



***Piattaforma per l'apprendimento online del fundraising
nella gestione degli enti del terzo settore***

www.epatterns.eu



Erasmus+

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Questa comunicazione (sito web) riflette solo le opinioni dell'autore e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per qualsiasi uso che possa essere fatto delle informazioni in essa contenute. Proj.no: 2019-1-FI01-KA204-060827



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

| | |
|---|----|
| INTRODUZIONE | 4 |
| Perché e-PATTERNS | 5 |
| Chi siamo | 6 |
| Contesto e finalità di questo lavoro | 7 |
| Metodologia | 9 |
| Come impiegare i risultati di e-PATTERNS | 9 |
| RACCOLTA FONDI IN ITALIA | 10 |
| NO PROFIT & RACCOLTA FONDI IN EUROPA | 11 |
| COMPETENZE GENERALI PER LA RACCOLTA FONDI e-PATTERNS | 12 |
| #1 Nozioni di base della raccolta fondi | 14 |
| #2 Comunicazione della buona causa da sostenere | 15 |
| #3 Implementazione di un'azione di raccolta fondi presso i donatori | 16 |
| #4 Gestione delle risorse per la raccolta fondi | 17 |
| #5 Monitorare l'efficacia di una campagna di raccolta fondi | 18 |
| #6 Implementazione di una campagna di raccolta fondi pubblici/privati | 19 |
| SOMMARIO | 20 |
| RISORSE | 23 |
| ALLEGATI | 23 |



INTRODUZIONE

Una delle questioni principali nel mondo del no profit è senza dubbio la sostenibilità: come garantire continuità e autonomia alle organizzazioni è una parte cruciale del dibattito democratico e della crescita in qualsiasi società attuale.

Lo scopo di questo documento è capire come sviluppare un modello di autoapprendimento per piccole organizzazioni no profit nella raccolta fondi e come utilizzare al meglio la tecnologia per migliorare la sostenibilità finanziaria.

In Europa, le piccole associazioni (quelle con meno di 15 dipendenti/personale/volontari) stanno affrontando costi operativi crescenti in termini di nuove competenze da acquisire, essendo accelerata la concorrenza per i fondi pubblici, e vedendo ridotto il sostegno da parte dei governi, in particolare nei paesi contrassegnati da nazionalismo e leggi restrittive.

Per questo, nel maggio 2018 la Commissione UE ha presentato un piano per tutelare i valori europei con un'attenzione particolare alle no profit e ONG, lanciando un nuovo [Fondo Giustizia, Diritti, Valori](#) volto a rafforzare la società civile in ogni Stato Membro. Questa è una risposta parziale alla [Relazione sui diritti fondamentali del 2018](#) in cui si afferma che **un problema fondamentale per i gruppi civili europei e le piccole no profit consiste nel reperire finanziamenti sostenibili a lungo poichè la maggior parte delle associazioni si barcamena con progetti a breve termine. Una delle soluzioni sta nella qualificazione di personale che sappia condurre raccolte fondi per le stesse no profit.**

Per affrontare un problema del genere, **la nostra partnership mira a definire un modello rigoroso in termini di definizione di competenze e abilità, nonché di sviluppo di materiale formativo - allo stesso modo intendiamo agire a livello locale per creare modelli di riqualificazione del personale di piccole no profit che rischiano di perdere il proprio ruolo tenace con riguardo all'azione democratica e all'incisività sociale.**

Perché e-PATTERNS

L'obiettivo generale del progetto e-PATTERNS consiste nel formare le piccole organizzazioni no profit in termini di competenze digitali, nonché pianificazione e azione di raccolta fondi. Finora, le piccole associazioni hanno sofferto molto di più di quelle più grandi e affrontano rischi concreti di abbandonare il proprio progetto nel mercato del lavoro, data la minore capacità di adattamento e accesso alle risorse.

Secondo la nostra esperienza:

- Le piccole associazioni devono far fronte a costi e tempistiche eccessive per formare il proprio personale in termini di formazione finanziaria/competenze digitali.
- La formazione degli adulti sembra non reggere il ritmo dell'innovazione, spesso considerata di bassa qualità o non adeguata.
- Molte volte le associazioni si "aspettano" fondi pubblici e non si mostrano autonome rispetto a queste risorse. Una tale debolezza strutturale è particolarmente evidente nei paesi dell'Europa meridionale, sia analizzando i dati preoccupanti dell'alfabetizzazione finanziaria che di confidenza nell'utilizzo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC) presso gli adulti.

In questi termini, e-PATTERNS intende presentarsi come un progetto molto pratico. È vero che ci sono molti corsi su raccolta fondi e attività formative svolte da università o istituzioni accreditate, ma sono spesso molto lunghi per essere abbastanza accessibili a personale no profit che, la maggior parte delle volte, investe solo il proprio tempo libero.

Perciò, si rende necessaria una formazione flessibile e orientata ai risultati tramite l'applicazione di una prospettiva formativa per adulti. Abbiamo pensato a un corso compatibile con le problematiche quotidiane e che possa rispondere alle esigenze stesse degli operatori. In quanto tale, il progetto e-PATTERNS non vuole essere completo né può esserlo, ma vuole avvicinarsi innanzitutto alle esigenze delle piccole associazioni.

Nel complesso, **ciò che la situazione del coronavirus ha insegnato è l'importanza di una strategia digitale organica e la necessità di avere una proiezione più ampia in termini di lavoro di squadra**, di coordinamento, di utilizzo di strumenti digitali per raccogliere fondi e di renderli disponibili almeno per il nostro target raggruppando diverse opzioni per raggiungere gli obiettivi di raccolta fondi.

Vale la pena citare alcuni fatti con riferimento al contesto europeo sulle competenze digitali e finanziarie, anche per comprendere l'urgenza di azione che scaturisce da e-PATTERNS.

In sostanza, un adulto su due in Europa ha sviluppato competenze finanziarie di base ([S&P Global FinLit Survey, 2015](#)) e due adulti su tre mancano di conoscenze digitali di base ([DG Connect, 2017](#)): questo è il contesto effettivo su cui intendiamo focalizzare il progetto.

Chi siamo

Olemisen Balanssia (Finlandia) - Olemisen Balanssia ry è un'organizzazione non governativa fondata nel 2014 a Raisio, nel sud-ovest della Finlandia. Per promuovere l'apprendimento digitale e diffondere la conoscenza della formazione aperta, Olemisen Balanssia ry organizza attività formative, ricreative e multiculturali nell'area sud-occidentale della Finlandia e nel resto del Paese.

