



Team affiatato

Il direttivo di Assif - Associazione Italiana Fundraiser al completo. L'attività dell'associazione e una rassegna delle iniziative promosse si trovano sul sito: www.assif.it.

Vision strategica

2011-2014

Essere un punto di riferimento del fundraising italiano, promuovendo cultura e professionalità sia nei confronti delle singole professioniste che verso le organizzazioni del terzo settore, diventando un interlocutore per l'Europa e l'area mediterranea. Assif vuole alimentare lo sviluppo e la crescita della professione del fundraiser e dei professionisti del fundraising, per promuovere standard etici elevati nella professione e per preservare il donatore ed incrementare la donazione.

È questa la vision del piano strategico-operativo elaborato dal consiglio direttivo Assif per il triennio 2011-2014. Un programma di lavoro scandito per tappe e obiettivi, per realizzare il quale Assif intende avvalersi di partnership già consolidate con realtà che, a vario titolo, si occupano di raccolta fondi: il network www.fund-raising.it (che nel 2007 ha assunto la direzione scientifica della Scuola di Fundraising di Roma), il festival (www.festivaldelfundraising.it) e l'Europea Fundraising Association (www.efa-net.eu).

Professione fundraiser

Servizi per i soci e territorio Assif riparte da qui

di **Maurizio Regosa**

■ Sei miliardi di euro. A tanto ammontano le donazioni degli italiani: in pratica, una piccola manovra economica decisa dal basso. Risorse che contribuiscono a sostenere il welfare comunitario e solidaristico di cui, nei fatti, il terzo settore è promotore. Soldi che però difficilmente prendono da soli "la strada del bene".

Perché questo accada c'è bisogno di un aiuto professionale. Che spesso arriva dagli specialisti del fundraising, termine che tradotto letteralmente significa "raccolta fondi", ma che sta a indicare, nella realtà, una professione ampia e articolata.

I professionisti del fundraising italiano fanno riferimento a un'associazione, l'Assif (acronimo che sta, appunto, per Associazione Italiana Fundraiser), che ha di recente rinnovato il proprio consiglio direttivo e sta introducendo importanti innovazioni per aiutare i fundraiser italiani "ad aiutare" il non profit.

Lo stato dell'arte

«Siamo stati eletti a maggio, e a giugno abbiamo definito le cariche», premette il neo presidente di Assif, Luciano Zanin (nella foto). Il primo passo? «Subito abbiamo inviato ai colleghi un questionario che ci aiutasse a delineare un'associazione più rispondente ai bisogni di iscritti e non. Abbiamo voluto partire dalla realtà».

Un metodo che ha permesso di scoprire che il 55% di chi ha risposto è donna, che la fascia più

L'associazione che riunisce chi si occupa di raccolta fondi si riorganizza, per affrontare le nuove sfide in un mercato che cambia. Il programma? Strutturarsi in gruppi territoriali per interpretare al meglio le diverse realtà del non profit italiano, allargare la partecipazione (le modifiche allo Statuto saranno condivise e perfezionate online) e investire sui servizi agli associati. Con un'attenzione alle esperienze europee. Come racconta il presidente, Luciano Zanin

rappresentata è quella dai 35 ai 50 anni (45%), che l'82% ha effettuato studi specialistici (una laurea o addirittura il master), che il 20% è consulente e che un altro 20% opera a titolo volontario.

Ma sono uscite indicazioni interessanti anche a proposito dei settori d'intervento: il 12% dei ri-

spondenti ricerca risorse per assistenza sociale, altrettanti lo fanno per la cooperazione allo sviluppo mentre l'11% si occupa di assistenza sanitaria, il 10% di cultura e patrimonio artistico e il 7% di ricerca scientifica. «Soprattutto, è emerso che l'80% di coloro che hanno risposto non è iscritto all'associazione. Dobbiamo coinvolgerli nella costruzione di un futuro comune, se aspiriamo a rappresentare i professionisti del fundraising. E per riuscirci dobbiamo rilanciare Assif».

Una sfida che il consiglio direttivo si sta attrezzando per affrontare in maniera articolata. «Servono nuove regole che ci aiutino a riposizionare la figura del fundraiser. Se oggi si chiede chi è un fundraiser, è difficile avere risposte chiare. E questo è un problema che non riguarda solo noi: tocca anche il non profit. A metà novembre si terrà un'assemblea straordinaria per discutere le modifiche allo Statuto, che potranno essere visionate in anteprima grazie alla pubblicazione su web», prosegue Zanin.

