

Nel corso del Settecento a Milano i lasciti testamentari si ridussero di due terzi rispetto al secolo precedente con inevitabili pesanti ripercussioni sugli istituti di assistenza.

4.4 Oggi

Nel moderno fund raising l'organizzazione nel programmare le azioni di raccolta fondi deve tener conto di tutti i tipi di donatori, al fine di massimizzare il risultato.

La *Piramide delle Donazioni* mostra i vari gradi di coinvolgimento dei donatori, alla base si trova l'universo dei potenziali donatori, nella fascia successiva le prime donazioni fatte da un sostenitore (possono essere donazioni casuali).

L'ente deve quindi riuscire ad agganciare il donatore e portarlo al terzo livello cioè rinnovare la propria donazione. Al quarto vi sono le grandi donazioni, mentre al quinto troviamo le raccolte di capitali che derivano da un rapporto ormai consolidato e personale con il donatore, tale rapporto potrà



portare il donatore ad arrivare all'apice della piramide dove vi sono i lasciti e le eredità.

5 “L’invenzione” del fund raising

5.1 Promotori, finanziatori e amministratori

Europa, dal 1856 i congressi internazionali delle maggiori organizzazioni caritative europee ponevano il problema di una carità scientifica ed organizzata che potesse andare

oltre la beneficenza individuale. In questi grandi meeting i congressisti non si riconoscevano in un'appartenenza ideologica o religiosa bensì si ritrovavano accomunati dalla stessa volontà di modernizzazione dell'attività di beneficenza e dalle competenze e professionalità specifiche, acquisite "sul campo" dell'assistenza. La nascita di quello che diventerà il moderno fund raising può essere quindi individuata proprio in questo periodo e in Europa.¹¹

America 1889, Andrew Carnegie¹² scrive un saggio sui modi in cui le persone abbienti, come Carnegie stesso, debbano utilizzare il loro denaro. Benché non sia religioso, egli parla in termini di amministrazione di ricchezze che "non sono solo nostre": afferma cioè che le persone molto ricche hanno un obbligo morale di "gestire" la propria ricchezza nel corso della vita.

Si fa risalire a lui, a John D. Rockefeller¹³ e ad altri filantropi statunitensi, l'*invenzione* del moderno fund raising. Carnegie e Rockefeller non furono dei fundraiser bensì dei donatori e gli iniziatori delle prime fondazioni filantropiche che al loro interno impiegarono uomini e donne specializzate ad "erogare in modo scientifico e organizzato" i fondi.¹⁴

5.2 I precursori

Anche se la nascita del fund raising è fatta risalire alla seconda metà dell'Ottocento, in Italia, già fra Trecento e Quattrocento alcuni ricchi mercanti oltre a contribuire al potenziamento della beneficenza tramite lasciti e donazioni, assunsero il triplice ruolo di promotori, finanziatori e amministratori. Si deve a loro l'origine dei principali consorzi elemosinieri milanesi come dei i quattro maggiori ospedali fiorentini. Fu il ricchissimo Francesco di Marco Datini a far costruire l'Ospedale degli Innocenti: la prima istituzione di assistenza al mondo tutta dedicata ai bambini.¹⁵ Non si trattò di una semplice donazione,

¹¹ Farolfi Bernardino e Melandri Valerio, *Il fund raising in Italia-Storia e prospettive*, P.95

¹² Andrew Carnegie (Dunfermline, 25 novembre 1835 – Lenox, 11 agosto 1919) è stato un imprenditore britannico naturalizzato statunitense. Parti giovanissimo dalla natia Scozia per andare in America in cerca di fortuna, e dopo aver svolto vari lavori (alcuni di questi molto umili e faticosi) riuscì ad arricchirsi grazie al suo talento negli affari. Fu un uomo molto ricco: il suo patrimonio, rivalutato in dollari del 2008, sarebbe il secondo più alto di sempre. All'età di 65 anni vende le sue società al banchiere J.P. Morgan per 480 milioni di dollari e dedicherà il resto della sua vita alle attività filantropiche.

¹³ John Davison Rockefeller (New York, 8 luglio 1839 – Ormond Beach, 23 maggio 1937) è stato un imprenditore e filantropo statunitense. Influyente capitalista e industriale americano, fu il riformatore mondiale dell'industria petrolifera e la portò a una espansione senza precedenti: in questo settore fondò la Standard Oil, una delle più grandi compagnie di sempre. Viene definito come l'uomo più ricco di tutti i tempi. Fu anche un grande filantropo, e al suo ritiro definitivo dagli affari donò gran parte del patrimonio in beneficenza.

