

Dagli strumenti alle relazioni

«I fundraiser lavorano su quattro mercati: persone fisiche, imprese, fondazioni e pubblica amministrazione. C'è chi è orientato sugli strumenti, chi sulle relazioni»

Siamo ancora in ritardo

«Purtroppo, per esempio, la maggior parte delle cooperative sociali si divincola ancora tra appalti e improbabili modelli di business»

Lo spirito che muove il dono

«Quello che muove un donatore è soprattutto il fatto di poter realizzare qualcosa per la propria comunità e quindi anche per se stesso»

La scheda

Per iniziare? Provate a chiedere a cinque amici



«Pensate a cinque persone che conoscete e che potrebbero sostenere il vostro progetto. La richiesta di condividere conoscenze e amicizie viene accolta se è fundraiser che per primo mette a disposizione le proprie».

Marianna Martinoni
FUNDRAISER E FORMATRICE



«Avvicinando le associazioni - ha detto in più di una occasione Giacomo Castiglioni, presidente della Fondazione - ce ne sono alcune che hanno fatto grandi progressi, si sono dotate di strutture per i cambiamenti necessari, molte altre invece proseguono "come si è sempre fatto", non accorgendosi che il mondo è cambiato. Il rischio è il naufragio. Un altro aspetto che richiede un cambiamento è il rapporto con gli altri, davvero indispensabile per poter fare rete».

Giacomo Castiglioni
PRESIDENTE DELLA FONDAZIONE DELLA COMUNITÀ COMASCA

5 TEMERE LA CONCORRENZA

L'esigenza di concentrarsi sul proprio patrimonio relazionale rende i rischi della concorrenza poco rilevanti, soprattutto per le organizzazioni medio-piccole che possono quindi sviluppare una relazione personale coi propri donatori

6 FARE DELLA RACCOLTA FONDI UNA FUNZIONE SEPARATA

Al contrario bisogna trasformare il dono da un'attività strumentale in una parte fondamentale dell'identità dell'organizzazione

7 PORSI AL CENTRO

L'ultimo peccato, che è quello più radicato negli enti non profit, consiste nell'autoreferenzialità. Bisogna invece imparare a mettere al centro il beneficiario ultimo del servizio e il donatore

"Tratto da "Rifondazioni" di Bernardino Casadei - Vita

L'INTERVISTA LUCIANO ZANIN. Fundraiser, consulente e formatore, presidente dell'Associazione italiana dal 2011 al 2017

BASTA "ARTIGIANATO" TOCCA AI PROFESSIONISTI

È finito il tempo dell'artigianato», dice Luciano Zanin, fundraiser, consulente e formatore, presidente dell'Associazione italiana fundraiser dal 2011 al 2017.

Laureato in Economia delle imprese cooperative e organizzazioni non profit all'Università di Bologna, da oltre 30 anni opera nel mondo del non profit, è amministratore delegato del network Fundraiser per passione e autore di saggi e articoli sul tema. Collabora con il Master in Promotori del dono dell'Università dell'Insubria. «È tempo di pianificare la raccolta fondi in modo non estemporaneo, ma come una qualsiasi altra attività all'interno delle organizzazioni e non solo in ambito sociale ma anche nella cultura, ambiente, sanità, enti pubblici».

La raccolta fondi è assurda ad attività ordinaria da quando è stata inserita - per la prima volta - nel Codice del terzo settore (Decreto legislativo 3 luglio 2017, n. 117, art. 7). Compreso il ruolo strategico della raccolta fondi, si tratta di capire con quali mezzi, strumenti e finalità è opportuno attivarli.

Quali sono le linee guida?

I fundraiser lavorano su quattro mercati: persone fisiche, imprese, fondazioni e pubblica amministrazione. C'è chi è orientato molto sugli strumenti e c'è chi invece ha deciso che quello che muove il donatore è la relazione e non lo strumento specifico, quindi mette in piedi attività di costruzione delle relazioni. Sono quelli che si occupano



Luciano Zanin: «Pianificare in modo non più estemporaneo»

pano di raccolta fondi territoriale, cioè di promuovere le pratiche del dono nella comunità, non necessariamente di un territorio, ma anche virtuale o di interesse.

Qual è il "muovente" del donatore?

