



Università  
Ca' Foscari  
Venezia



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

**Anno 2018/2019**

**Titolo: La raccolta fondi nelle piccole associazioni.**

**Tesina di Silvia Vettoretto**

**Qualifica: Volontaria**



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

E' un'iniziativa promossa da:



---

In collaborazione con:



# INDICE

INDICE .....	3
PREMESSA E INTRODUZIONE ALLA LETTURA.....	4
LA RACCOLTA FONDI: UN’AZIONE CHE VA PROGRAMMATA.....	5
PROPOSTE DI FUNDRAISING PER LE PICCOLE ASSOCIAZIONI.....	7
IL NASTRINO INVISIBILE: IL FUNDRAISING NELLA MIA ASSOCIAZIONE TRA PRESENTE E FUTURO.....	9
QUANDO GLI STIMOLI SI TRASFORMANO IN NUOVE IDEE.....	11
CONCLUSIONI .....	13
BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA .....	14

## PREMESSA E INTRODUZIONE ALLA LETTURA

Sono Silvia Vettoreto, volontaria del “Nastrino Invisibile”, un’associazione che si occupa di minori con il diabete di tipo 1 e delle loro famiglie. Mi sono avvicinata a questa realtà dopo che tale malattia è stata diagnosticata alla figlia minore della mia amica Paola e aver visto come è cambiata la vita della famiglia intera dal giorno dell’esordio. Ho conosciuto un mondo fatto di numeri, calcoli, tentativi, rinunce, notti in bianco, situazioni difficili da vivere e da spiegare, che incontra e spesso si scontra con un mondo che fatica a capire e comprendere, perché non conosce.

Quando il marito di Paola mi ha contattata per comunicarmi la sua intenzione di creare un’associazione che riunisse le famiglie dei minori affetti da diabete di tipo 1 della nostra zona, allo scopo di far sentire una voce comune per chi vive le difficoltà legate a tale malattia, per avere più forza nel sensibilizzare e informare la comunità sull’esistenza di questo tipo di diabete e le necessità di chi con esso ci convive, chiedendomi se avevo voglia di dare una mano, ho sentito che era la cosa giusta da fare.

Dalla nascita dell’associazione nel 2017 mi occupo, assieme ad un’altra volontaria, dei progetti e della raccolta fondi.

Grazie alle mie precedenti esperienze in altre associazioni, ho potuto rendermi conto di quanto sia importante curare l’aspetto del fundraising anche nelle piccole associazioni, per poter realizzare progetti importanti e ambiziosi, senza affidarsi esclusivamente all’arrivo di donazioni saltuarie o provvidenziali. Con questa consapevolezza e con la curiosità di esplorare questo nuovo aspetto della vita associativa di cui non mi sono mai occupata nello specifico, ho chiesto di poter assumere il ruolo di responsabile della raccolta fondi all’interno dell’associazione Nastrino Invisibile.

Attualmente l’associazione si dedica principalmente all’organizzazione di eventi speciali, in collaborazione con altre realtà della zona, che diventano occasioni per sensibilizzare sulla malattia, far conoscere la mission e le attività dell’associazione, presentare i progetti e raccogliere fondi per la loro realizzazione.

Ho colto l’occasione di questo elaborato per fissare alcuni concetti focalizzati durante il percorso di UniVol e per rileggere alcune scelte passate e future nel segno degli

spunti colti.

Nel primo paragrafo, dopo una breve definizione di raccolta fondi, sottolineo l'importanza di una buona programmazione.

Nel secondo paragrafo presento una serie di proposte di fundraising, valide e realizzabili, per le piccole associazioni.

L'analisi della raccolta fondi svolta finora dal Nastrino Invisibile è il tema centrale del terzo paragrafo, che si conclude con la presentazione del prossimo progetto in cantiere.

Nel quarto paragrafo racconto e analizzo un progetto personale che mi piacerebbe riuscire a trasformare presto in realtà nella mia associazione e, infine, lascio spazio alle considerazioni finali sul tema affrontato in questo breve elaborato.

## LA RACCOLTA FONDI: UN'AZIONE CHE VA PROGRAMMATA

La raccolta fondi nel suo corrispondente inglese fundraising, usato ormai comunemente anche in Italia, racchiude in sé un concetto più ampio del semplice recupero di offerte e donazioni. Essa infatti può essere considerata "il complesso di attività che l'organizzazione non profit mette in atto per la creazione di rapporti d'interesse fra chi chiede risorse economiche, materiali e umane in coerenza con lo scopo statutario e chi è potenzialmente disponibile a donarle"<sup>1</sup>.