¹⁴ Rosso Hank, R. Tempel Eugene, Melandri Valerio, *Il libro del fund raising*, p.XX

¹⁵ Figura di transizione tra l'uomo medievale e quello moderno, Datini rappresenta un significativo esempio di mercante del primo Rinascimento nel cui animo l'audacia per gli affari era in conflitto con alcuni principi religiosi. Come gli altri mercanti considerava legittima e socialmente utile la ricchezza conquistata con la fatica e il rischio; per loro taluni comportamenti non del tutto leciti, come l'applicazione del tasso di interesse

Datini svolse una molteplicità di funzioni complementari, sollecitò e trovò ulteriori contributi da altri uomini d'affari, si assicurò l'approvazione delle autorità comunali e garantì alla nuova struttura il sostegno economico a lungo termine della potente arte della seta.¹⁶

A distanza di secoli, possiamo riconoscere l'innovativa opera svolta da Francesco di Marco Datini nella definizione di fund raising data da M. Coen Cagli:

“l'insieme delle attività di un soggetto collettivo mirante a reperire le risorse economiche necessarie a raggiungere gli scopi che si propone, ovvero a rendere sostenibili le cause sociali da esso promosse”.

6 L' associazionismo nell'Italia dell'Ottocento

6.1 Le Società di mutuo soccorso e il rapporto con le istituzioni pubbliche

Nell'Ottocento, dopo l'unificazione nazionale (1861 nascita del Regno d'Italia), la nascita delle Società di Mutuo Soccorso (Sms) pose le basi di un nuovo sistema previdenziale e assistenziale, alternativo al tradizionale sistema caritativo di ispirazione cattolica. Furono una sorta di ponte fra le antiche corporazioni artigiane e le associazioni mutualistiche. Il loro obiettivo principale era quello di dare sussidio agli associati in caso di infortunio, vecchiaia e malattia, ma anche quello di sostenere le vittime di catastrofi naturali, guerre o epidemie mantenendo comunque viva l'attenzione verso i più poveri. La loro azione non si limitò alle realtà locali ma, in occasioni di gravi calamità, promossero raccolte fondi a favore dei territori colpiti posti in altre regioni d'Italia.

Lo stato unitario era consapevole dell'importanza delle Sms non solo come strumento di sussidiarietà di funzioni sociali non garantite dall'intervento pubblico, ma anche come strumento aggregativo, nonché di consolidamento del sentimento identitario italiano, quindi le incentivava e sosteneva facilitando le attività di fund raising presso i municipi.

Un'indagine svolta nel 1863, accertò la presenza in Italia di 17 mila Opere pie dotate di un patrimonio lordo complessivo superiore al miliardo di lire, cifra ragguardevole corrispondente a due volte le entrate dello stato e pari alla metà del debito pubblico.

Le Sms dimostrarono un carattere estremamente duttile e si occuparono anche di iniziative che esulavano dall'assistenza economica, diedero vita alle biblioteche circolanti,

o la speculazione sul mercato dei cambi, potevano trovare una valida compensazione nelle elemosine e in opere benefiche per la Chiesa e il culto.

www.toscanaoggi.it/Cultura-Societa/Francesco-Datini-il-pratese-simbolo-di-tutti-i-mercanti

¹⁶ Farolfi Bernardino e Melandri Valerio, *Il fund raising in Italia-Storia e prospettive*, Il Mulino, Bologna 2008, p.49

alle università popolari, a gruppi musicali e sportivi e a reti di organismi di varia natura: istituti di credito, opere pie, associazioni operaie.

Nel 1878 una nuova rilevazione statistica accertò che le Opere pie erano salite a quasi 22 mila ed il patrimonio lievitato a 1 miliardo e 900 milioni di lire.¹⁷ Gli istituti nati in questo periodo avevano finalità diverse rispetto alle Sms delle origini, molti promuovevano l'istruzione tecnico-professionale al fine di inserire nel mondo del lavoro i ragazzi meno abbienti e potevano contare su cospicue risorse monetarie attinte dalle Casse di risparmio o Banche popolari che si riconoscevano in queste finalità di sostegno dei ceti produttivi artigiani.

La beneficenza, che nel frattempo non era più prerogativa dei soli gruppi maschili, era alimentata sia dal sentimento religioso di pietà e carità che dal sentimento filantropico e dal civismo municipale.

A Bologna l'Opera pia di Davia Bargellini, fondata da un unico benefattore su precisa disposizione testamentaria, si proponeva di avviare ai lavori artigianali i ragazzi poveri dell'intera diocesi e l'Istituto Francesco Cavazza (uno dei suoi fondatori) assisteva ed avviava al lavoro i ciechi poveri della città.

6.2 Organizzazione delle Società di mutuo soccorso

Le nella fase costitutiva il patrimonio delle Sms era composto dalle quote sociali, che consentiva l'avvio delle attività, ma non era sufficiente per garantirne la continuità.

Dovevano quindi essere messe in atto delle strategie che garantissero nel tempo la loro sopravvivenza. Si svilupparono così tre principali modalità di raccolta fondi che esistono ancora oggi negli enti no profit: la raccolta annuale, la raccolta capitale e la raccolta mista.

Negli statuti di queste società erano previste due categorie di soci: gli effettivi, che godevano dei sussidi e delle agevolazioni e i non effettivi che pur non godendo di alcun beneficio economico, contribuivano alla vita delle Sms con elargizioni di denaro iniziali e periodiche e con attività di tipo professionale svolte gratuitamente (medici, avvocati).

