

COMUNITÀ COMASCA

Raccolte fondi? Si comincia con gli amici

L'incontro

Ultima puntata del percorso formativo dedicato ai giovani "fundraiser" e alla costruzione di un piano di raccolta fondi

«Pensate a cinque persone che conoscete e che potrebbero sostenere il vostro progetto», è così che Marianna Martinoni, fundraiser e formatrice, ieri sera ha spiegato come iniziare a costruire una mappatura delle relazioni, tesoretto prezioso per la cassetta degli attrezzi del bravo fundraiser illustrato nell'ultima lezione del percorso formativo "I soldi non piovono dal cielo (ma si possono raccogliere)", seminario avviato in ottobre da Fondazione

provinciale di comunità comasca onlus per formare volontari e operatori capaci di attuare raccolte fondi per le proprie organizzazioni o progetti e per incentivare il ricorso ai diversi strumenti del fundraising da parte delle realtà non profit.

Ieri sera in "I contatti personali: il vero motore della donazione" nella sede dell'Università dell'Insubria a Como Martinoni ha illustrato le strategie per costruire la mappatura delle relazioni, base fondamentale e imprescindibile per costruire un piano di raccolta fondi. La mappa è concentrica e si parte dalle relazioni più vicine e "calde": i familiari, legami che funzionano, nel senso che sono disponibili a donare o collaborare, con percentuali oltre l'80%, fino ad arrivare alle amicizie e cono-

scenze più lontane e alle aziende. La difficoltà è duplice: da una parte non è facile individuare, tra le proprie conoscenze, chi è più disponibile e affine alle finalità del progetto. Dall'altra si tende ad essere reticenti nel momento in cui si tratta di decidere di mettere in comune con l'organizzazione le relazioni personali. Uno sforzo ai quali tutti sono chiamati, a partire dai consiglieri. "Mi sono resa conto che la richiesta di condividere conoscenze e amicizie - continua Marianna Martinoni - viene accolta se è il fundraiser che per primo mette a disposizione le proprie". Fondamentale resta la buona causa per la quale si chiede. Tra quelle che sollecitano con maggiore facilità le donazioni ci sono quelle per il contrasto alla povertà e il sostegno alle emergenze uma-

нитарie, con il recente nuovo ingresso di chi combatte la povertà in Italia, fino al 2011 non era neanche in elenco. Ci sono poi macro preferenze: i donatori si sentono sollecitati più dalla ricerca scientifica che dalla tutela del patrimonio artistico e culturale. Le modalità corrette per trasmettere la buona causa seguono una formula precisa: è necessario comunicare incrociando quello che le organizzazioni vogliono dire ai donatori con quello che i donatori vogliono sentirsi dire, alchimie di successo.

Resta il principio che nulla può il fundraiser senza un elenco ragionato di nomi e contatti di potenziali donatori, di persone in vario modo interessate al progetto con le quali costruire una relazione di fiducia, chiave di volta di ogni teorema sul dono.

M. Gls.



Marianna Martinoni, fundraiser e formatrice