COMCY (Cipro) è un'organizzazione senza scopo di lucro con sede a Nicosia. Il suo scopo principale consiste nel fornire formazione gratuita e opportunità educative a una varietà di gruppi sociali.

Open Europe (Spagna) è un'associazione interculturale che mira a promuovere uno spirito internazionale allineato agli obiettivi culturali europei, incoraggiando dialogo interculturale, e lo scambio di conoscenze sulla consapevolezza europea, grazie alla partecipazione attiva di giovani, organizzazioni e imprese, in progetti di mobilità e formazione.

Wisamar Bildungsgesellschaft GmbH (Germania) organizza formazione accessibile a Lipsia, operando nel campo dell'istruzione professionale, culturale e per adulti. Wisamar è accreditata dal TÜV come fornitore di formazione secondo i principi dell'Ufficio federale del lavoro. Inoltre, si occupa di integrazione a favore di rifugiati.

p-Consulting (Grecia) è un'impresa innovativa e dinamica nel campo della ricerca e della consulenza. Ha sede a Patrasso, ma opera anche in tutta la Grecia e in Europa, con obiettivi principali di fornire servizi di consulenza di qualità in termini di business, formazione, ricerca e supporto delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione. È un membro attivo dell'EfVET (*Forum Europeo di Istruzione e Formazione Tecnica e Professionale*), grazie alla sua attività di azienda che fornisce formazione continua.

Polygonal (Italia) è un'associazione senza scopo di lucro con sede a Cori (LT). Soddisfa le esigenze della comunità locale con particolare attenzione alla formazione digitale per l'inclusione sociale. Lavora sulla cittadinanza attiva e su corsi di base, come l'accesso alla salute, i dati aperti e l'alfabetizzazione finanziaria e digitale per terza età, giovani e minoranze. Gestisce anche il punto informativo giovanile comunale.

Contesto e finalità di questo lavoro

La raccolta fondi è un'attività complessa e richiede un insieme piuttosto ampio di conoscenze, competenze e attitudini necessarie per portare una certa idea, attività, progetto, o lavoro ad essere finanziato o parzialmente supportato da un pubblico specifico.

In effetti, la raccolta fondi richiede alle organizzazioni di abbracciare un approccio ampio: tecniche imprenditoriali, analisi finanziaria, conoscenza digitale e branding per qualsiasi tipo di progetto, da quelli sociali a quelli tecnologici o di comunità. Tuttavia, **le piccole organizzazioni spesso considerano la raccolta fondi solo come un'azione per finanziare qualcosa** e non un'attività strategica permanente che coinvolge strategie di imprenditorialità, di posizionamento finanziario e digitale e tecniche di marketing digitale.

Diversamente, la raccolta fondi dovrebbe invece essere vista come un modo di pensare, un orientamento nelle organizzazioni in cui ciascun membro può contribuire allo sviluppo della propria organizzazione. Questo può essere accaduto solo attraverso un approccio dal basso verso l'alto, a partire da modelli di apprendimento finanziario e conoscenze base delle Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione (TIC), accompagnando gli adulti ad apprendere concetti più complessi.

Il presente lavoro è diviso in tre parti:

1. Una breve introduzione alla raccolta fondi nel paese oggetto di questo rapporto.
2. Un modello basato sulle competenze derivato dalle interviste di operatori no profit.
3. Una scheda in allegato che illustra in modo dettagliato quali leggi, definizioni, dati e strumenti per la raccolta fondi sono a sostegno delle associazioni.

Alcune ulteriori considerazioni sono importanti per definire meglio gli obiettivi e l'ambito di e-PATTERNS.

1. Cosa intendiamo con 'piccole associazioni' o 'no profit' o 'ONG'.

Non esiste una definizione condivisa di cosa sia un'organizzazione non governativa in tutta Europa. **Pertanto, per rendere il nostro lavoro agevole e utile, parliamo piuttosto di organizzazioni no profit, indipendentemente dal proprio status giuridico. In questo modo si possono includere anche imprese sociali o cooperative, o associazioni, altrimenti si rischia di essere troppo ristretti nell'approccio.** In effetti, in molti paesi un'organizzazione non governativa (ONG) è intesa come un'organizzazione umanitaria senza scopo di lucro, ma questo non è il nostro scopo. Pertanto, possiamo utilizzare le parole associazione, ONG, organizzazione no profit, o la stessa parola organizzazione come sinonimi.

In secondo luogo, "piccola" la definiamo come un'organizzazione senza scopo di lucro che ha meno di 15 persone o il cui personale, indipendentemente dalla propria situazione contrattuale. A titolo di esempio concreto, potremmo coinvolgere centinaia di volontari per un evento, ma ciò non significa che i nostri volontari permanenti, manager etc. siano più di 15.

2. La ricerca di e-PATTERNS nasce dalla riflessione sul [quadro delle competenze dell'Associazione Europea di Fundraising](#), indicate come essenziali per avere una buona conoscenza sulla raccolta fondi. Lo decliniamo, però, su una scala di azione più piccola, per renderlo direttamente utilizzabile da piccole no profit.

3. **Questo quadro non è esaustivo.** È specificamente finalizzato a sostenere il lavoro di organizzazioni no profit con le caratteristiche già dette, inoltre non è finalizzato a sostituire il lavoro di altre associazioni specializzate in raccolta fondi. Intende invece presentarsi quale piattaforma snella e gratuita in cui il personale può ottenere un primo ambiente sano e sicuro dove operare e testare le idee.

4. **Questo quadro evidenzia un elemento di novità: l'inclusione di competenze digitali complementari a quelle classiche di raccolta fondi. In questo modo, e-PATTERNS mira anche a migliorare le competenze digitali degli operatori aggiungendo anche competenze chiave trasversali a quelle comunicative, critiche e sociali.**

Inoltre, la struttura del quadro di riferimento è alla base dell'apprendimento on-line previsto da e-PATTERNS per supportare passo dopo passo gli operatori no profit nella definizione del proprio piano di lavoro.

5. Le competenze digitali qui considerate non sono di base, quali la definizione dei social network, l'utilizzo base di e-mail o concetti riguardanti la privacy, etc. Queste nozioni sono date per già acquisite, sebbene molti adulti non le abbiano ancora sviluppate appieno. Pertanto, abbiamo previsto nel nostro lavoro fonti extra che possono supportare qualsiasi partecipante anche in questo senso, nel caso in cui ci sia un bisogno definito.