Grazie all'attività delle Sms si assistette alla nascita di tecniche di fund raising che si utilizzano ancora oggi: come la creazione di comitati di persone dedite alla raccolta di offerte oppure, con lo scopo di incrementare le iscrizioni, il riconoscimento di un premio al socio che ne faceva entrare uno nuovo.

Verso la fine del 1800 diversi sodalizi svolsero anche servizi di erogazione mutui ai soci, a tassi moderati, capitalizzando le entrate generate dall'attività creditizia; altri utilizzarono

¹⁷ Farolfi Bernardino e Melandri Valerio, *Il fund raising in Italia-Storia e prospettive* P. 125

particolari strumenti finanziari emettendo delle obbligazioni allo scopo di finanziare specifiche opere.

6.3 Istituti Pubblici di Beneficenza

La legge Crispi del 1890 e il successivo regolamento emanato dal governo Giolitti nel 1904 determinarono un fatto nuovo: sancirono la trasformazione delle opere pie italiane in organismi laici sottoposti alla vigilanza pubblica e perlopiù concentrati nelle Congregazioni di carità, la cui costituzione fu resa obbligatoria in ogni comune del Regno.¹⁸

Le Congregazioni erano composte da un presidente e da un gruppo di membri il cui numero era variabile in base a quello degli abitanti del comune, i componenti della commissione erano nominati dal consiglio comunale tra persone competenti nella beneficenza.

Una statistica realizzata nel 1900 - "statistica della beneficenza" - mise in evidenza un'ulteriore crescita quantitativa delle istituzioni assistenziali pubbliche e il loro importante ruolo svolto a sostegno delle politiche sociali, mentre l'esborso degli enti locali per le spese sociali ammontava a 68.200.000 di lire, quello delle 27.078 istituzioni assistenziali pubbliche, che avevano patrimonio lordo stimato in oltre 2 miliardi e 200 milioni di lire, ammontava a ben 121.000.000 di lire.¹⁹

La stessa statistica mise in luce anche come una disomogenea ripartizione territoriale della ricchezza influenzasse le entrate nelle casse degli istituti.

Le regioni settentrionali, più progredite sotto il profilo economico, potevano usufruire di una maggiore disponibilità da parte della società civile ad aderire alle campagne di raccolta fondi che andavano via via prendendo nuove forme come, per esempio, la sottoscrizione pubblica lanciata dalle pagine dei giornali -a partire dal Corriere della Sera- a favore delle famiglie colpite dal terremoto che nel 1908 interessò parte della Sicilia e della Calabria. In questa occasione, proprio grazie a questo strumento innovativo, vi fu una grande mobilitazione nazionale che segnò un picco nelle donazioni.

6.4 L'opera delle nuove congregazioni religiose e il loro finanziamento

Anche le congregazioni religiose videro una considerevole crescita, nel periodo tra l'unificazione e la fine secolo il numero delle nuove fondazioni salì fino a 121, agli istituti che si occupavano della tradizionale assistenza ai poveri, si affiancarono quelli che privilegiavano l'avviamento professionale, in particolare gli enti così detti Artigianelli, che

¹⁸ Farolfi Bernardino e Melandri Valerio, *Il fundraising in Italia storia e prospettive*, p.130

¹⁹ Farolfi Bernardino e Melandri Valerio, *Il fundraising in Italia storia e prospettive*, p.133.

indirizzavano al lavoro i ragazzi indigenti. In questi anni nacquero alcune delle congregazioni ancora esistenti come: “La Sacra Famiglia di Nazareth”, “l’Istituto delle Suore di Carità”, “la Pia Opera Don Calabria”. I promotori delle raccolte fondi, oltre alla spontanea attività di carità privata, che era ancora ben radicata sul territorio nazionale, poterono contare sulle sollecitazioni svolte personalmente da esponenti rilevanti nel mondo della Chiesa e utilizzarono con profitto l’articolata rete degli organismi ecclesiastici, delle associazioni e delle cooperative di credito cattoliche.

6.5 Oggi

Saper creare reti di conoscenze, di sostenitori, di grandi donatori, saper coinvolgere e ringraziare nel modo giusto è fondamentale nel lavoro del fundraiser. Le relazioni sono ancora oggi alla base di un fund raising di successo.

7 L’associazionismo nell’Italia nel Novecento

7.1 Influenza del Ventennio fascista nel settore dell’assistenza

Nel Ventennio Fascista, l’accentuazione dell’intervento pubblico nell’ambito del settore dell’assistenza e della previdenza si manifestò pienamente, ci fu una profonda riorganizzazione che assunse un “significato anti-partecipativo” ben identificabile sia nella gestione dei grandi enti settoriali (Opera nazionale Maternità e Infanzia, Istituto nazionale fascista della previdenza sociale...), sia nella legislazione assistenziale. Nei consigli di amministrazione delle congregazioni, la rappresentanza governativa assunse un ruolo prevalente e ci fu una netta separazione tra istituzioni di beneficenza e istituzioni di assistenza: mentre le prime avrebbero mantenuto margini di autonomia, le seconde sarebbero state sotto il pieno controllo dello stato.