Entro l'anno, dunque, per rispondere meglio alle nuove esigenze verranno modificate le regole d'accesso all'associazione e le tipologie di soci («dobbiamo semplificare riducendo la burocrazia»). «Attualmente sono previste sei categorie, ma ad esempio lo junior non può votare: dobbiamo garantire la qualità degli associati e maggiore possibilità di partecipazione sia a chi si sta avvicinando alla professione, sia a chi fa fundraising come volontario».

La stagione del cambiamento

L'idea è quella di invitare le persone interessate ad entrare, e poi coinvolgerle in una riforma ancor più radicale dell'associazione. «Quelli che ora sono sulla porta, se lo desiderano, devono

■ Il non profit solo ora sta iniziando a comprendere che il fundraiser porta innovazione e novità nelle relazioni ■

protagonisti

I volti del cambiamento

Nataschia Astolfi, 38 anni



«Mi piacerebbe strutturare momenti periodici di aggiornamento e di formazione per i soci in rete con le principali scuole specializzate sul fundraising. Inoltre, vorrei sviluppare il gruppo territoriale Assif nella mia Emilia Romagna per essere più vicini alle esigenze dei fundraiser e unire idee, proposte e relazioni».

Tesoreria

Andrea Caruso Caracciolo, 31 anni



«Dopo una laurea in giurisprudenza ho trovato la mia via nel fundraising. Credo che Assif sia una grande occasione per contribuire a far crescere la professione e per fare questo sarà utile confrontarsi con le associazioni europee per affermare una via italiana al fundraising».

Delega all'EFA - European Fundraising Association

Michelangelo Carozzi, 42 anni



«Donare è una responsabilità per chi riceve, ma anche per chi dona. Si tratta infatti di un gesto attraverso il quale si fa crescere, e si migliora, la società in cui viviamo. La partecipazione e la voglia di raggiungere obiettivi sociali mi hanno spinto a intraprendere questo bellissimo mestiere nel quale occorre essere "affamati e folli"».

Rapporti con le organizzazioni, comunicazione sociale ed etica

Cristina Delicato, 42 anni



«Il non profit è in formidabile espansione ma ha anche bisogno di un indirizzo professionale ed etico per chi lavora al reperimento delle risorse. Da qui nasce il desiderio di partecipare alla costruzione della nuova Assif e l'impegno a promuovere membership e networking per accrescerne la rappresentatività».

Marketing e comunicazione

Alessandra Delli Poggi, 39 anni



«Ogni giorno privati e imprese sono chiamati a partecipare allo sviluppo di progetti di utilità sociale ideati e promossi dai fundraiser. La tutela della nostra professionalità passa anche attraverso la soddisfazione del donatore, che sempre più vuole partecipare a raccolte fondi sviluppate con "buone prassi etiche"».

Vicepresidente

Marianna Martinoni, 36 anni



«Dobbiamo aiutare il non profit a superare una concezione del fundraising inteso come tecniche e strumenti per reperire risorse; è invece una strategia che parte dal coinvolgimento e dalla legittimazione delle comunità locali, dall'ideazione di progetti che migliorano la vita dei cittadini e dei territori».

Ufficio stampa e relazioni esterne

Raffaele Picilli, 37 anni



«Nel prossimo triennio vogliamo interagire con tutte le realtà che si occupano in maniera professionale di ricerca nel campo del fundraising e offrire maggiori servizi ai nostri soci: per esempio, una bibliografia nazionale e internazionale, e una mappatura delle ricerche sul fundraising e il people raising».

Vicepresidente con delega alla Ricerca

Guya Raco, 37 anni



«Credo nei cambiamenti che vengono portati avanti dal basso, fatti di piccoli traguardi, come quelli raggiunti dai tanti colleghi che trovano risorse, umane e materiali, per permettere alle loro organizzazioni di crescere. Dobbiamo lavorare perché l'associazione vada sempre più incontro ai bisogni dei fundraiser».

Fundraising e Development

Andrea Romboli, 35 anni



«Mapperemo tutte le realtà per capire come intervengono sulla formazione e comprendere meglio i bisogni espressi dagli operatori. Avremo così un quadro di riferimento per elaborare il posizionamento di Assif rispetto gli interessi della categoria, e strutturare l'attività di aggiornamento».

Responsabile Formazione al fundraising

Elena Zanella, 38 anni



«Networking e promozione di servizi efficaci tra e per gli associati. Ecco cosa ci proponiamo per favorire lo sviluppo dell'associazione, lo spirito d'appartenenza, la diffusione della cultura e l'educazione al fundraising nel nostro Paese. Assif si pone al fianco del professionista a tutela di un'identità che muove ora i primi passi».