Metodologia

Il nostro lavoro si definisce su due piani:

1. Una ricerca documentaria, che ha raccolto prove, risorse e informazioni in base alle principali tendenze attuali in materia di raccolta fondi, attivismo senza scopo di lucro, fatturazione, normative legali, etc.
2. Una ricerca sul campo che ha coinvolto più di 60 manager/coordinatori/rappresentanti di associazioni per condividere le loro opinioni sulla loro situazione attuale in materia di raccolta fondi e sui loro bisogni. Abbiamo adottato una scala simile circa le conoscenze e le capacità su diverse circostanze relative alla raccolta fondi.

In questo modo, il nostro approccio è stato olistico, in modo da avere un quadro delle competenze finale che fosse aderente alle esigenze delle piccole no profit intervistate.

Una prospettiva trasformativa ispira la ricerca. In fondo, il nostro lavoro non si limita alla teoria, ma mira a dare concretamente risposte e strumenti di lavoro per le organizzazioni no profit.

Come impiegare i risultati di e-PATTERNS

Il quadro delle competenze è destinato all'utilizzo da parte di project manager, leader/coordinatori di ONG, formatori e qualsiasi altra entità senza scopo di lucro. Può essere utilizzato come base per lo sviluppo di corsi, ma soprattutto come guida di monitoraggio per pratiche di raccolta fondi di piccole associazioni.

Il quadro da solo non è sufficiente in termini di rafforzamento della formazione digitale in caso di principianti assoluti: è necessario utilizzare più risorse, quali quelle indicate nel materiale pertinente. **Pur non essendo del tutto esaustivo, è molto utile per coloro che si avvicinano per la prima volta alla raccolta fondi o che desiderano affinare le proprie competenze in tal senso.**

Di seguito, spieghiamo sia la situazione in Italia che nel resto dell'Europa. Per ulteriori informazioni rispetto al progetto, invitiamo a visitare il sito epatterns.eu per la versione completa della presente ricerca.

Raccolta fondi: definizioni e numeri

La raccolta fondi è stata riconosciuta come attività centrale per le organizzazioni no profit all'art. 7 del D.lgs. 117/2017 ed è definita come “il complesso delle attività ed iniziative poste in essere da un ente del Terzo settore al fine di finanziare le proprie attività di interesse generale, anche attraverso la richiesta a terzi di lasciti, donazioni e contributi di natura non corrispettiva”. Le associazioni no profit possono organizzare la raccolta fondi come opera strutturale e permanente nel rispetto della trasparenza e della correttezza.

La normativa vigente prevede incentivi fiscali diversi per tutti quei soggetti privati che donano a organizzazioni no profit. Inoltre, la raccolta fondi è stata estesa a qualsiasi forma di crowdsourcing (sviluppo collettivo di un progetto) e include anche l'accesso a risorse finanziarie pubbliche, le donazioni del 5 per mille (in pratica, le persone possono scegliere di donare la stessa proporzione del proprio stipendio a organizzazioni no profit quando fanno la dichiarazione dei redditi) e l'utilizzo dei luoghi pubblici (in questo modo, l'utilizzo di uno spazio pubblico può essere “quantificato” e calcolato come somma di cofinanziamento per la realizzazione di un progetto).

Inoltre, l'art. 35 del decreto-legge 18/2020 stabilisce ancora più vantaggi per tutte quelle donazioni finalizzate a sostenere un'azione di emergenza da covid19, ad es. valorizzare il lavoro dei volontari del settore sanitario e di tutti gli ospedali direttamente coinvolti.

Delle 343.432 organizzazioni no profit in Italia, l'85,5% riceve fondi da enti privati, mentre il 14,5% riceve principalmente fondi da enti pubblici. Si affidano a 5,5 milioni di volontari, 812mila dipendenti e 294mila consulenti. Gli introiti totali del settore sono di 70 miliardi di euro, per una risultante netta sul PIL di 9 miliardi di euro.

Per quanto riguarda le dimensioni economiche, il 61% dei bilanci no profit italiani è inferiore a € 30.000 (il 38,1% è <10.000 € e il 22,6% è compreso tra € 10 e € 30mila). I medi e i grandi sono rispettivamente del 20,9% (tra 30 e 100mila euro) e del 18,4% (più 100mila euro).

Responsabilità sociale d'impresa

La responsabilità sociale d'impresa (RSI o CSR, dall'inglese *Corporate Social Responsibility*) trae origine dal [Libro Verde della Commissione Europea](#). In Italia, **quasi 1,5 miliardi di euro vengono investiti in RSI** e l'85% delle imprese ha adottato strategie e azioni di RSI ([Osservatorio Socialis, 2018](#)).

L'interesse principale per quanto riguarda e-Patterns risiede nel modo in cui la [RSI e le organizzazioni no profit](#) sono correlate. È **infatti evidente che il 29% delle imprese decide di investire a livello locale e di creare strategie congiunte con le organizzazioni no profit locali e metà di loro è motivata a migliorare la propria immagine locale.** Per quanto riguarda la RSI, è evidente come per le multinazionali il processo di comunicazione della responsabilità sociale d'impresa sia facile e strettamente integrato nelle griglie sviluppate dalla sede, mentre per le PMI (piccole e medie imprese) e le microimprese non è così evidente e lineare. In questo senso, la RSI non finanziaria è un'altra parte cruciale del rapporto tra organizzazioni no profit e le imprese per la creazione di un ambiente locale sano.

Uno strumento di grande impatto per la raccolta fondi RSI nella cultura è il cosiddetto [ArtBonus](#), un beneficio basato sul credito d'imposta per qualsiasi entità, fisica o giuridica, che dona a qualsiasi attività culturale, teatro, biblioteche pubbliche il 65% della somma spettante per un massimo del 15% del reddito per una persona fisica e del 5 per mille per un'impresa - ecco [come calcolarlo](#).

Raccolta fondi digitale

La raccolta fondi digitale in Italia è sempre stata costante, **e il numero di donazioni online e crowdfunding ha raggiunto un picco storico durante il blocco del coronavirus con una donazione totale di 657 milioni di euro** (negli anni precedenti era tre volte inferiore [Creditoitalia.it](#)). [Italianonprofit.it](#), una delle principali piattaforme dati nel settore no profit, ha segnalato più di 140 casi di ospedali che si sono registrati per raccogliere fondi per l'emergenza covid tramite l'ausilio di mezzi digitali. Inoltre, la donazione aziendale digitale è diventata una realtà con [il sito governativo](#) "Solidarietà Digitale" e [Italianonprofit](#) tramite la possibilità di accedere a fondi/servizi di soccorso su diverse aree di lavoro

NO PROFIT & RACCOLTA FONDI IN EUROPA

La raccolta fondi deve essere intesa quale un intero ambiente di lavoro che definisce diverse competenze del personale, un'architettura organizzativa integrata unita a un chiaro piano organizzativo.