Nonostante fin dall’inizio della Prima Guerra Mondiale la politica di erogazione messa in atto dagli istituti bancari no profit avesse influito positivamente sull’andamento delle donazioni, infatti, era: «*di dominio pubblico che per le Casse di risparmio l’erogazione di somme in beneficenza rappresentasse [...] la corresponsione di un dividendo; con la differenza che, mentre i dividendi venivano assegnati al capitale, le Casse di risparmio offrivano forti quote degli utili di bilancio ai poveri, agli orfani ecc*»²⁰ l’inflazione post bellica ridimensionò significativamente il patrimonio degli istituti assistenziali che ne uscirono indeboliti.

²⁰ Farolfi Bernardino e Melandri Valerio, *Il fundraising in Italia storia e prospettive*, Il Mulino, Bologna 2008, p.147

Furono la beneficenza di privati facoltosi, sollecitata da un complesso di valori laici in grado di coniugare la filantropia con l'interesse nazionale, e la sigla dei Patti lateranensi (1929), a determinare un rinnovato flusso di risorse verso gli istituti assistenziali per tutto il decennio successivo, ed a consentire la realizzazione di opere come quelle di Don Luigi Orione, fondatore del Piccolo Cottolengo, e di Don Giacomo Alberione, fondatore della congregazione *Società San Paolo*, embrione di quella che diventerà la "Famiglia Paolina". Da sottolineare che nel 1937 si stimò in più di un miliardo di lire, importo simile a quello erogato dal settore assistenziale dello stato²¹, la cifra erogata annualmente dalla beneficenza privata.

Nello stesso anno le Congregazioni di carità furono trasformate in Enti Comunali di Assistenza, amministrati da un rappresentante del Fascio di combattimento, dalla segretaria del Fascio femminile e da rappresentanti delle associazioni sindacali; di fatto i compiti erano gli stessi, assistenza ai poveri, ai minori abbandonati, ai ciechi e sordomuti, ma la connotazione era politica e il loro finanziamento derivava in parte da una addizionale applicata su vari tributi erariali, comunali e provinciali. Si modifica la relazione tra il donatore ed il beneficiario ed il dono viene finalizzato all'affermazione del potere e del consenso politico.

7.2 Verso lo stato sociale e nuove forme di coinvolgimento pubblico e privato

Nel secondo dopoguerra l'allora Ministro del lavoro e della previdenza sociale Amintore Fanfani (1949) rifiutò la prospettiva di un *welfare* universalistico che coinvolgesse l'Italia in quanto nel nostro paese era viva "la tradizione di un sistema di carità privato in grado di integrare l'azione dello Stato". Quindi, per quanto riguarda la raccolta fondi, gli anni Cinquanta videro il consolidarsi delle pratiche mutate dalle esperienze dei secoli precedenti e l'introduzione di altre decisamente innovative: tesseramento soci, i comitati per la raccolta fondi, la segmentazione dei donatori,²² raccolta fondi dalle imprese, entrate strumentali nonché l'utilizzo dei volontari per la prestazione dei servizi,²³ utilizzo dei mezzi di comunicazione di massa come la radio.²⁴

²¹ Farolfi Bernardino e Melandri Valerio, *Il fundraising in Italia storia e prospettive*, Il Mulino, Bologna 2008, p.156

²² Nel 1922 la Lega italiana per la lotta contro i tumori prevedeva tre differenti quote sociali: socio ordinario 200 lire - socio vitalizio 2.500 lire e socio benemerito 5.000 lire

²³ La Compagnia di san Vincenzo e la Croce rossa italiana, potevano contare su di una solida e precisa organizzazione delle forze volontarie in grado di svolgere molte delle attività necessarie alla vita ed alla sopravvivenza delle associazioni.

²⁴ Nel 1951 la RAI lanciò una sottoscrizione pubblica utilizzando appelli di personaggi famosi trasmessi dai canali radio. Furono raccolti 127 milioni di lire (1.885.696 euro)

Era tuttavia in atto un processo che puntava al riconoscimento della diversità tra carità privata ed assistenza pubblica identificando nella prima un ruolo volontario ed individuale orientato verso singoli casi e nella seconda un carattere di generalità applicabile a tutti coloro che si trovassero in condizioni di bisogno. L'art.32 della Costituzione italiana -*La Repubblica tutela la salute come fondamentale diritto dell'individuo e interesse della collettività, e garantisce cure gratuite agli indigenti [...]* e l'art.38 -*ogni cittadino inabile al lavoro e sprovvisto dei mezzi necessari per vivere ha diritto al mantenimento e all'assistenza sociale [...]*- sancivano come fosse una finalità istituzionale dello stato garantire la tutela della salute, la lotta della povertà e al disagio sociale e organizzare forme e apparati in grado di assistere il lavoratore che aveva perso la capacità di reddito. Gli anni Sessanta furono quindi caratterizzati una forte presenza dello stato in questi settori e risultò penalizzante la mancanza di una legge quadro che disciplinasse i rapporti tra stato ed organizzazioni sia laiche che religiose, che da sempre operavano del settore dell'assistenza. L'iniziativa del privato non era vietata, ma quei settori che potevano essere oggetto di iniziative imprenditoriali da parte delle aziende no profit subivano l'ingerenza dello stato che il più delle volte utilizzava modalità scoordinate e dispersive e non adeguate alle richieste dei cittadini.

