

# Dal Fund-raising alla promozione del dono

Bernardino Casadei  
Fondazione Cariplo  
Como, 8 giugno 2006



FONDAZIONE CARIPLO

# Il Fund-raising

- Si parte da un progetto o un'iniziativa per la quale si cerca di mobilitare l'interesse dei potenziali donatori;
- Si passa dall'accattonaggio al marketing più sofisticato;
- Il fund-raising è importante per:
  - Finanziare il progetto;
  - Sensibilizzare la comunità;
  - Attirare nuovi volontari.

# L'opportunità dei bandi con raccolta

- Accreditamento: i progetti sono stati selezionati da un soggetto terzo che ne garantisce il valore;
- Incentivi monetari per i donatori, in quanto il loro contributo, oltre a usufruire del beneficio fiscale, viene quintuplicato dalla fondazione;
- Garanzie di rendicontazione da parte della fondazione.

# Come collaborare

- Predisporre materiale divulgativo e sua diffusione coordinata;
- Elaborare storie collegate alle singole iniziative e loro diffusione attraverso i media locali;
- Organizzare eventi di raccolta fondi in cui presentare i vari progetti.

# La promozione del dono

- Si parte dal donatore e lo si aiuta ad individuare le iniziative che meglio corrispondono ai propri bisogni e ideali;
- L'obiettivo è aiutarlo ad utilizzare il dono per fare qualcosa di bello di cui essere fiero;
- La finalità è promuovere la creazione di relazioni veramente umane, perché non strumentali.

# I bisogni del donatore

- Conoscere le opportunità;
- Avere garanzie;
- Sfruttare i benefici legati alle donazioni;
- Non avere oneri amministrativi;
- Potersi concentrare su ciò che interessa;
- Creare relazioni veramente umane perché non strumentali.

# Conoscere le opportunità

- I bandi offrono al donatore la possibilità di scegliere fra diverse iniziative d'utilità sociale;
- La fondazione può presentare a singoli donatori le tipologie di progetti che interessano loro;
- La fondazione ha una conoscenza approfondita delle nonprofit che può mettere a disposizione dei donatori per aiutarli a realizzare i propri obiettivi.

# Avere garanzie

- I progetti presentati attraverso i bandi sono già preselezionati;
- La fondazione è in grado di ottenere la rendicontazione di quanto realizzato;
- La fondazione opera nella massima trasparenza;
- In quanto soggetto terzo può porsi come garante nei confronti del donatore.



# Sfruttare i benefici

- Massimizzazione dei benefici fiscali:
  - Utilizzo dei benefici più convenienti, anche grazie ad un'assistenza specializzata;
  - Possibilità di gestire le proprie donazioni per competenza e non per cassa;
  - Benefici anche per contributi non destinati ad onlus;
- Opportunità di comunicazione
  - Spazi nel sito e nel rapporto della fondazione;
  - Gestione dei rapporti con i media locali.

# Non avere oneri

- Massima semplificazione degli oneri nei confronti del fisco:
  - Riduzione del numero documenti fiscali;
  - Totale protezione contro eventuali sanzioni;
- Flessibilità e semplicità nelle donazioni;
- Gestione dei rapporti con le nonprofit:
  - Raccolta e istruttoria delle domande;
  - Onere di dover dire di no.

# Concentrarsi su ciò che piace

- Il donatore può scegliere se e quando intervenire nelle attività di erogazione:
  - Elaborazione criteri di selezione;
  - Analisi dei progetti;
  - Selezione dei progetti;
  - Erogazione dei contributi;
  - Raccolta e verifica della rendicontazione;
  - Valutazione dell'impatto;
  - Comunicazione dei risultati.

# Creare relazioni veramente umane

- Altri donatori (familiari, amici, colleghi) per realizzare assieme qualcosa di bello e per rafforzare i legami del gruppo;
- Enti nonprofit per partecipare direttamente alle loro attività come finanziatore, volontario, consigliere, ecc.;
- Con i beneficiari ultimi per conoscere l'impatto reale del proprio contributo e poter sperimentare la gioia di ogni relazione che si fonda sulla generosità.