In altre parole, la raccolta fondi non è semplicemente un lavoro di qualcuno in un'organizzazione, ma è il lavoro di un'organizzazione coordinata da un gruppo di persone con ruoli diversi e una visione condivisa circa la direzione del proprio progetto.

Con e-PATTERNS abbiamo coinvolto più di 60 piccole organizzazioni senza scopo di lucro per comprendere le loro situazioni e opinioni e descrivere uno schema di base delle competenze.

Le organizzazioni no profit intervistate in Europa sperimentano condizioni molto diverse, legate alle strategie che implementano. La situazione del Coronavirus ha spinto molti a sviluppare alternative optando del tutto per il lavoro digitale per le proprie organizzazioni. In questo momento, dobbiamo promuovere la digitalizzazione, la presenza online e il coinvolgimento di milioni di persone come un fatto stabile.

Mai come nel primo semestre 2020, le persone hanno donato online, in questo modo molte barriere di sfiducia o sospetto sulle tecnologie digitali sono state in qualche modo abbassate.

Nonostante le differenze, la maggior parte delle organizzazioni no profit ha mostrato processi di digitalizzazione piuttosto deboli e un approccio poco chiaro in termini di raccolta fondi. I risultati principali riguardano la mancanza di:

- Strategia di comunicazione digitale;
- Un quadro chiaro delle organizzazioni per potenziali donatori;
- Lacune di conoscenza circa l'utilizzo degli strumenti digitali.

Per ulteriori informazioni, è possibile controllare il rapporto completo sul sito Web e-PATTERNS: www.epatterns.eu.

COMPETENZE GENERALI PER LA RACCOLTA FONDI e-PATTERNS

Per il lavoro sul campo, abbiamo definito le seguenti competenze.



In sostanza, in ogni area abbiamo definito le competenze di raccolta fondi più generali che possono tornare utili per una piccola no profit e le relative competenze digitali necessarie per pianificare, valutare e implementare criticamente il lavoro di raccolta fondi.

1. Nozioni di base per la raccolta fondi: questa sezione tratta gli argomenti principali tra cui competenze, tecniche e strategie per la raccolta fondi.

2. Comunicazione della buona causa da sostenere: affinché abbia successo la raccolta fondi, deve essere chiara nell'espone il suo "perché", ossia la causa ultima destinata a catturare l'interesse dei potenziali donatori. In questo senso, una buona causa è un elemento centrale che riassume in sé la missione, la visione e i valori di un'organizzazione. È fondamentale definire il corretto collocamento della raccolta e i destinatari tipo - di conseguenza, anche le tecniche di raccolta fondi possono cambiare. **Comunicare la causa da sostenere della raccolta fondi significa fissare obiettivi in base ai valori di un'organizzazione.**

3. Implementazione di un'azione di raccolta fondi presso i donatori. In questa sezione è fondamentale stabilire per ogni obiettivo ed esigenza organizzativa un piano o una strategia specifica, considerando anche la visione d'insieme. In pratica, ci si aspetta che le associazioni

i) individuino problemi e barriere al proprio piano di raccolta fondi e che valutino rischi e insidie, ii) preparino un piano d'azione globale e iii) definiscano piani di raccolta fondi in base a risultati misurabili.

4. Gestione delle risorse per la raccolta fondi: questa sezione ha lo scopo di mostrare come la ricerca e l'analisi siano fondamentali per comprendere le motivazioni dei donatori, gli interessi e come correlarli alla raccolta fondi. **Inoltre, la gestione delle risorse si riferisce anche alla pianificazione e organizzazione delle risorse per la raccolta fondi, ad es. creare un piano di spesa per raggiungere determinati obiettivi (es., se si stanziava un certo budget per la pubblicità su Facebook, qual è il ritorno in termini promozionali?)** e per gestire adeguatamente i rapporti con le parti interessate (niente di troppo tecnico, ma che in sostanza ha a che vedere con la capacità di stipulare contratti e accordi).

In questa sezione, impariamo a collegare gli obiettivi stabiliti nelle precedenti 2 e 3, abbinandoli alle risorse assegnate. Occorre essere realistici nella pianificazione, tenendo sempre presente le risorse disponibili.

5. Monitoraggio dell'efficacia di una strategia di raccolta fondi. In questa sezione, l'utente dovrebbe essere in grado di applicare tecniche di valutazione e comprendere le prestazioni della raccolta fondi in relazione alle esigenze e ai piani dell'organizzazione. Per cui, l'analisi non dovrebbe limitarsi al lavoro di raccolta fondi, ma dovrebbe abbracciare anche l'impatto sui processi organizzativi.

6. Attuazione di una raccolta di fondi pubblici. Come parte del lavoro di raccolta fondi, questa sezione si concentra su come aggiudicarsi fondi pubblici. Crediamo che la competenza di scrittura di un buon progetto sia fondamentale, altresì è importante conoscere le principali piattaforme esistenti in ogni paese che raccolgono link e fonti di finanziamento.

Abbiamo chiesto a piccole organizzazioni no profit di definire le competenze indispensabili. Per la parte metodologica, puoi controllare la versione estesa in lingua inglese di questa ricerca, disponibile su [e-PATTERNS](#).

COMPETENZE NECESSARIE PER CHI SI OCCUPA DELLA RACCOLTA FONDI

| | |
|------------------------------------|--|
| Area di competenza | #1 Nozioni di base della raccolta fondi |
| Dichiarazione di competenza | Comprendere l'importanza della raccolta fondi e individuare le principali strategie, tecniche, piattaforme che possono valorizzare il lavoro. Stabilire la struttura principale di un piano di raccolta fondi comprendendo ogni aspetto chiave (requisiti legali fondamentali, presentazione e marchio dell'organizzazione, obiettivi e valori fondamentali, monitoraggio, personale delle risorse umane, obiettivi della raccolta fondi) |
| Conoscenze | <p>1.1 Individuare e descrivere i concetti e le fasi base di un'azione di raccolta fondi</p> <p>1.2 Indicare la differenza tra obiettivi e bisogni in un'organizzazione</p> <p>1.3 Illustrare i concetti di base in una campagna di raccolta fondi</p> <p>1.4 Individuare i punti principali della raccolta fondi digitale</p> <p>1.5 Elencare le principali tecniche di raccolta fondi digitale</p> <p>1.6 Descrivere i diversi ruoli di base in una campagna di raccolta fondi</p> <p>1.7 Elencare i principali concetti di allocazione del budget in una raccolta fondi</p> <p>1.8 Individuare la normativa in vigore in materia di raccolta fondi digitale</p> |
| Abilità | <p>1.9 Applicare tecniche di raccolta fondi digitale in base a un obiettivo</p> <p>1.10 Adattare una campagna di raccolta fondi in base a un obiettivo specifico</p> |
| Responsabilità e autonomia | 1.11 Essere aperti alle prospettive dell'imprenditoria sociale |