La raccolta fondi, quindi, è un'azione mirata che va pensata, programmata, organizzata e monitorata con metodo, dedicandole il tempo e le attenzioni necessarie per poterne ricavare tutti i vantaggi possibili.

Anche se questo può sembrare un lavoro strutturato adatto alle grandi organizzazioni non profit e alle associazioni di volontariato più conosciute, in realtà è un'azione che anche le piccole organizzazioni possono, anzi devono fare.

### La programmazione annuale

Il punto di partenza per tutte è la programmazione annuale del fundraising, cioè "quella fase che consente all'organizzazione di definire in modo logico le azioni che

---

<sup>1</sup> V. MELANDRI, Manuale del Fundraising  
<sup>2</sup> V. MELANDRI, Manuale del Fundraising

poi saranno messe in opera, in modo da adottare un approccio strategico e non improvvisato".<sup>2</sup>

La progettazione non è stabile e fissa: possono, infatti, sopraggiungere nuove informazioni che portano a modificare il percorso da seguire. C'è una prima fase in cui si identificano gli obiettivi: di breve e medio lungo termine, quelli più specifici e più generali, e dove si verifica la realizzabilità di questi obiettivi in base alle risorse economiche, umane ed organizzative di cui si dispone. Una volta definito il progetto di raccolta fondi, si procede con la seconda fase che consiste nell'analisi e programmazione delle singole azioni che l'associazione intende mettere in atto (eventi specifici, campagne a tema, raccolte online...)

### **La programmazione del singolo evento**

Un buon progetto di raccolta fondi, steso con precisione e argomentato in modo adeguato, può portare a raggiungere obiettivi importanti, indipendentemente dalla grandezza o dalla fama dell'organizzazione.

Che si tratti di un'associazione nota a livello nazionale o di una piccola organizzazione locale, in entrambi i casi la programmazione della raccolta fondi deve tener conto dei fattori chiave della pianificazione strategica, che sono:

- l'obiettivo della raccolta;
- il target di donatori a cui vogliamo rivolgerci;
- i beneficiari della raccolta (a chi o a che progetto sono destinati i fondi raccolti);
- il tipo di azione che si intende mettere in atto per raccogliere i fondi;
- le risorse necessarie;
- i tempi previsti
- gli strumenti per monitorare la raccolta;
- i criteri di valutazione finale.

Non sono un'amante delle tante guide pratiche disponibili on-line per il fundraising, ma sento che focalizzare questo schema sia importante e utile nella costruzione di una nuova campagna, perché permette a qualsiasi tipo di organizzazione di ottenere il meglio dal proprio operato, sfruttando a pieno le risorse a disposizione e raggiungendo risultati nuovi e importanti.

## PROPOSTE DI FUNDRAISING PER LE PICCOLE ASSOCIAZIONI

Spesso le piccole associazioni, di fronte al termine “fundraising” si intimoriscono e scoraggiano, pensando che sia un’attività adatta solo alle grandi organizzazioni, che hanno una struttura più solida e del personale stipendiato a disposizione. In realtà, per realizzare una raccolta fondi efficace servono “solo” un obiettivo ben definito, una buona organizzazione, un gruppo di volontari motivati che abbiano piena coscienza della mission dell’associazione e siano disposti a mettersi in gioco con passione e coraggio.

Le raccolte fondi adatte alle piccole associazioni possono avvenire attraverso:

- a. Raccolta annuale (donazioni ordinarie): utilizzata per coprire le spese ordinarie, è usualmente richiesta sotto forma di quota associativa. Questa forma di raccolta fondi, oltre a garantire un’entrata prevedibile, garantisce anche una sorta di fidelizzazione del socio/volontario.
- b. Volantini/brochure: sono un mezzo importante e utile per veicolare l’immagine e il messaggio che l’associazione vuole trasmettere. E’ necessario, però, fare una riflessione attenta e accurata sulla loro distribuzione, per trovare dei luoghi o dei momenti adatti, al fine di non sprecare queste risorse.
- c. Incontro personale: questa è una forma di raccolta fondi che necessita di tempo, preparazione, capacità di comunicazione e sensibilità, ma che può portare a buoni risultati. L’incontro con il potenziale donatore, magari in occasione di un banchetto informativo in piazza o di una situazione dedicata alla causa, permette l’instaurarsi di un rapporto personale e di creare una certa empatia tra chi chiede e chi dona. Raccontare la propria mission di persona, facendo sentire la passione e la dedizione che ci muove, ha sicuramente un’efficacia maggiore rispetto alla stessa mission descritta in un volantino.
- d. Eventi: le possibilità sono le più disparate e si può davvero lasciar spazio alla fantasia! I più comuni sono cene o pranzi di beneficenza, proiezione di filmati, rappresentazioni teatrali, feste da ballo, serate di gala, aste, eventi sportivi. Sono occasioni che vanno programmate per tempo e con cura, verificando di avere le risorse e il numero di volontari necessari per il buon svolgimento dell’evento.

