

Fundraising, la ricetta: «I soldi vengono dopo Prima le comunità»

L'incontro. Reti e rapporti del "non profit" sul territorio al centro del dibattito promosso ieri a Unindustria
Tra visioni del mondo condivise, fiducia e solidarietà

SIMONA FACCHINI

Non soldi ma relazioni. È una risorsa tutta umana quella che le associazioni "non profit" devono ricercare con il fundraising, come spiegato ieri in Unindustria durante il convegno "Fundraising di prossimità, le risorse sono nella comunità. Costruzione di reti di raccolta fondi per le piccole e medie organizzazioni non profit" organizzato dalla Fondazione Provinciale della Comunità Comasca e moderato dal direttore de La Provincia **Diego Minonzio**.

«I ragazzi, grande risorsa»

Il seminario è stato aperto da **Giacomo Castiglioni**, presidente della Fondazione, che ha sottolineato quanto siano straordinari i numeri di chi fa volontariato in Italia - circa una persona adulta su quattro - e ha poi proseguito spiegando quale sia il ruolo dei giovani. «I ragazzi - ha spiegato - sono una grande ri-

sorsa ma vanno coinvolti nelle associazioni, facendoli innamorare delle iniziative in atto. Solo così potrà esserci una risposta positiva, ma il materiale su cui lavorare è buonissimo. Le iniziative che abbiamo dedicato ai giovani hanno dimostrato la loro straordinaria professionalità nel prendersi a cuore e portare a termine il progetto assegnato».

L'incontro è poi proseguito con gli interventi di quattro esperti che hanno spiegato tecniche e strategie per organizzare un efficace fundraising.

«Fare fundraising non vuol dire cercare soldi - ha spiegato **Guya Raco** - . L'obiettivo principale è infatti quello di creare relazioni con il territorio, in particolare con la propria comunità di riferimento che non è solo quella geograficamente vicina, ma è quella comunità in senso lato costituita da coloro che condividono la nostra stessa visione del mondo». Alla base c'è infatti il concetto di dono. «L'attenzio-

ne passa dal progetto al donatore - aggiunge -. Bisogna capire cosa lo rende felice e sviluppare la sua fiducia verso l'associazione. Questo obbliga a pensare agli altri, il fundraising implica una modifica della struttura dell'organizzazione, e chiama anche la comunità a mettersi in gioco. Ovviamente avere una fitta rete di relazioni è fondamentale per avere successo, ma può anche essere un boomerang se viene minata la fiducia del donatore nei miei confronti».

Attivare le comunità

Anche **Luciano Zanin**, fundraiser e presidente Assif, si è concentrato sul ruolo delle relazioni e sulle risorse che si sviluppano nelle comunità: «Le nostre comunità sono ricche di beni, strumenti, denaro, tempo, competenze. Abbiamo reti relazionali molto forti che non usiamo quasi mai, e che invece possono e vengono attivate attraverso il

dono. Sono qualità che non si possono comprare, bisogna fare in modo che il donatore si senta gratificato nel fare qualcosa di utile e di cui ha voglia». Il terzo intervento è invece stato dedicato tutto sul ruolo dei volontari. «I volontari rappresentano l'apertura delle organizzazioni verso le comunità - ha commentato **Laura Lugli** -. Sono quel valore aggiunto che rende l'organizzazione credibile perché è testimonianza del dono, avendo lui deciso di donare se stesso ed il proprio tempo». A chiudere gli interventi **Davide Moro**, sul rapporto tra non profit e marketing: «Tutte le organizzazioni sono uniche e hanno un valore che permette loro di creare un cambiamento nella comunità di riferimento, solo che spesso le organizzazioni hanno poca consapevolezza della propria identità. Questo frena la capacità di comunicare all'esterno il perché un donatore dovrebbe sostenere i suoi progetti».

Castiglioni:
«I ragazzi sono una grande risorsa ma vanno coinvolti nelle associazioni»



L'incontro sul fundraising organizzato dalla Fondazione della comunità comasca POZZONI