| | |
|------------------------------------|--|
| Area di competenza | #2 Comunicazione della buona causa da sostenere |
| Dichiarazione di competenza | <p>Impostare la presenza online della tua organizzazione individuando i valori e gli obiettivi principali, definendo la buona causa da sostenere e comunicare.</p> <p>Calendarizzare la tua comunicazione secondo i metodi più appropriati e per raggiungere determinati target di pubblico.</p> |
| Conoscenze | <p>2.1 Elencare gli elementi principali di una buona presentazione dell'organizzazione (struttura, grafica, tono etc.)</p> <p>2.2 Introdurre gli elementi principali di un'azione di branding dell'organizzazione</p> <p>2.3 Dimostrare l'importanza di una buona causa e relativi elementi (argomenti e ragioni della campagna)</p> <p>2.4 Elencare i principali mezzi di comunicazione per migliorare la presenza online (WordPress, SEO, newsletter, basi di marketing)</p> |
| Abilità | <p>2.5 Preparare una presentazione generale dell'organizzazione</p> <p>2.6 Adattare la comunicazione in base ai diversi donatori e gruppi target</p> <p>2.7 Utilizzare diversi strumenti di comunicazione per condividere il tuo messaggio</p> |
| Responsabilità e autonomia | <p>2.8 Mostrare un approccio dinamico all'identità dell'organizzazione</p> <p>2.9 Utilizzare un sistema di comunicazione flessibile per presentare l'organizzazione</p> <p>2.10 Migliorare i rapporti con i donatori</p> |

| | |
|------------------------------------|--|
| Area di competenza | #3 Implementazione di un'azione di raccolta fondi presso i donatori \ |
| Dichiarazione di competenza | Definire una strategia di raccolta fondi complessiva che tenga conto di una visione globale della campagna e delle diverse azioni che devono essere legate agli obiettivi generali dell'organizzazione. Una strategia tale deve prendere in considerazione anche i vari limiti associativi e di risorse. |
| Conoscenze | <p>3.1 Individuare gli elementi principali di una campagna di raccolta fondi nel suo insieme, essendo in grado di elaborare un piano d'azione informato come un piano aziendale</p> <p>3.2 Individuare i principali canali digitali per una campagna</p> <p>3.3 Dimostrare come impostare buoni indicatori e contenuti della campagna per la raccolta fondi</p> <p>3.4 Elencare le principali barriere che ostacolano il lavoro di raccolta fondi e la principale strategia per superarle</p> <p>3.5 Rilevare i principali elementi per il GDPR che riguardano una campagna di raccolta fondi online (archiviazione dell'elenco dei contatti, diritto all'oblio, etc.)</p> <p>3.6 Individuare e descrivere i principali strumenti per la raccolta fondi digitale</p> <p>3.7 Individuare i modi principali su come restare in contatto con i donatori</p> |
| Abilità | <p>3.8 Combinare obiettivi, canali, parametri e sicurezza per preparare la strategia di raccolta fondi</p> <p>3.9 Adattare le azioni in base al canale comunicativo scelto</p> |
| Responsabilità e autonomia | 3.10 Siate aperti a lavorare in team per definire una strategia di raccolta fondi completa e come adattare i vostri obiettivi e punti chiave a diversi target |

| | |
|------------------------------------|---|
| Area di competenza | #4 Gestione delle risorse per la raccolta fondi |
| Dichiarazione di competenza | Individuare e applicare le principali strategie e tecniche sulla pianificazione, controllo e monitoraggio dei costi di raccolta fondi, tenendo conto in questo bilancio e degli obiettivi da raggiungere e della situazione di partenza. Impostare soluzioni creative e poco costose per una campagna di successo. |
| Conoscenze | <p>4.1 Acquisire le nozioni di base di un bilancio al fine di gestire al meglio la raccolta fondi</p> <p>4.2 Elencare i principali suggerimenti sul budget relativi alle tecniche di raccolta fondi digitale (crowdfunding, pianificazioni, etc.)</p> <p>4.3 Descrivere i principali strumenti digitali a supporto delle azioni di raccolta fondi digitale (plugin per WordPress, Google, Microsoft, etc.)</p> <p>4.4 Individuare le competenze di base per una raccolta fondi di una piccola ONG</p> |
| Abilità | <p>4.5 Saper applicare concetti e suggerimenti acquisiti per pianificare un piano di bilancio</p> <p>4.6 Impostare strategie per utilizzare beni/servizi/piattaforme al fine di migliorare e razionalizzare le spese in un piano di raccolta fondi</p> |
| Responsabilità e autonomia | 4.7 Applicare un approccio collaborativo di gruppo per la definizione delle spese e delle risorse |

| | |
|------------------------------------|---|
| Area di competenza | #5 Monitorare l'efficacia di una campagna di raccolta fondi |
| Dichiarazione di competenza | Evidenziare il livello di efficacia di una campagna di raccolta fondi, valutando la compatibilità della strategia agli obiettivi da raggiungere. Verificare la qualità dei parametri della raccolta fondi ed essere pronti ad apportare modifiche a seconda dei feedback. Verificare quanto la campagna si sia rivelata efficace. |
| Conoscenze | <p>5.1 Definire i passaggi principali per valutare il piano e i risultati della campagna di raccolta fondi</p> <p>5.2 Individuare i parametri di valutazione di una campagna di raccolta fondi</p> <p>5.3 Individuare i principali suggerimenti relativi ai diversi canali per coinvolgere i donatori e migliorare la comunicazione</p> <p>5.4 Individuare i principali forum e siti web che forniscono suggerimenti per migliorare il monitoraggio della campagna</p> <p>5.5 Acquisire dimestichezza con Google Analytics per valutare la qualità su un sito web</p> |
| Abilità | <p>5.6 Applicare strategie di base per valutare la percentuale di successo di una campagna e migliorare il lavoro in tal senso</p> <p>5.7 Preparare un questionario per chiedere ai donatori/ai team informazioni sulla campagna</p> |
| Responsabilità e autonomia | 5.8 Saper prestare attenzione ad eventuali critiche e valutare i punti positivi/negativi di una campagna di raccolta fondi digitale |