La cosa che spesso viene dimenticata, o addirittura non considerata, è che

queste occasioni, pur venendo organizzate al fine specifico di raccogliere fondi, hanno in realtà finalità più ampie e possono portare all'associazione anche altri risultati, come ad esempio visibilità in ambienti in cui non si era conosciuti, pubblicità sulla stampa grazie alla diffusione della notizia dell'evento, la possibilità di parlare e far conoscere la propria mission e eventuali progetti realizzati finora, la possibilità di incontrare e ringraziare personalmente i donatori, l'occasione per lanciare un nuovo progetto in cantiere. Ecco perché un evento, anche se piccolo, va sempre organizzato e gestito con cura.

- e. Donazioni online/Social media: il numero potenzialmente altissimo di soggetti donatori che si possono raggiungere con questa modalità è l'aspetto più interessante delle donazioni online o tramite social media. Essendo ormai il web il canale comunicativo per eccellenza, questa forma di raccolta fondi può garantire anche alle piccole associazioni la diffusione efficace della propria mission, dei progetti realizzati e delle finalità specifiche del progetto per cui si chiede un aiuto economico.
- f. Crowdfunding: è una forma di raccolta fondi che ha preso piede negli ultimi anni, dimostrando che una moltitudine di persone messe insieme può fare la differenza fino ad arrivare a finanziare progetti ambiziosi con un ammontare di spesa davvero importante. Il principio che sottostà al crowdfunding è infatti l'unione, attraverso il web, di tante piccole o grandi somme di denaro al fine di sostenere e finanziare progetti di altri soggetti privati, imprese ed enti. Se ben programmato, studiato e presentato, è una formula che può portare dei grandi risultati, non solo in termini di ritorno economico, ma anche di visibilità e promozione dell'associazione.



## IL NASTRINO INVISIBILE: IL FUNDRAISING NELLA MIA ASSOCIAZIONE TRA PRESENTE E FUTURO

In questi primi anni l'associazione Nastrino Invisibile ha svolto principalmente attività di informazione e sensibilizzazione, che hanno portato a donazioni libere e spontanee da parte di privati, aziende o altre associazioni. Questo grazie all'importanza della causa e a una buona campagna di promozione che ha fatto percepire, anche a chi non conosceva il diabete di tipo 1, la necessità di donare per contribuire alla realizzazione della vision dell'associazione, cioè un mondo a misura di diabete.

Pur non essendoci mai trovati a corto di risorse economiche per i nostri progetti, ci siamo resi conto che non è possibile fare una programmazione valida e adeguata delle attività future affidandoci solo al buon cuore delle persone che ci circondano o confidando sull'arrivo provvidenziale e casuale di offerte di varia entità. Il 2018 è stato l'anno in cui abbiamo provato a "passare all'azione", facendo una piccola pianificazione della raccolta fondi annuale, inserendo a inizio anno gli eventi già in programma e progettando altre iniziative per i periodi vuoti. La programmazione è stata monitorata durante tutto l'anno, rivedendo e risistemando i tempi e le attività, anche in base alle nuove proposte che ci arrivavano o alle idee che ci venivano in mente.

L'anno di attività si è concluso con la partecipazione a quattro eventi a cui siamo stati invitati dove si raccoglievano fondi per la nostra associazione, l'organizzazione di due eventi da parte nostra e la realizzazione della campagna natalizia "Un Natale più buono" con la vendita di panettoni e pandoro a basso contenuto glicemico, ideati e realizzati con ricetta esclusiva per noi da una ditta dolciaria locale. Analizzando con attenzione i vari dati raccolti alla fine dell'anno sociale, abbiamo potuto cogliere gli aspetti positivi e le criticità delle attività di fundraising realizzate. La raccolta fondi complessiva è stata più che soddisfacente, segno che siamo stati in grado di far arrivare la richiesta di sostegno alla nostra causa nel modo giusto e siamo riusciti a fare in modo che chi era presente sentisse il desiderio e la voglia di contribuire ai nostri progetti, riconoscendone la validità.