Lo stato diventò un finanziatore importante, se non unico, disincentivando, di fatto, la compartecipazione dei cittadini nello svolgere o sostenere le attività di assistenza realizzate dalle aziende no profit, azzerando quel principio di reciprocità che era stato coltivato per secoli riducendolo ad uno scambio di servizi a fronte di consenso politico.

Come diretta conseguenza le pratiche di fund raising si orientarono verso la raccolta di fondi pubblici, preferendole a quelle volte al reperimento di fondi da fonti private, tendenza che molte associazioni no profit di oggi non hanno ancora abbandonato.

7.3 La ripresa delle organizzazioni no profit

Solo dopo il 1968 i cittadini riscoprono la partecipazione diretta e personale alla vita non solo politica ma anche sociale nella sua dimensione di attenzione solidale verso l'altro.

Si diffuse la consapevolezza dell'importanza della qualità della vita, e di come il benessere degli individui e lo sviluppo sociale non fossero legati esclusivamente alla crescita economica. Si assistette ad una sorta di *risveglio* nell'ambito del no profit, le organizzazioni di volontariato ripresero a costituirsi cercando di ricostruire quelle relazioni di reciprocità che nel decennio precedente si erano perse.

Furono utilizzati innovativi strumenti di ricerca fondi, l'Associazione italiana ricerca sul cancro (Airc) grazie all'impulso dato dai fondatori, Umberto Veronesi e Giuseppe della Porta, utilizzò per la prima volta in Italia lo strumento del *direct mailing* e fu un successo di livello nazionale.

Verso la fine degli anni Settanta il welfare state, a causa di un debito pubblico crescente, mostra i primi cedimenti ed i tentativi di riforma dello stato sociale messi in atto per arginare le incontrollate spese sanitarie e previdenziali restarono dichiarazioni d'intenti. Si cercò di razionalizzare l'intervento dello stato creando le regioni e delegando a loro il ruolo di controllo in materia di beneficenza pubblica, nel 1978 si istituì il Servizio Sanitario Nazionale che, pur mettendo ordine del caotico sistema gestito dalle mutue, non riuscì a ridurre la spesa pubblica data l'inesistenza di un vero controllo di gestione.

Negli anni Ottanta e Novanta lo stato definisce sempre più le sue competenze con il progressivo ritirarsi dal sostegno alle politiche legate al welfare, dal punto di vista legislativo è importante segnalare che nel 1984, in fase di revisione del concordato con la Chiesa Cattolica, lo stato Italiano istituì lo strumento dell'otto per mille, che consentiva alle persone fisiche, in fase di dichiarazione dei redditi, di destinare alla Chiesa Cattolica - che da tempo cercava di arginare un preoccupante calo delle donazioni - o ad altre confessioni religiose, l'8xmille del gettito IRPEF (in seguito nel 2006 affiancato dal 5x1000 che consentirà una raccolta fondi più capillare interessando il mondo del volontariato, attività sociali dei comuni, ricerca sanitaria, ricerca scientifica).

Si può dire che gli anni Novanta segnarono una forte ripresa del settore no profit aiutata anche da una serie di leggi che finalmente definirono chiaramente le organizzazioni, concessero agevolazioni fiscali al terzo settore e riconobbero più ampie detrazioni ai donatori. Risale, infatti, al 1991 la legge quadro sul volontariato n.266/91 e al 1997 la cosiddetta legge Zamagni che creava una nuova entità fiscale non giuridica denominata Onlus. Il pregio di queste norme fu di aver dato, anche a medie e piccole aziende no profit la possibilità di poter utilizzare al meglio alcuni strumenti per fare raccolta fondi (donazioni, lasciti testamentari, attività commerciali marginali) ed anche di regolarne la possibilità di utilizzo limitandolo alle organizzazioni iscritte ai registri delle organizzazioni di volontariato istituiti dalle regioni o dalle province.

8 Il fund raising negli anni Novanta

8.1 Fundraiser e fund raising

Dagli anni Novanta è riservata maggiore attenzione alla figura professionale del fundraiser ed alla sua formazione, si pubblicano i primi volumi che trattano in modo specifico l'argomento e si istituisce il primo Corso di laurea dedicato all'Economia delle imprese cooperative e delle organizzazioni no profit al cui interno fu creato il primo insegnamento universitario di Tecniche di raccolta fondi per le organizzazioni no profit. Successivamente, nel Duemila si costituirà l'Assif (associazione italiana dei fundraiser) la prima associazione di categoria. Con la creazione del codice etico dei fundraiser la professione assume caratteristiche sempre più definite, anche se molto si deve ancora fare in campo legislativo per garantire e soprattutto sostenere lo sviluppo di questa professione ancora poco conosciuta.