| | |
|------------------------------------|--|
| Area di competenza | #6 Implementazione di una campagna di raccolta fondi pubblici/privati |
| Dichiarazione di competenza | Definire e soddisfare i principali requisiti legali e formali per un'azione di raccolta di fondi pubblici (statuti, bilancio, firma digitale, libri di registrazione, etc.). Conoscere le principali fonti di finanziamento dell'UE, come scrivere un progetto, i concetti e il linguaggio e come adattare le proprie priorità alle aspettative dei donatori pubblici. Comprendere come sviluppare un'applicazione Erasmus plus. |
| Conoscenze | <p>6.1 Distinguere le diverse risorse di finanziamento pubblico (FSE, ERSF, H2020, etc.) a livello regionale, nazionale ed europeo</p> <p>6.2 Individuare le principali piattaforme per la raccolta di fondi pubblici a diversi livelli</p> <p>6.3 Elencare e definire i concetti principali riguardanti un'applicazione del progetto (obiettivi, azioni, impatto, etc.)</p> <p>6.4 Individuare i passaggi principali per caricare una domanda Erasmus plus per una piccola associazione</p> <p>6.5 Individuare i passaggi essenziali per creare un'applicazione Erasmus plus (networking, pianificazione, etc.)</p> |
| Abilità | <p>6.6 Applicare le conoscenze acquisite per redigere una bozza dell'applicazione di un progetto</p> <p>6.7 Capire la guida Erasmus plus e come compilare concretamente una domanda Erasmus plus</p> |
| Responsabilità e autonomia | 6.8 Valutare l'importanza degli aspetti formali e la gestione di una piccola organizzazione no profit |



SOMMARIO

#1 Nozioni di base della raccolta fondi

- 1.1 I PRINCIPALI CONCETTI E FASI DI UN'AZIONE DI RACCOLTA FONDI
- 1.2 COME INDIVIDUARE I TUOI OBIETTIVI/ESIGENZE ORGANIZZATIVE
- 1.3 CONOSCI I TUOI DONATORI: DEFINIRE I TUOI DONATORI TARGET E I PRINCIPALI CANALI
- 1.4 RIEPILOGARE LE TECNICHE DI RACCOLTA FONDI DIGITALE
- 1.5 RACCOGLIERE DENARO VS CROWDSOURCING
- 1.5 DEFINIZIONE DEI RUOLI PRINCIPALI IN UNA CAMPAGNA DI RACCOLTA FONDI
- 1.6 NORMATIVA NAZIONALE

#2 Comunicazione della buona causa da sostenere

- 2.1 COME PRESENTARE AL MEGLIO LA TUA ORGANIZZAZIONE
 - Dimostrare l'urgenza del tuo lavoro
 - Presentazione interna di base
 - Come preparare una buona descrizione per un donatore
 - Definire uno stile riconoscibile per la tua organizzazione e la tua campagna
- 2.2 COME DEFINIRE UNA BUONA CAUSA:
 - Missione/obiettivi
 - Presenza on-line
- 2.3 IMPOSTARE UN PIANO PER LA COMUNICAZIONE
 - Definire al meglio la buona causa
 - Impostare uno stile uniforme
 - Definire una presenza consistente
 - Pianificare e calendarizzare

2.4 STRUMENTI E METODI DIGITALI PER MIGLIORARE LA PRESENZA ON-LINE

- Definire al meglio l'aspetto del sito web
- Email e newsletter
- Regole SEO di base (definizione delle parole chiave per descrivere l'organizzazione e la causa che intendi sostenere)

#3 Implementazione di un'azione di raccolta fondi presso i donatori

3.1 COME IMPOSTARE GLI OBIETTIVI DELLA CAMPAGNA

3.2 DEFINIRE E DISTRIBUIRE LE AZIONI/FASI DELLA CAMPAGNA

3.3 SCEGLIERE IL CANALE COMUNICATIVO PIÙ ADATTO PER LA CAMPAGNA

- Campagna basata su contributi individuali
- Acquisire familiarità con le piattaforme e le loro specializzazioni (ad esempio GoFundme, Kickstarter)
- Raccogliere denaro utilizzando il tuo sito web
- Utilizzo dei social media per la raccolta fondi
- Quote d'iscrizione

3.4 COME IMPOSTARE I PARAMETRI DI BUONA CAMPAGNA

3.5 COME SCRIVERE UNA BUONA CAMPAGNA SECONDO IL TARGET E I CANALI INDIVIDUATI

3.6 RIMANERE IN CONTATTO CON I DONATORI CONFORMEMENTE AL GDPR

3.7 PRINCIPALI OSTACOLI ALLA RACCOLTA FONDI DIGITALE

3.8 CONFIGURARE LA PROPRIA INTERA STRATEGIA

#4 Gestione delle risorse per la raccolta fondi

4.1 DEFINIZIONE DI NUMERI & COSTI

- Distribuire strategicamente le risorse per la campagna: allocare il budget, valutare le potenzialità di un'organizzazione, etc .;
- Preventivare i costi per le remunerazioni di una campagna (ad es. articoli usati come benefici accessori per una campagna di crowdfunding)
- Individuare i costi del fornitore

4.2 RISORSE DIGITALI:

- Techsoup
- Google per il no profit
- Paypal per le organizzazioni no profit

4.3 RISORSE UMANE

- Come descrivere l'attività della raccolta fondi e il riparto delle risorse umane
- Come scegliere la persona più adatta per il ruolo principale nella raccolta fondi di una piccola ONG
- Come coinvolgere la propria squadra associativa per discutere un piano di raccolta fondi e definire i compiti

#5 Monitorare l'efficacia di una campagna di raccolta fondi

5.1 VERIFICARE I PARAMETRI ADOTTATI

- Campagna via email
- Campagna via social media

5.2 COME MIGLIORARE L'IMPATTO DELLA CAMPAGNA STRATEGICA

- Suggerimenti per correggere la strategia adottata per la raccolta fondi, compresa la comunicazione: ad es. valutare e inviare correttamente una newsletter efficace al momento giusto della giornata, ricontrollare e scegliere una parola chiave migliore (tendenze di Google)

5.3 UTILIZZO DI GOOGLE ANALYTICS PER VALUTARE LA PRESENZA SUL WEB: CONCETTI E PRINCIPALI INTERPRETAZIONI DEI DATI

5.4 PRINCIPALI RISORSE PER COMPRENDERE COME E DOVE MIGLIORARE

#6 Implementazione di una campagna di raccolta fondi pubblici/privati

6.1 PRINCIPALI FONTI DI FINANZIAMENTO

- Fondi regionali (Fondo sociale e strutturale europeo)
- Fondi europei per le ONG (Erasmus+, EYF, etc.)