La distribuzione delle donazioni raccolte, però, non è stata omogenea, pur essendo la formula di partecipazione quasi sempre la stessa. La riflessione che ne abbiamo

ricavato è che ci sono eventi che per noi funzionano di più ed eventi che funzionano meno, o meglio sono più o meno adatti alla nostra realtà e alla causa che sosteniamo.

Prendere atto di questo fatto ci è servito per la programmazione dell'anno sociale successivo, permettendoci di concentrarci sugli eventi con una buona resa finale e non riproponendo o non accettando di partecipare a quelli meno vantaggiosi. Abbiamo anche preso atto del grande limite che hanno avuto quasi tutte le nostre iniziative e sul quale ci sarà molto da lavorare in futuro: la mancanza di una corretta pubblicizzazione. Le iniziative di raccolta fondi sono state promosse principalmente col passaparola tra amici e conoscenti, chiedendo di allargare l'invito o l'informazione il più possibile. I risultati sono stati buoni, tuttavia ci siamo resi conto che non possiamo affidarci solo all'impegno o alla capacità persuasiva dei nostri soci, ma dobbiamo mettere nel piano di programmazione della raccolta fondi annuale e del singolo evento anche la giusta promozione sui canali che abbiamo a disposizione: volantini, social, stampa.

E proprio la promozione è uno dei punti chiave su cui sta lavorando il Nastrino Invisibile quest'anno, anche al fine di una maggior efficacia nella raccolta fondi. Dopo aver lavorato due anni da una parte per costruire l'associazione e sedimentare il senso di appartenenza nei soci, dall'altra per raccogliere fondi e far partire i primi progetti, ci siamo resi conto che è il momento di farci vedere e conoscere anche da quella parte di mondo che non ha nessun legame e nessuna esperienza col diabete di tipo 1. E' proprio quella parte di mondo che ci può aiutare di più a realizzare la nostra vision, attraverso la presa di coscienza delle difficoltà di chi convive ogni giorno col diabete e il sostegno concreto alle iniziative pensate a riguardo. Sono stati, quindi, rivisti i canali comunicativi dell'associazione: i volantini sono in fase di revisione, il sito è stato ripensato e ri-strutturato, i social (facebook e instagram) sono curati seguendo un piano editoriale ben preciso. La crescita lenta ma progressiva dei canali web ci ha portato a valutare la possibilità di usare la raccolta fondi online in maniera più decisa e proficua.

Stiamo valutando, infatti, di lanciare, dopo la pausa estiva, una raccolta tramite crowdfunding per la realizzazione di un progetto che abbiamo in cantiere da un po' e che abbiamo dovuto mettere nel cassetto proprio per la mancanza di fondi per la realizzazione della fase finale: la pubblicazione di un libro fotografico che mostra la realtà quotidiana di una famiglia in cui è presente il diabete di tipo 1.

Crediamo molto nel coinvolgimento della comunità in questo progetto e che possa essere l'occasione giusta per sperimentare il crowdfunding, dopo aver visto i risultati a cui questa tecnica di raccolta fondi può portare.

Se ben supportato e promosso, infatti, il crowdfunding consente di raggiungere anche cifre importanti (come, ad esempio, quelle necessarie alla pubblicazione del libro) e di arrivare a persone difficilmente raggiungibili in altri modi, garantendo oltre ad un ritorno economico anche un aumento di visibilità dell'associazione stessa. Se questa poi, si dimostrerà degna della fiducia dei donatori, aumenterà le proprie possibilità di ricevere altre forme di finanziamento per altri progetti da parte degli stessi donatori o di altri ancora.

Questa è una sfida che come associazione ci piacerebbe cogliere.

## QUANDO GLI STIMOLI SI TRASFORMANO IN NUOVE IDEE

Grazie anche agli stimoli raccolti durante questo anno di formazione, tra i vari progetti in cantiere per il Nastrino Invisibile, il prossimo che mi piacerebbe realizzare è l'evento "ASTA IN BLU", un contest aperto a tutti gli artisti delle arti figurative con premiazione delle opere più rappresentative del tema e messa all'asta di tutte le opere dei partecipanti durante un gran galà, al fine di raccogliere fondi per il progetto di sostegno psicologico ai bambini e ragazzi col diabete di tipo 1 dell'associazione. Questa la programmazione dettagliata dell'evento:

### 1. Titolo e descrizione del progetto: "ASTA IN BLU".

Il progetto prevede il lancio di un contest per artisti di arti figurative con il tema "1 TIPO DI BLU", per richiamare il diabete di tipo 1 e il blu, che è il colore mondiale della lotta contro tale malattia.

