

# COME UTILIZZARE UN CONTRIBUTO DELLA FONDAZIONE COMASCA PER MOBILITARE DONAZIONI A FAVORE DEL PROPRIO ENTE

## GUIDA AL 4° BANDO 2018

La Fondazione ha emesso il 4° Bando con l'obiettivo di rafforzare la sostenibilità economica delle organizzazioni che perseguono finalità d'utilità sociale nella provincia di Como.

In pratica le organizzazioni potranno ottenere un finanziamento fino al 60% del costo preventivato per la realizzazione di un progetto (contributo massimo 20.000 euro per un progetto di € 33.334; in caso di costo superiore il contributo sarà comunque di 20.000) finalizzato a creare meccanismi volti a rafforzare la sostenibilità economica e l'efficienza gestionale dell'ente.

Il contributo sarà condizionato dal fatto che pervengano alla Fondazione donazioni pari al 20% del contributo erogato, donazioni che andranno ad integrare il contributo stesso. Il resto (pari al 28% del costo del progetto) è a carico dell'ente. Naturalmente qualora le donazioni fossero maggiori, la quota a carico dell'ente si ridurrebbe di pari importo.

Una modalità per sfruttare questa opportunità può consistere nel dotare la propria organizzazione di un promotore del dono, ossia di una persona che abbia come compito quello di aiutare gli enti a fare della mobilitazione di donazioni una parte fondamentale della propria identità, in quanto non si tratta modalità molto efficace non solo per aumentare le risorse a disposizione per il finanziamento dei propri servizi, ma anche per diffondere la propria missione. La Fondazione dopo il successo dello scorso anno, in collaborazione con l'Università dell'Insubria, sta infatti organizzando il secondo master di promotori del dono che è specificatamente pensato per le esigenze di organizzazioni di dimensioni modeste e con un forte radicamento territoriale.

Si tratta di un'opportunità unica in quanto è questo il solo master universitario pensato per promotori del dono attualmente esistente in Italia.

Il master, oltre a formare una persona in grado di valorizzare il patrimonio relazionale dell'ente e quindi creare le condizioni per aumentare le entrate frutto di liberalità e mobilitare il volontariato, avrà i seguenti obiettivi operativi:

1. Dotare l'ente di un CRM (Customer Relationship Management) ossia di un archivio informatico in grado di tenere traccia di tutti i rapporti e le informazioni sui donatori effettivi e potenziali, così da poterli coinvolgere con le modalità che meglio rispondono alle loro specifiche esigenze e preferenze;
2. Realizzare da settembre a dicembre una campagna di raccolta fondi a favore dell'ente stesso;
3. Elaborare un piano annuale di raccolta fondi che dovrà essere presentato al consiglio d'amministrazione dell'ente affinché decida se approvarlo e quindi implementarlo nei 12 mesi successivi.

Per conseguire questi obiettivi il master è strutturato con:

- Conferenze sul dono e sulle modalità di mobilitazione delle donazioni a cui è fondamentale anche la partecipazione di rappresentanti dell'ente;
- Approfondimenti teorici sul valore e significato del dono;
- Inquadramenti giuridici, fiscali e gestionali;
- Sviluppo di competenze tecniche (project management, gestione sito, social network, ecc.);

- Sviluppo delle competenze relazionali e comunicative;
- Lezioni e presentazioni sui vari CRM;
- Approfondimento delle tecniche e delle procedure di mobilitazione delle donazioni attraverso, lezioni, esercitazioni, simulazioni;
- Attività di analisi dell'ente stesso al fine di coglierne le specifiche esigenze e potenzialità;
- Elaborazione per ogni tema collegato alla raccolta fondi di soluzioni specifiche adatte all'ente grazie alla collaborazione di un fundraiser professionista che sarà a disposizione dello studente;
- Gestione diretta della campagna di raccolta fondi

L'ente potrà stabilire se far frequentare questo master a una persona che già opera al suo interno al fine di riqualificarla o se individuare un soggetto esterno

A titolo indicativo le voci che potranno essere inserite nel progetto potrebbero essere:

