



TRASCRIZIONE

Minipodcast: il mercato del fundraising e relativi strumenti (parte III)

Nel panorama del terzo settore e rispetto al tema del Fundraising, le fondazioni e gli enti di erogazione in generale rappresentano un mercato di assoluta rilevanza.

Nella storia e nella tradizione del nostro Paese, le fondazioni rappresentano fundamentalmente i primi grandi donatori. Il mercato delle fondazioni nel nostro Paese è notevolmente mutato nel tempo. Fino a qualche decennio fa, la principale categoria di fondazioni che sosteneva il terzo settore in Italia erano le cosiddette fondazioni ex bancarie o di origine bancaria, che sono quelle fondazioni che erano tipicamente collegate alle casse di risparmio che agivano a livello locale. Successivamente, con la cosiddetta Legge Amato, il patrimonio della banca è stato nettamente distinto da quello della fondazione collegata.

Oggi nei territori esistono le fondazioni ex bancarie che portano talvolta ancora il nome della vecchia banca di riferimento anche se oggi probabilmente questa non esiste più o è stata acquisita da altri gruppi bancari, magari cambiando la propria identità. La fondazione continua ad esistere e vive grazie ai redditi che ancora le azioni della banca le permettono di poter avere. Questi redditi vengono reinvestiti sia per incrementare il patrimonio della fondazione stessa, sia per sostenere opere sociali educative e comunitarie del territorio di riferimento.

Le fondazioni di origine bancaria sono fondazioni che erogano i propri contributi attraverso una programmazione che dichiarano pubblicamente attraverso i documenti di programmazione

pluriennale, consultabili anche sui loro siti, in cui è possibile trovare anche il form/la piattaforma (ROL) per fare richiesta di finanziamento. Le fondazioni di questo tipo talvolta sostengono realtà che hanno un impatto locale che coincide con il territorio di azione della fondazione stessa e che sicuramente sono ancora un soggetto interessante su alcuni territori per sostenere la cultura, il sociale e il sistema scolastico del territorio stesso.

Rispetto a questo mondo, è necessario fare una mappatura e comprendere rispetto ai nostri bisogni e alle nostre attività progettuali quali sono le fondazioni di riferimento di questo tipo; mappatura sulla quale sarà necessario analizzare i bandi e le tematiche su cui la fondazione eroga risorse per capire la corrispondenza con le nostre progettualità, attività, servizi. E' fondamentale, quindi, sul target fondazioni, realizzare una mappatura e tenerla aggiornata per andare a studiare quali sono gli enti interessati a sostenere la nostra buona causa. Questo ci permette di non sprecare tempo nell'avanzare una proposta ad un ente erogativo che ha già dichiarato che magari per il prossimo triennio finanzia, ad esempio, i bambini, e non progetti legati alla popolazione anziana, proponendo quindi un progetto che non sta dentro nelle linee guida di riferimento o la programmazione già dichiarata e indicata.

Oltre a questo tipo di fondazioni, in Italia esistono tante altre tipologie di enti, pensiamo alle fondazioni di famiglia o alle fondazioni che nascono da una azienda, le Corporate founda-



TRASCRIZIONE

Minipodcast: il mercato del fundraising e relativi strumenti (parte II)

tion. Queste tipologie di enti nascono per erogare risorse su temi sociali e umanitari di riferimento. Come famiglia è possibile creare una fondazione per gestire direttamente un'attività di filantropia strategica o come impresa è possibile creare una fondazione che vuole in qualche modo gestire la mia risposta sociale d'impresa ed essere il braccio operativo in tali termini. Queste fondazioni talvolta erogano risorse a chi ne ha bisogno oppure fanno anch'esse raccolta fondi per coinvolgere il territorio, le comunità o degli stakeholder precisi, e mettono insieme un capitale, un patrimonio, per poi essere erogato a sostegno in un certo tipo di situazioni.

Queste fondazioni è possibile individuarle nei registri prefettizi, i registri delle persone giuridiche delle nostre Regioni oppure oggi nel registro unico del terzo settore: questi sono i 3 registri tutt'ora esistenti, dove possiamo andare a mappare e individuare le fondazioni di famiglia o d'impresa più vicine alla nostra causa.