Gli artisti potranno interpretare il tema a loro piacimento e verranno premiate le tre opere più originali e rappresentative. Tutte le opere, comprese quelle dei vincitori, verranno battute all'asta durante la serata di gala conclusiva.

### 2. Obiettivo della campagna: raccogliere almeno 3.000 euro per il progetto di sostegno psicologico dei minori affetti da diabete di tipo 1, soci del Nastrino Invisibile.

3. Risorse necessarie: volontari disponibili a seguire le varie fasi del progetto e volontari presenti alla serata di gala (costo zero), grafico per realizzazione volantino online per lancio del concorso (costo da verificare), premi per gli artisti vincenti (costo da verificare), teatro o auditorium per serata di gala (patrocinio del comune, costo zero), presentatore serata/banditore asta (costo da verificare), omaggio per i presenti (costo da verificare), catering per buffet della serata di gala (costo da verificare), pubblicità online (costo da verificare).
4. Tempi di realizzazione: 6 mesi, così suddivisi: 2 mesi preparazione lancio del contest e scelta della giuria, 3 mesi per la realizzazione dell'opera da parte degli artisti e la preparazione del gran galà per l'associazione, 1 mese per la scelta della giuria e la definizione di tutti i dettagli finali.
5. Strategia operativa: l'associazione delegherà un gruppo di lavoro allo studio e alla realizzazione dell'evento. Tale gruppo si prenderà in carico la gestione e l'organizzazione di tutte le attività, coinvolgendo il resto dei soci dove ce ne fosse bisogno. Il gruppo di lavoro delegato cercherà anche i professionisti necessari a coprire alcuni incarichi o a realizzare il materiale da utilizzare (es. grafico, presentatore...), avendo poi cura di sottoporre i preventivi di spesa al consiglio direttivo per la necessaria autorizzazione a procedere.
6. Donatori a cui rivolgersi: visto il sodalizio ormai consolidato tra l'associazione e i Rotary Club della zona, gli invitati alla serata finale e quindi i possibili acquirenti delle opere saranno i soci dei suddetti club.
7. Monitoraggio e analisi dei risultati: a evento terminato si tireranno le somme finali, analizzando i vari aspetti del progetto. Per quanto riguarda l'aspetto economico si analizzeranno spese, ricavi e guadagno finale, confrontandolo con la previsione iniziale. Per quanto riguarda la resa dell'evento si analizzeranno il numero di artisti partecipanti al concorso, il numero di soci dei Rotary Club partecipanti al gran galà, le opere vendute, il livello di gradimento della proposta per entrambi i soggetti in questione. Per quanto riguarda la promozione dell'associazione, si valuteranno i nuovi

contatti registrati in seguito all'evento e l'eventuale interesse degli stessi a donare ancora.

## CONCLUSIONI

Nel presentare questo elaborato avevo avanzato l'ipotesi che strutturare il lavoro di fundraising fosse divenuta una necessità anche per le piccole associazioni.

Credo che le nozioni fornite, gli esempi presentati e i casi analizzati abbiamo dimostrato la validità di tale ipotesi, aggiungendo al concetto di necessità anche quello di opportunità.

Un piano di raccolta fondi ben stilato e organizzato, infatti, consente alle piccole organizzazioni non solo di raggiungere obiettivi importanti in termini di donazioni, ma contribuisce, attraverso la realizzazione delle attività previste dal piano, alla crescita dell'associazione in quanto a visibilità, riconoscimento sociale, diffusione della mission, sensibilizzazione alla causa, ampliamento della rete dei contatti.

Sono consapevole che questo salto di qualità, che richiede quasi un lavoro da professionisti, possa spaventare le piccole realtà associative che, cercando ispirazione, si trovano a guardare dal basso le numerose attività già collaudate delle grandi organizzazioni. Sono altresì consapevole che non serva necessariamente essere "grandi" per realizzare dei buoni progetti e che la passione e il coinvolgimento che caratterizza le piccole organizzazioni siano ciò che può permettere loro di realizzare progetti ambiziosi.

"Non spaventarsi di fronte ai colossi, ma cercare i propri punti di forza: differenziarsi, specializzarsi, curare i dettagli, cultura "aziendale", passione. La maggior parte delle cose che fanno le grandi ONP, le potete fare anche voi, occorrono entusiasmo e coraggio."

Luciano Zanin, che è del mestiere, ne è convinto.

Io, umilmente, concordo.

## BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA

MELANDRI V., Il manuale del fundraising

[www.fundraiserperpassione.it](http://www.fundraiserperpassione.it)

[www.blog.retedel dono.it](http://www.blog.retedel dono.it)

[www.eleazanella.it](http://www.eleazanella.it)