Coordinamento fundraising e development

poter partecipare alla costruzione della nuova Assif. L'importante è che capiscano che l'associazione è un'opportunità per loro e la loro professionalità».

Questo processo partecipativo, sostenuto anche da un piano di sviluppo per il prossimo triennio, porterà a inizio 2012 a una campagna associativa («miriamo ad avere tra le 300 e le 400 iscrizioni, e a lanciare una raccolta fondi per dotarci di una sede»). Ma soprattutto sarà il metodo per realizzare un profondo aggiornamento dei compiti e degli obiettivi di Assif. «Dobbiamo essere una struttura che offre strumenti significativi agli associati».

Quali servizi ha in mente, il pragmatico Zanin? «Indicazioni sulle tipologie di contratto, un benchmark di riferimento per le tariffe». E ancora: «Momenti formativi per i soci con relatori anche internazionali, grazie all'European Fundraising Association di cui siamo membri, incontri riservati con possibili partner profit e non profit, gruppi territoriali per condividere opportunità. In Francia, per esempio, organizzano colazioni o cene per favorire appunto la condivisione delle esperienze e delle competenze».

Un altro riferimento importante è quello della Gran Bretagna. Anche se «alcuni strumenti che funzionano nel mondo anglosassone può darsi non siano efficaci in quello mediterraneo. Estremizzando un po', da noi la relazione funziona meglio dello strumento», spiega Zanin.

Il servizio del non profit

«Un fundraiser che lavora sul territorio non può applicare i modelli che vanno bene per i grandi filantropi, che da noi non ci sono. Abbiamo una miriade di piccoli donatori». È per parlare con loro che occorre trovare il giusto linguaggio sa-



Il Piano operativo Più soci, più rete e un'apertura internazionale

■ Molto chiari gli obiettivi che Assif si è data per il prossimo triennio, e chiare le tappe di avvicinamento, scandite in un Piano operativo. Che prevede, entro il 2012, un incremento del numero dei soci e lo sviluppo di membership e attività di networking, attraverso la modifica dello Statuto, il lancio di una nuova campagna di adesioni e la costituzione di gruppi di lavoro sul territorio. Entro il 2013 si lavorerà sul fronte della ricerca e della formazione e - parallelamente - sull'accreditamento territoriale, attivando partnership, creando eventi a livello locale e ampliando l'offerta di servizi per i soci. Obiettivo 2014, consolidare tutto il lavoro fatto e procedere con l'accreditamento internazionale, svolgendo attività di lobbying con le istituzioni e promuovendo un evento di livello internazionale. Un piano di lavoro che il Consiglio direttivo le comunicherà ai soci nell'assemblea straordinaria che sarà convocata a breve.

pendo che il mercato è molto frammentato: poche le grandi organizzazioni, moltissime le medie e le piccole (che si avvalgono del contributo del 70% dei fundraiser che hanno risposto al questionario).

A queste realtà naturalmente guardano i professionisti della raccolta fondi, consapevoli che c'è ancora molta strada da fare: «Il non profit solo ora sta iniziando a comprendere che il fundraiser porta innovazione, novità nella comunicazione e nella relazione con l'esterno e all'interno. È uno dei fattori di cambiamento e di sviluppo, ma moltissime organizzazioni ancora lo ignorano».

Contaminazione culturale

Ecco dunque l'altro fronte su cui impegnarsi in modo specifico nel corso dei prossimi mesi di attività.

«Dobbiamo renderci visibili, far capire che la filiera che dal donatore arriva al beneficiario non funziona se non c'è chi se ne prende cura», spiega il presidente. «Quindi, occorre far sì che il mercato ci riconosca e investa su di noi. In questo modo si creeranno anche nuove opportunità di lavoro. È per questo che i gruppi territoriali potrebbero avere il compito importantissimo di incrociare e stabilire un rapporto con le non profit locali, di far capire loro quale possa essere il contributo di figure professionalmente preparate, quanto possano essere utili allo sviluppo della loro missione».

Un lavoro di confronto e di contaminazione culturale cui sarà affiancato uno strumento per così dire più "istituzionale", ovvero la possibilità per le organizzazioni che lo vorranno di lavorare con l'associazione su obiettivi condivisi, collaborando anche con i nostri partner, ovvero le scuole di fundraising e il festival». ■