Le aziende no profit sviluppatesi a partire dagli anni Settanta si stanno consolidando e alcune iniziano ad utilizzare innovative metodologie di raccolta fondi, mutate anche dalle attività delle organizzazioni estere²⁵ che nel frattempo hanno aperto i loro uffici in Italia dove, il basso costo delle spedizioni postali per le attività di direct mailing e la scarsa attività di fund raising delle associazioni no profit italiane, consentono di mettere in atto vantaggiose campagne di raccolta fondi. Nel 1991 iniziarono le prime maratone di solidarietà televisive Telethon (Television Maraton nata negli Stati Uniti nel 1966 su iniziativa dell'attore Jerry Lewis con lo scopo di raccogliere fondi per la ricerca sulla distrofia muscolare) e nel 1997 fu utilizzato per la prima volta lo strumento degli sms solidali, la raccolta fondi per i terremotati dell'Umbria e delle Marche raccolse circa 8 milioni di euro²⁶.

8.2 Il fund raising e l'evoluzione della comunicazione

Punto di forza delle nuove tecniche di fund raising è la comunicazione. Innanzitutto comunicare, comunicare in modo chiaro per farsi conoscere, per accreditare l'organizzazione presso gli interlocutori e per raccogliere fondi.

Gli strumenti sono diversi - incontro faccia a faccia, lettere personalizzate, e-mail, eventi speciali, servizi offerti dai Mass Media, pubblicità, internet...- e variano in ordine di efficacia ma tutti utilizzano le immagini. Immagini per emozionare.

²⁵ prima del 1980 le Associazioni no profit estere con sede italiana erano 6, tra il 1980 e il 2001 sono passate a 19

²⁶ Farolfi Bernardino e Melandri Valerio, Il fundraising in Italia storia e prospettive, p. 190

“La differenza fondamentale tra emozione e ragione è che l’emozione conduce all’azione mentre la ragione porta alle conclusioni” (Donald Calne, neurologo)

8.3 Le origini della comunicazione visiva nel fund raising

Affinché gli illetterati potessero apprendere attraverso le immagini ciò che non erano in grado di leggere sui libri, nel 1025 durante il Concilio di Arras (Francia) si autorizzò l’uso della pittura nei luoghi di culto o di qualsiasi altro strumento iconografico utile allo scopo.

Tra il Quattrocento ed il Cinquecento la predicazione dei frati degli ordini mendicanti era un continuo invito alla donazione, San Bernardino da Siena nelle sue omelie non mancava di sottolineare che l’esercizio della carità costituiva la migliore assicurazione contro il peccato e gran parte dell’iconografia medioevale conteneva richiami continui agli insegnamenti evangelici in tema di povertà. Le immagini che si trovavano nei luoghi sacri contribuivano a rinforzare la parola e a prolungarne gli effetti, sottolineavano e richiamavano in continuazione l’importanza dei gesti di generosità verso i poveri.



Cappella Niccolina, palazzo Apostolico in Vaticano, Beato Angelico (1395-1455)
L’elemosina di San Lorenzo



Pellegrinaio di Santa Maria della Scala (Siena),
Domenico di Bartolo (1400-1445)
Cura degli ammalati

Tra il secondo Ottocento e l'inizio del Novecento le immagini iniziarono ad essere utilizzate come veicolo di presentazione delle società. I municipi basavano le proprie scelte di sostegno su documentazione che provasse la corretta amministrazione e l'utilità sociale del sodalizio. La pubblicitaria relativa alle attività intraprese ed ai risultati ottenuti dalle società aveva quindi l'importante funzione di promozione per ulteriori raccolta fondi. Molte Società di mutuo soccorso intuirono la potenzialità di questi strumenti e fecero della comunicazione visiva un punto forte della loro raccolta fondi investendo buona parte delle loro risorse nella stampa di locandine e volantini.

**SOCIETÀ OPERAIA
DI MUTUO SOCCORSO IN FANO**

Domenica 27 Marzo alle 2 pom. precise avrà luogo l'annunciata

CORSA A FANTINI

con due premi consistenti in Bandiere d'onore.
I cavalli che prendono parte alla Corsa sono i seguenti:

Leprino	Proprietario	TADDEI DIOSCORIDE
Costantino	"	BROCCOLI NAZZARENO
Baiardo	"	PUCCI EUGENIO
Giannina	"	ZONGHETTI ODOARDO
Come lei	"	MAZZANTI FORTUNATO
Sultano	"	GRANDONI GIUSEPPE

Alle ore 4 pom. avrà luogo in Piazza Maggiore la

GRANDE PESCA DI BENEFICENZA

con 30 premi del valore complessivo di L. 300, a beneficio della CASSA PENSIONI DEI VECCHI INABILI AL LAVORO.

Fano 26 Marzo 1892.

LA DIREZIONE

**SOCIETÀ DI MUTUO SOCCORSO
DEL
COLLE DEI
MOCOLI
FIRENZE**



**PRO-EREZIONE
LOCALE SOCIALE
CAROLINA RICORDO
A PREMIO**

**GITA OPERAIA
ALL'ESPOSIZIONE DI TORINO**
promossa dall'Associazione Gen. Operaia di Pinerolo
PEI GIORNI 14 E 15 AGOSTO

(Quest'Associazione Generale Operaia si è fatta promotrice di una GITA OPERAIA ALL'ESPOSIZIONE DI TORINO fra le Consorelle Locali, del Circondario e dei Paesi Limitrofi nei giorni 14 e 15 Agosto p. v.)