6.2 PORTALI EUROPEI PER RICHIEDERE UNA SOVVENZIONE

6.3 DOVE TROVARE BANDI ONLINE:

- Piattaforme nazionali e internazionali
- Come leggere e interpretare un invito a presentare proposte/domande

6.4 COME PREPARARE UNA DOMANDA DI FINANZIAMENTO PUBBLICO: BASI DI SCRITTURA PROGETTUALE

- Compilazione e firma di documenti e modelli tramite modulo online, documento word o pdf.
- Firma a mano vs. firma digitale.

6.5 Esercitazione pratica: COME REGISTRARSI SULLA PIATTAFORMA ECAS E CREARE CONCRETAMENTE UN'APPLICAZIONE ERASMUS PLUS

RISORSE

<https://www.finanziamentipergiovani.it/fundraising-italia.html>

<https://www.festivaldelfundraising.it/>

<https://www.job4good.it/un-elenco-dei-corsi-di-fundraising-in-italia/>

<https://italianonprofit.it/risorse/glossari/trasformazione-digitale/digital-fundraising/>

<https://www.valeriomelandri.it/free/ricerche>

ALLEGATI

RISORSE LEGISLATIVE E MERCATO DELLA RACCOLTA FONDI IN ITALIA

| Raccolta fondi - bibliografia |
|---|
| D.lgs. 117 del 3.07.2017. Codice del Terzo Settore. Estratto da < https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2017/08/2/17G00128/sq > D.L.18 del 17/03/2020 https://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:decreto.legge:2020-03-17;18!vig= Cantiere Terzo Settore https://www.cantiereterzosettore.it/riforma/donazioni/raccolta-fondi |
| Tendenze nel settore della raccolta fondi |
| “Istat: ecco l'aggiornamento sui numeri del non profit”. Estratto da https://www.istat.it/it/files//2018/10/non-profit.pdf Struttura e profili del settore no profit. Estratto da http://www.vita.it/it/article/2019/04/18/istat-ecco-laggiornamento-sui-numeri-del-non-profit/151323/ |
| Responsabilità sociale d'impresa |
| https://artbonus.gov.it/ https://www.osservatoriosocialis.it/2018/06/22/viii-rapporto-impegno-sociale-delle-aziende-italia/ |

Principali settori beneficiari nell'ambito delle raccolte fondi

| Settore (elencare nelle colonne seguenti lo specifico terzo settore) | Valore stimato in donazioni |
|---|------------------------------------|
| Salute e ricerca medica | 57% |
| Protezione civile e gestione delle emergenze | 27% |
| Servizi per persone con disabilità | 25% |
| Servizi sociali | 24% |
| Ambiente e diritti degli animali | 22% |
| Formazione e istruzione | 8%* |

Note:

*È importante notare che in Italia le donazioni dei Millennials differiscono sensibilmente da quelle degli adulti (+30), in quanto danno maggiore priorità alle donazioni legate all'istruzione, raggiungendo il 16% dell'importo totale.

Fonti:

Istituto Doxa, 2017. Donare 3.0. Studio Doxa per Paypal Italia e Rete del Dono. Fonte consultata: <https://blog.retedeldono.it/it/content/ricerca-donare-3.0-69-donatori-solo-da-mobile>

Sezione 2

Leggi e regolamenti sulla raccolta fondi

| Scopri quali sono le principali normative vigenti disciplinanti vari aspetti della raccolta fondi | |
|--|--|
| Normativa | Decreto Legislativo n. 111 del 3 luglio 2017 Regolamento sul 5 per mille delle imposte italiane (d.lgs.111/2017) |
| Finalità della normativa (ratio legis) | <p>Si tratta di un regolamento sulla donazione corrispondente al 5 per mille del reddito delle persone fisiche.</p> <p>La donazione è calcolata sull'imposta sul reddito annuale e può essere indirizzata, secondo le preferenze del contribuente, a: enti del terzo settore iscritti nell'apposito statuto nazionale; centri di ricerca o università, enti di ricerca o campagne rivolte a sostenere lo sviluppo nel settore sanitario, a sostegno delle attività sociali attuate nella vita cittadina dei contribuenti e/o delle associazioni sportive non professioniste, riconosciute dal Comitato Olimpico Nazionale che svolgono attività sociali rilevanti.</p> |
| Link al sito governativo | http://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2017/07/18/17G00122/sg |
| Normativa | Legge n. 106 del 19/07/2014 (c.d. legge Art-Bonus) |
| Finalità della normativa (ratio legis) | Credito di imposta per favorire le erogazioni liberali a sostegno della cultura |
| Link al sito governativo | https://artbonus.gov.it/ |
| Normativa | Legge n.221 del 17.12.2012 |

| | |
|--|--|
| Finalità della normativa (ratio legis) | È la prima legge nazionale sul crowdfunding, che ne disciplina gli aspetti sia per i profitti che per le organizzazioni no profit. Distingue le diverse tipologie e i diversi sistemi di tassazione. |
| Link al sito governativo | https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2017/07/19/17G00124/sq |

Scopri quali sono le principali normative vigenti *indirettamente* legate ad aspetti della raccolta fondi

| | |
|--|--|
| Normativa | Decreto Legislativo n°117 del 3 luglio 2017 - Disciplina del Terzo settore |
| Finalità della normativa (ratio legis) | Evidenziare l'importanza della raccolta fondi nel terzo settore oltre a definire il ruolo e il profilo del proponente (vedi soprattutto art.7 d.lgs. 117/2017) |
| Link al sito governativo | http://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2017/08/02/17G00128/sq |
| Normativa | D.lgs. n°112 del 3 luglio 2017 - Regolamento delle Imprese Sociali |
| Finalità della normative (ratio legis) | Regolamento sulle funzioni, amministrazione e sostenibilità delle Imprese Sociali. La raccolta fondi e il credito d'imposta sono richiamati negli articoli 16 e 18 del decreto. |
| Link al sito governativo | http://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2017/07/19/17G00124/sq |
| Normativa | Legge n° 124 del 04.08.2017 (Legge annuale per il mercato e la concorrenza, successivamente modificata dal D.L. 34/2019 art. 35) |
| Finalità della normativa (ratio legis) | Prevede che tutte le organizzazioni no profit abbiano l'obbligo di pubblicare nelle proprie pagine l'importo delle sovvenzioni/contributi pubblici ricevuti se superiori a € 10.000. Deve essere fatto prima di febbraio di ogni anno. |
| Link al sito governativo | https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2017/08/14/17G00140/sq |

**Quali sono le principali autorità di regolamentazione per le donazioni e i donatori?
Quali sono i loro poteri di indagine/controllo/sanzioni/studio?**

Nome dell'autorità

AdE (Agenzia delle Entrate)

Funzioni (in breve)

Verifica sui bilanci e sulla corretta gestione dei depositi e sul corretto pagamento delle imposte. Inoltre, tiene il registro degli enti iscritti al 5x1000 e riporta il registro delle donazioni insieme a quello fiscale.

