

Sul Cammino di Santiago di Compostela



COME FUNZIONA LA RETE DEL DONO

VALERIA VITALI

“Rete del Dono” nasce nel 2011 dal desiderio mio e di un’amica quando, per caso, abbiamo scoperto il Personal Fundraising (pratica molto diffusa nei paesi anglosassoni che significa sostenere attivamente una buona causa, donare e invitare la propria rete - amici e conoscenti - a fare lo stesso). Lo spunto per realizzare questa attività è nato in Inghilterra: lì ho conosciuto attraverso il mondo dello sport una piattaforma che si chiama “JustGiving”, in cui ogni persona ha la possibilità di avviare una piccola raccolta fondi a sostegno della

propria organizzazione del cuore. Ho scoperto questa realtà, mi è piaciuta molto e da lì è nata l’idea di realizzarlo anche in Italia.

Un’attivazione

Ma chi è il personal fundraiser? Quando parliamo di personal fundraising significa che io organizzazione non-profit decido di individuare alcune persone all’interno della mia community - volontari, sostenitori, donatori affezionati - e di invitarli attivamente a raccogliere fondi e a sostenere il progetto. Quindi non chiederò solo una donazione, ma un’attivazione in prima persona.

Idealmente, a titolo di esempio, la loro donazione di 50 o 100 euro potrebbe diventare un so-

stegno che in media sulla “Rete del Dono” è intorno ai 700 euro. Chi sono queste persone? Io ho identificato, alla luce delle cose che succedono nella “Rete del Dono”, chi sono questi individui: non sono solo dei donatori di risorse economiche a sostegno del nostro progetto, ma molto di più. Sono anche dei donatori di tempo, perché loro si prodigano per la mia organizzazione investendo il loro tempo libero per promuovere la mia buona causa e raccogliere fondi per me.

Fare una campagna di personal fundraising è un processo lungo che può durare dai due ai tre mesi, a seconda del tempo che il personal fundraiser impiega ogni giorno per promuoverla e portarla avanti nel modo giusto. È necessario non solo investire il proprio tempo, ma soprattutto coltivare le relazioni. Il personal fundraiser è anche un donatore di relazioni perché, invitando a donare i suoi amici a sostegno della mia buona causa, mi offre la possibilità di entrare in relazione con nuove persone che molto probabilmente non conoscevano la mia organizzazione, ma che

grazie a lui entrano in contatto con me. Quindi sta a me organizzazione non-profit essere così abile da trasformare questa relazione in qualcosa di buono e in qualcosa di più, ovvero trasformarla in una relazione di un periodo con un individuo che ha deciso di sostenere la mia buona causa. Se una persona semplicemente ha donato, io posso nutrire questa relazione. Lo posso fare in modi diversi chiaramente, però quando pensiamo al nostro personal fundraiser immaginiamo un individuo speciale che crede in quello che fa, ma soprattutto crede nella buona causa ed è molto bravo a promuoverla e a farla vivere.

Momento speciale

Quando si attiva il personal fundraiser? Normalmente per iniziare la sua campagna importante in termini di successo, è bene che la avvii in occasione di un momento speciale o in un’occasione importante della sua vita, che può essere, ad esempio, una laurea, un compleanno, un anniversario [...]. Poi ci sono personal fundraiser che attivano campagne di raccolta fondi per ricordare o commemorare una persona che è stata per loro speciale e che non c’è più e la causa scelta di solito è legata a quella persona. Negli esempi che ho a disposizione nella maggior parte dei casi si tratta di persone che sono state colpite da una malattia e che decidono di raccogliere fondi per aiutare la ricerca a sconfiggerla, oppure persone che invece hanno deciso di raccogliere fondi per sostenere la buona causa in cui una persona che non c’è più credeva [...].

Queste sono le caratteristiche essenziali che portano a portare avanti una campagna di successo. Sulla “Rete del Dono” ad oggi il filone più importante che accomuna diverse raccolte fondi è l’elemento sportivo. Ogni anno tantissimi sportivi raccolgono fondi in occasione di una gara: ad esempio, organizzano una maratona, vanno a scalare l’Himalaya, fanno il cammino di Santiago de Compostela e coronano questo elemento importante per loro attivando una raccolta fondi. Se in un caso la preparazione è sempre

molto lunga, durante questo periodo loro hanno la possibilità di comunicare e di coinvolgere. Nel primo semestre di quest’anno più di 700.000 euro sono stati raccolti da persone che si sono attivate per una buona causa a sostegno di un evento sportivo, e questo ad oggi è il settore più importante.

Perché il personal fundraiser decide di attivarsi e di investire tempo, risorse, energie per una causa? Chiaramente il tema della motivazione è importantissimo: una persona motivata crede in una buona causa al punto da decidere in prima persona di promuoverla, non solo personalmente ma invitando gli altri a fare altrettanto. Poi deve esserci l’elemento

divertimento: se manca la sua esperienza di raccolta fondi è più faticosa. Proprio per questo funziona così bene nello sport, perché è un momento di gioia e condivisione con gli altri. [...] Un altro aspetto importante è l’appagamento: questo è un altro elemento fondamentale per riuscire in un’impresa solida.

[...] Nella maggior parte dei casi l’individuo che si pone una sfida del genere è una persona molto ambiziosa, un individuo “su generis” a cui piacciono le sfide e a cui piace mettersi in mostra. Tendenzialmente, si tratta di una persona molto ambiziosa che vuole raggiungere i suoi obiettivi.

Esperienza di successo

Tre cose fondamentali aiutano i fundraiser a concludere un’esperienza di successo: la prima è il metodo. Un buon personal fundraiser deve avere metodo e saper pianificare la sua anche mini campagna di crowdfunding [il crowdfunding è un processo collaborativo di un gruppo di persone che utilizza il proprio denaro in comune per sostenere gli sforzi di persone e organizzazioni, ndr] in modo sistematico. Deve avere una rete: chiaramente deve essere una persona che ha amici, perché se non ne ha, o ne ha pochi, sarà difficile che riesca a raccogliere fondi. Deve avere una serie di relazioni sia lavorative che personali: se non ha una rete, è faticoso anche per lui raccogliere fondi. L’altro tema fondamentale è la perseveranza: non è sufficiente mandare una mail per invitare a donare i miei amici e poi, se nessuno dona, io mollo la presa. Se ci pensate, noi riceviamo una quantità di mail enorme, magari ci mandano una mail mentre siamo sul tram o mentre stiamo facendo la spesa e ci dimentichiamo di rispondere.

Questo non significa che la persona non voglia donare per la vostra buona causa, ma che semplicemente in quel momento aveva altro da fare. Quindi una delle buone regole del personal fundraiser è di mandare almeno tre mail come invito a donare. [...] Queste sono le tre caratteristiche che distinguono un buon fundraiser.



L’incontro
Il testo qui proposto è stato raccolto da Manuela Moretti in occasione dell’incontro, della Fondazione Provinciale della Comunità Comasca onlus, dal titolo “Il Personal fundraising: la nuova frontiera del dono”

Valeria Vitali è socio fondatore di “Rete del Dono”, una piattaforma di crowdfunding per la raccolta di donazioni online

L’idea nasce nel 2011 a esempio di una pratica molto diffusa in Inghilterra