Voce di costo	Importo
Costo del master	3.000 €
Tutoraggio di un fundraiser professionista. Per chi sceglie questo servizio, il fundraiser professionista che verrà messo a disposizione di ogni studente-promotore del dono, in grado di offrirgli assistenza per 12 mesi, verrà identificato dalla Fondazione Provinciale	1.500 € (fortemente consigliato)
Assistenza da parte di una persona senior che possa aiutare l'ente a comprendere come utilizzare al meglio lo studente-promotore del dono e ad implementare le strategie più efficaci per realizzare il progetto nel migliore dei modi. Per chi sceglie questo servizio, l'esperto in grado di offrire un'assistenza qualificata in materia per 12 mesi verrà identificato dalla Fondazione Provinciale.	3.000 € (fortemente consigliato)
Costi indicativi per fornire l'ente di un CRM (programma informatico per la gestione dei donatori) per due anni	da 500 a 1.200 €
Eventuale indennità di tirocinio a favore dello studente-promotore del dono. Si suggerisce 400 € al mese per 10 mesi	4.000 € (consigliato)
Eventuale stipendio per 6/12 mesi per 20 ore settimanali per lo studente dopo che avrà completato il master al fine di consentirgli di implementare il piano di raccolta specifico per l'ente	Esempio: 9.000 € (ipotizzato sul costo aziendale di un quinto livello commercio part time per 6 mesi e comprensivo di oneri aziendali) N.B. Ogni ente può scegliere il rapporto di lavoro che preferisce
Costi relativi alle attività di comunicazione collegate alla campagna di raccolta fondi e alle altre attività previste nel piano di raccolta	...
Costi amministrativi	...
Costi relativi alla campagna di raccolta fondi natalizia prevista dal Master	...

Considerato che 33.334 euro sono sufficienti per coprire tutti questi costi, che di questi 20.000 verranno messi a disposizione dalla Fondazione, che 4.000 dovranno comunque essere raccolti in donazioni, l'investimento dell'ente sarà inferiore a 10.000 euro. Se però si considera che la persona avrà come obiettivo la raccolta di donazioni e che queste dovrebbero essere ben superiori ai 10.000 euro, tale cifra più che un investimento potrà essere considerata il rischio massimo a cui l'ente potrebbe andare incontro.

Il vero tema non è dunque il costo del progetto, ma piuttosto la decisione dell'ente di fare della promozione del dono parte integrante della propria identità. Senza questa decisione e quindi la conseguente volontà di valorizzare le relazioni personali di tutti coloro che collaborano con l'ente stesso, il rischio che l'attività del promotore del dono si riveli inefficace è reale. Se, al contrario, si decide di fare del dono non solo una modalità per raccogliere risorse, ma anche una via attraverso la quale promuovere la propria missione istituzionale, sarà possibile mobilitare donazioni molto consistenti.

Qualora si volesse cogliere questa opportunità l'impegno dell'ente può essere riassunto nei punti seguenti:

1. Definire il progetto o l'iniziativa per la realizzazione della quale verrà organizzata la campagna di raccolta fondi che il promotore del dono dovrà organizzare durante il periodo natalizio;
2. Individuare, eventualmente con l'assistenza della Fondazione, la persona che dovrà frequentare il master e fare il tirocinio presso la propria struttura;
3. Individuare un tutor aziendale che abbia il compito di presidiare il progetto e un gruppo di persone (dipendenti, volontari, ecc.) disponibili a collaborare con il promotore del dono per strutturare ed implementare le attività di raccolta;
4. Coinvolgere i propri organi direttivi nella decisione e dedicare, se possibile, trimestralmente un punto all'ordine del giorno per analizzare l'andamento del progetto;
5. Partecipare alle conferenze che verranno organizzate dalla Fondazione su queste tematiche;
6. Immaginare un percorso di coinvolgimento e di affiancamento con l'obiettivo di permettere alla persona che frequenterà il master di approfondire la conoscenza dell'ente e di coloro che vi operano;
7. Collaborare con il promotore del dono nelle attività volte a predisporre il piano di raccolta;
8. Partecipare a momenti comuni di confronto al fine di valutare l'andamento del progetto ed introdurre eventuali correttivi;
9. Coinvolgere tutto l'ente nell'implementazione delle attività di mobilitazione e sensibilizzazione approvate dal piano.

In ogni modo la Fondazione è disponibile per assistere gli enti interessati a cogliere questa opportunità, nell'elaborazione del budget e di qualsiasi altra documentazione necessaria per partecipare al Bando.