Scopo precipuo nel progettare questa gita essendo stato di giovare nel miglior modo possibile alla Classe Operaia si è pure stabilito CHE POSSANO AGGREGARSI Operai ed Operaie anche non appartenenti alle Società aderenti.

Le adesioni a tutto il 31 Luglio si ricevono alle sedi delle singole Società Locali e dalla Commissione Organizzatrice presso questa Sede Sociale, la quale nelle TRE ULTIME DOMENICHE DEL CORRENTE MESE, DALLE 14 ALLE 15 (dalle 2 alle 3 pom.) fornirà pure i più dettagliati schiarimenti inerenti alla gita stessa.

Pinerolo, 7 Luglio 1898.

PER L'ASSOCIAZIONE GENERALE OPERAIA
IL PRESIDENTE
CAV. GEOM. BRUN DOMENICO.

8.4 Oggi

E' ormai pratica diffusa, anche tra le associazioni no profit più modeste, realizzare almeno un documento curato che presenti l'associazione, la sua mission ed i risultati raggiunti.

I siti internet, le pagine su Facebook delle associazioni più attive sono un compendio delle migliori tecniche di comunicazione: messaggi chiari e completi, studio attento della parte grafica e ricerca dell'impatto emotivo, come si evince dagli esempi riportati sotto.



9 Il futuro del fund raising

9.1 Verso un fund raising "su misura"

Gli elementi su cui si costruisce l'azione di raccolta fondi sono sempre tre:

- il caso, inteso anche come buona causa per cui vale la pena richiedere una donazione
- il target, ovvero il mercato cui ci si rivolge per fare la richiesta di donazione
- il veicolo, cioè lo strumento con cui si mettono in relazione i primi due

l'incrocio di queste tre variabili genera parecchie situazioni di solito molto diverse tra loro che richiedono un'attenta analisi per poter scegliere strumenti e modalità operative che portino al miglior risultato. Come fare?

I corsi di formazione per fundraiser progettati da Henry Rosso, si limitano ad insegnare il buon uso dei veicoli e strumenti, disinteressandosi completamente dei settori in cui essi vanno applicati e lasciando quindi al fundraiser il compito di "personalizzarli".

Esiste però anche un'altra modalità, opposta alla precedente, che ritiene che il fund raising vada impostato analizzando il settore e che la scelta dei veicoli e degli strumenti sia una diretta conseguenza di questa analisi, quindi risulta più importante conoscere bene il settore di appartenenza della causa.

Se calati sulla realtà nelle aziende no profit italiane, che si presenta eterogenea e poco strutturata, entrambi gli approcci non risultano adeguati.

Resta una "terza via" quella cioè che privilegia l'analisi della situazione strategico-operativa dell'azienda e che consenta di riuscire a costruire un abito su misura collegando le basi teoriche del fund raising, gli strumenti che è dato conoscere ed i mercati di riferimento.

CONCLUSIONI

Nove ore di corso bastano per sapere tutto sul fund raising? Evidentemente no.

Ho scelto di non approfondire gli aspetti strettamente tecnici assecondando piuttosto il mio desiderio di capirne le origini. La prima cosa che ho saputo sul fund raising è stata che fu Henry Rosso²⁷ nel 1991 a definirlo: “la nobile arte di insegnare alle persone la gioia di donare”.

La chiave stava quindi nel partire dal dono e seguendo questa via ho avuto l’opportunità di leggere due testi meravigliosi, *La logica del dono* di Roberto Mancini e il *Saggio sul dono* di Marcel Mauss che mi hanno aperto a mondi e riflessioni imprevedute. Donare è una tradizione antica anche se sostenuta da motivazioni e gesti sempre attuali: “L’azione volontaria è quella che pratica la difficile arte di trattare con rispetto il bisogno percepito dell’altro. La logica del dono gratuito, infatti, è basata sulla circostanza che il legame sostituisce il bene donato o comunque che il primo è più importante del secondo. Nel dono gratuito ovvero nel dono come reciprocità, ti do perché tu possa a tua volta dare (non necessariamente a me). Se si considera che non è mai vero che uno riceve ciò che dona, ma al contrario che uno dona solo se ha fatto l’esperienza del dono, si riesce a comprendere dove sta la forza dirompente dell’autentica azione volontaria.”²⁸

Tutta la storia del fund raising va letta tenendo presente questa logica. I continui rapporti di reciprocità sono alla base di tutto, le relazioni tra persone muovono il dono. Che sia un predicatore del medioevo o un fundraiser professionista del XXI secolo sono sempre le *persone* che si fanno carico di una buona causa e si spendono affinché questa si realizzi. La “*forza dirompente*” che si percepisce in ogni esperienza di dono è la totale libertà, Marco Aime²⁹ scrive: “Quando si pone il problema a coloro che donano, quando si chiede loro perché donano, emerge un aspetto sostanziale: la libertà. L’assenza di costrizione, vale a dire assenza di contratto, di coercizione.”