Quello che muove un donatore è il fatto di fare qualcosa per la propria comunità e quindi per se stesso. Penso che donare sia un bisogno, infatti quando uno dona poi sta meglio, quindi ha soddisfatto un bisogno e se non sente il bisogno di donare semplicemente non lo fa.

La definizione di comunità di riferimento è la chiave di volta sulla quale costruire una raccolta fondi che abbia un significato per chi riceve e per chi dona?

Per soddisfare i bisogni della mia comunità di riferimento necessario di risorse. Dall'altra parte ci sono soggetti che hanno disponibilità e interesse a mettere a disposizione le loro. Ma per farle diventare da ricchezza privata a bene comune c'è bisogno di qualcuno che se ne occupi e non una volta ogni tanto, ma continuamente. C'è bisogno di organizzazioni che decidano

che questa cosa si ha da fare. Non è più semplicemente un "ho bisogno di soldi e li vado a cercare", è finita se mai c'è stata un'era così. La domanda è piuttosto: qual è la mia missione nella comunità e come intendo svolgerla.

Le organizzazioni lo sanno?

Una parte non ha ancora compreso e deciso. Per esempio la maggior parte delle cooperative sociali si divincola tra appalti e improbabili modelli di business. Ma si tratta di uscire dalla dicotomia: o ricevo i soldi dallo Stato o vado sul mercato a vendere e comprare servizi. Questi due modi escludono il dono che invece è l'unico strumento che riesce ad attivare risorse "altre": beni economici, tempo, competenze e relazioni. Non può più essere considerato un lavoro sporadico e infatti in Italia sono aumentate le scuole che preparano i promotori del dono, così come sono aumentate le organizzazioni non profit che fanno fundraising. Se nel 2000 erano il 4% adesso sono al 20%.

Rispetto all'Europa, in Italia come ci si sta muovendo?

Siamo i soliti, un po' creativi e un po' artigiani, l'area mediterranea è omogenea e i tassi di donatori sono tra il 20 e 24%. Nei paesi di matrice anglosassone o tedesca la percentuale sale a 65 o 75%, ma il senso civico è diverso, c'è l'abitudine di prendersi cura della comunità. In ogni caso anche in Italia siamo in un momento interessante, sta agendo un cambio di cultura.

M. G.

E lo Stato "ringrazia": detrazioni fino a 70mila euro

La "Legge Onlus" è la norma che ha introdotto il profilo fiscale delle organizzazioni non lucrative di utilità fiscale. All'articolo 13 sono previste una serie di defiscalizzazioni delle erogazioni liberali effettuate dalle persone fisiche e dalle aziende.

Per ottenere il risparmio d'imposta l'erogazione deve essere effettuata tramite banca, conto corrente postale, assegni, carte di debito o di credito. La donazione in contanti non consente al donatore di beneficiare di alcuna agevolazione. Vi è poi

la "Legge dai-versi". I soggetti che possono ricevere le donazioni deducibili sono le Onlus di diritto o di opzione, le associazioni di promozione sociale iscritte al registro nazionale e loro affiliate locali; le fondazioni e le associazioni riconosciute aventi per oggetto la tutela, la promozione e la valorizzazione dei beni artistici, storici e paesaggistici; le fondazioni e le associazioni riconosciute, aventi per oggetto lo svolgimento o la promozione di attività di ricerca scientifica. Il limite della deducibilità ammonta al 10% del red-

dito dei donatori fino ad un massimo di 70mila euro.

Per districarsi tra la normativa, è possibile consultare l'istant book "Saper ricevere". Il senso delle erogazioni per gli enti non profit" predisposto dal Centro servizi per il volontariato della città metropolitana di Milano. Il testo, redatto da Infocontinua Terzo Settore, è scaricabile gratuitamente da Internet.

Sulle erogazioni liberali è disponibile, sempre gratuitamente e sempre su Internet, anche l'apposita guida redatta dal-



Il fisco "aiuta" chi sostiene le onlus

L'agenzia per le entrate. In questo caso il testo è suddiviso in base al tipo di associazione (Onlus, Università e istituti di ricerca, Ong, associazioni di promozione sociale, istituzioni religiose, settore culturale e spettacolo, le altre liberalità). Un capitolo è dedicato alla destinazione del 5 mille. In appendice una tabella riassume le principali erogazioni liberali e le agevolazioni fiscali in base all'agevolazione, al tipo di liberalità e all'agevolazione spettante. Il testo riporta anche l'elenco delle Ong.

C. Dot.