Ci sono poi le fondazioni di comunità. Le fondazioni di comunità sono fondazioni che nascono da più attori di un territorio per sostenere o gestire il bene comune di quel territorio stesso, grazie al coinvolgimento del terzo settore e anche i cittadini della comunità di riferimento. Quindi le fondazioni di comunità sono fondazioni che sono create, costituite e sostenute dalla comunità stessa e la ricaduta che hanno è sulla comunità di riferimento che può essere una regione, spesso nel Sud Italia, ma possono essere delle macro aree, delle macro realtà (spesso aree periferiche) che meritano un certo

tipo di sostegno.

Per chiedere risorse a queste tipologie di fondazioni, nella migliore delle ipotesi è possibile trovare sul sito web della fondazione stessa, l'application form da compilare, dove inserire la nostra richiesta. Il consiglio, in tal senso, è essere precisi, sintetici e parlare in modo chiaro, pensando che non sempre dall'altra parte c'è un esperto di quello che è la tema proposta, ma c'è un esperto che desidera comprendere e valutare l'organizzazione nel migliore dei modi. Valutare non solo se la proposta abbia un senso e dia una risposta concreta a un bisogno, ma anche se è in grado di generare impatto sociale. Sempre di più le fondazioni, gli enti di erogazione, gli enti filantropici erogano per sostenere realtà che dimostrano la loro capacità di creare impatto cioè la capacità, attraverso il loro intervento, di cambiare la realtà, di cambiare in meglio la vita di quel beneficiario o di risolvere la situazione di bisogni in cui quel particolare soggetto si trova. Quindi è importantissimo andare a sostenere la nostra richiesta con dei dati di impatto, con una strategia e una visione che va a contribuire a creare un impatto sociale positivo.

Infine, un ulteriore modello di fondazione che viene usato non solo per sostenere il terzo settore, ma anche per gestire operativamente, magari insieme al terzo settore, delle specifiche partite, ovvero la fondazione di partecipazione. Le prime fondazioni di partecipazione nascono ormai più di 20 anni fa, da cittadini che decidono di creare un ente, o di cittadini insieme alle istituzioni, insieme a stakeholder del territorio, di creare un ente per risolvere un problema o un



TRASCRIZIONE

Minipodcast: il mercato del fundraising e relativi strumenti (parte II)

bisogno. La principale caratteristica di questo ente è che il suo patrimonio rimane aperto a futuri partecipanti che possono, secondo le regole dei fondatori, contribuire alla crescita di quella fondazione. Queste fondazioni solitamente nascono per gestire direttamente dei servizi o la gestione di beni o la gestione di territori e sono molto interessanti perché non solo possono essere soggetti a cui chiedere aiuto, ma sono soggetti con cui andare a tessere delle vere e proprie partnership. Sono soggetti che desiderano la tua partecipazione alla risoluzione di un certo tipo di problema. Quindi le fondazioni di partecipazione sono al momento un modello ancora molto innovativo che ci permette di trovare in queste un riferimento. Anche questa tipologia di fondazione è rilevabile nei registri menzionati prima.

Lavorare sulle fondazioni sicuramente vuol dire lavorare su un target di potenziale donatore che si colloca tra i medi-grandi donatori che possono sostenere il tuo progetto e la tua missione. E' importantissimo però approcciarsi con metodo e con professionalità, analizzando bene cosa sostengono e cosa invece no, comprendere qual è il valore aggiunto che si aspettano di trovare su di te e quello che invece può incentivare il non sostegno alla tua causa. Sicuramente questo, come in generale per tutto quello che riguarda il fundraising, non si può improvvisare. Solitamente una fondazione che vi sostiene una volta, può sostenervi nel tempo, facendo in qualche modo "suo" il vostro progetto e dandovi una mano anche negli anni a venire. Si tratta quindi di un mercato strategico di riferimento rilevante, sul

quale dobbiamo necessariamente apprendere e mettere in campo un fundraising con professionalità e metodo.