Ho cercato di seguire l’evolversi degli enti che si occupavano di beneficenza e le conseguenti strategie messe in atto per garantirne l’esistenza ed è stato interessante scoprire come alcune modalità di raccolta fondi siano passate in modo trasversale nei secoli: la raccolta capillare dell’elemosina, le donazioni, i lasciti testamentari, mentre altre si siano velocemente adattate a particolari momenti storici, per esempio in anni recenti l’uso dei computer ha contribuito ad una svolta radicale nell’individuare efficaci strumenti di comunicazione della *mission* dell’associazione no profit e nella sensibilizzazione del

²⁷ Fondatore della Fund Raising School dell’Indiana State University

²⁸ Prof. Stefano Zamagni, *Gratuità e socialità: il senso del volontariato* (www.lascoladivolontariato.it)

²⁹ - nell’introduzione del libro *il Saggio sul dono* di Marcel Mauss -

donatore. Il mio principale testo di riferimento è stato *Il fund raising in Italia-Storia e prospettive*. Da assoluta neofita l'ho trovato appassionante, mi sono lasciata coinvolgere dagli accorati appelli dei predicatori, ho temuto che le pratiche poco trasparenti di alcuni amministratori degli ingenti patrimoni che nei secoli le società andavano accumulando, provocassero la disaffezione dei donatori. Mi sono sorpresa dalla quantità di iniziative che nel 1800 le Società di mutuo soccorso sono state in grado di inventare e realizzare e ho atteso il peggio quando, con il periodo fascista, iniziarono le ingerenze dello stato nei settori dell'assistenza e della previdenza, - parola d'ordine della politica sociale *“il superamento del vecchio concetto di carità e di beneficenza, in nome di una attività previdenziale e assistenziale improntata alla solidarietà umana, nazionale e fascista, attività che non umiliano, ma educano le masse lavoratrici al risparmio”*³⁰ - Infatti, negli anni Sessanta la creazione dello Stato Sociale che in pratica accentrò le attività di assistenza e si pose come unico finanziatore delle associazioni di volontariato provocò un duplice danno, la totale disaffezione da parte della società civile nei confronti di qualsiasi iniziativa a scopo benefico - assistenziale e la progressiva incapacità delle associazioni no profit di individuare finanziatori al di fuori dell'ambito pubblico.

Dagli anni Novanta in poi il fund raising assume caratteri più definiti, si pensa a leggi che possano agevolare le donazioni, i fundraiser possono contare su corsi e percorsi universitari, nasce l'associazione di categoria e il loro ruolo è ufficialmente riconosciuto. Anche se in numero nettamente inferiore rispetto agli altri paesi, in Italia le associazioni no profit cominciano a rendersi conto che per potersi garantire una lunga vita ed il raggiungimento delle loro mission, è indispensabile avvalersi della collaborazione di fundraiser esperti in grado di realizzare proficue tecniche di ricerca fondi. Indispensabile quindi interrogarsi sul futuro di questa figura che nei prossimi anni avrà un ruolo così importante nell'ambito del Terzo Settore. Valerio Melandri auspica un' educazione al dono che insegni ai donatori ad andare oltre l'aspetto emozionale, legato ad una particolare situazione d'emergenza, e che tenga conto dell'azienda no profit e del valore del suo operato nel tempo, trasformandosi quindi in un sostenitore abituale della mission.

*“Si adotti, dunque, come principio della nostra vita, ciò che è stato e sarà sempre un principio: uscire da se stessi, dare, liberamente e per obbligo; non c'è rischio di sbagliare. Lo afferma un bel proverbio maori: dai quanto ricevi, tutto andrà bene”*³¹

³⁰ Farolfi Bernardino e Melandri Valerio, *Il fund raising in Italia-Storia e prospettive*, Il Mulino, p.148

³¹ Mauss Marcel, *Saggio sul dono- Forma e motivo dello scambio nelle società arcaiche* Introduzione di Marco Aime, Piccola Biblioteca Einaudi, Torino 2002, p.124

BIBLIOGRAFIA

Farolfi Bernardino e Melandri Valerio, *Il fund raising in Italia-Storia e prospettive*, Il Mulino, Bologna 2008

Mauss Marcel, *Saggio sul dono- Forma e motivo dello scambio nelle società arcaiche*
Introduzione di Marco Aime, Piccola Biblioteca Einaudi, Torino 2002

Melandri Valerio, *Manuale di Fundraising*, Maggioli Editore, Santarcangelo di Romagna, 2012.

Rodari Gianni, *Filastrocche in cielo e in terra*, Einaudi Ragazzi, Torino 1960

Rosso Hank, R. Tempel Eugene, Melandri Valerio, *Il libro del fund raising*, RCS Libri, Milano 2004

SITOGRAFIA

www.lascoladivolontariato.it/wp-content/abstract-Zamagni.pdf

www.governo.it/GovernoInforma/Dossier/terzo settore linee guida/Leqge 266 91.pdf

<http://www.panorama.it/economia/crisi-poveri-nuovi-caritas-famiglie-figli/>

http://www.valeriomelandri.it/blog/wp-content/uploads/2007/04/storia_fundraising.pdf

<http://www.vita.it/it/article/2012/05/09/donne-piu-generose-degli-uomini/118032/>