Nome dell'autorità in materia di anti-corruzione

ANAC (Autorità nazionale anticorruzione)

Funzioni

Ha dettato le principali linee guida sulla [definizione della gestione dei luoghi pubblici](#) da parte delle organizzazioni no profit e sui relativi obblighi.

Nome dell'autorità che si occupa del monitoraggio del crowd-funding

CONSOB

Funzioni

La Commissione nazionale per la società e il mercato finanziario (Commissione nazionale per le società e la Borsa) ha il compito di monitorare e proteggere investimenti, donazioni, investitori e donatori per garantire la trasparenza e lo sviluppo del mercato. Ad esempio, controlla la trasparenza e regola le donazioni nell'equity crowdfunding, monitorando il riciclaggio di denaro che potrebbe verificarsi in grandi campagne di finanziamenti. (n.b.: l'*equity crowdfunding* è una forma di finanziamento attuata online, per cui a fronte di un investimento, l'impresa riconosce all'investitore un titolo partecipativo alla società).

Sostegno statale indiretto per la raccolta fondi

Gli Stati sostengono le raccolte fondi attuando schemi di agevolazioni fiscali per donatori e beneficiari in base all'importo della donazione. In questo modo, i donatori pagano un'imposta sul reddito ridotta come riportato nelle loro dichiarazioni fiscali annuali. Il trattamento speciale dell'IVA, i meccanismi percentuali del salario, i benefici del mecenatismo artistico, le detrazioni sui pagamenti delle tasse delle PMI una volta effettuate le donazioni, etc. sono tutti correlati al supporto delle organizzazioni no profit.

Agevolazioni fiscali per donatori (persone fisiche)

Le persone fisiche possono beneficiare di varie agevolazioni fiscali:

Donazioni (somme di denaro o beni) benefici del 30% per un massimo di € 30.000

35% per le organizzazioni di volontariato (OdV)

10% dei ricavi totali

10% deducibile (max €70.000)

Vantaggi fiscali per i donatori (società/persone giuridiche)

Le donazioni (in beni o in somme di denaro) da parte delle imprese a ONP/ONG (organizzazioni no profit e organizzazioni non governative) sono deducibili dalle tasse fino al 10% delle entrate e fino a un tetto massimo di € 70.000,00.

Trattamento fiscale dei finanziamenti raccolti

La raccolta pubblica di denaro in Italia è esente da IVA. Con l'ultima riforma del no profit, la raccolta fondi è un'attività strutturale del no profit e può sempre essere attuata. Sono previsti premi e piccoli buoni scambi di donazioni.

Meccanismo di calcolo della tassa percentuale

8X1000: è una percentuale sull'Imposta Fissa sul reddito delle persone fisiche (IRPEF), che può essere trasferita sia a un istituto religioso sia a sostegno di funzioni/iniziativae statali, scegliendo tra:

- Iniziative per contrastare la povertà e/o progetti di cooperazione promossi dallo Stato;
- Sostegno/ricostruzione di aree colpite da calamità naturali;
- Sostegno politiche rifugiati;
- Tutela del patrimonio culturale;
- Edifici scolastici.

I contribuenti possono scegliere e comunicare la destinazione della percentuale da donare presentando un documento (modulo 730-1) unitamente alla dichiarazione dei redditi all'ufficio patronato, ufficio postale o commercialista preposto.

5X1000: è una percentuale sulla tassazione dei redditi delle persone fisiche che può essere devoluta dal contribuente a ONP o ONG iscrivendosi alla carta beneficiaria tenuta e monitorata dall'Agenzia delle Entrate o facendo riferimento alle iniziative sociali dei Comuni. Le attività/iniziativae ammissibili al 5X1000 sono:

- Organizzazioni di volontariato;
- Ricerca scientifica e dottorato di ricerca;
- Ricerca medica;
- Iniziative sportive non professionistiche (attribuite a merito sociale);
- Iniziative per la tutela e la promozione del patrimonio culturale e paesaggistico;
- Iniziative sociali realizzate dai comuni;
- Gestione e tutela dei siti naturali.

La percentuale di tassazione sopra elencata può essere donata con la stessa dichiarazione dei redditi.

Supporto statale diretto per la raccolta fondi

Ci sono alcuni Stati europei che supportano direttamente la raccolta fondi tramite il riconoscimento dei costi amministrativi o azioni simili.

Supporto per i costi amministrativi nella raccolta fondi

Non applicabile

Autorizzazioni e requisiti di licenza

In molti paesi, la legge non obbliga gli organizzatori a ottenere l'autorizzazione per le attività di raccolta fondi, in altri sì. In Europa le normative cambiano in molti modi, quindi in questo caso se devi controllare che tipo di autorizzazioni sono necessarie per raccogliere fondi (es. se stai organizzando una tombola di beneficenza, in un paese dovrai chiedere un'autorizzazione specifica alle autorità locali)

Azione

Descrizione dei permessi/licenze di cui necessitano le organizzazioni no profit

È stata completamente liberalizzata dallo Stato tramite la riforma del terzo settore (d.lgs.117/2017)

Sezione 3

Materiale formativo sulla raccolta fondi

| Materiale formativo disponibile sulla raccolta fondi | | | |
|---|---------------------------------|-------------|------|
| Nome del corso | Fornitore/Piattaforma/ Media | Descrizione | Link |
| N/A | | | |

Sezione 4

Principali opportunità di finanziamento

| Individua le principali organizzazioni private che finanziano le realtà no profit nel tuo paese. Distinguiamo due principali tipi di supporto, vale a dire: finanziamento e approvvigionamento. Il finanziamento riguarda un sostegno finanziario concreto, mentre l'approvvigionamento riguarda la fornitura di servizi o merci. | | | | |
|--|--------------------------------|--|---|---|
| Organizzazione | Destinatari ammessi | Azioni ammesse | Tipo di contributo | Link |
| Fondazione Unipolis | Organizzazioni no profit e ONG | Attività/ progetti culturali, attività formative, azioni di solidarietà/ben efficienza | Sponsorizzazioni /Sovvenzioni, supporto per il networking | https://www.fondazioneunipolis.org/ |
| Prima Spes Onlus | Organizzazioni no profit e ONG | Attività basate sul progetto relative a: beneficenza e sostegno sociale, Tutela/ conservazione dell'ambiente e protezione degli animali; Cultura e ricerca scientifica; Cooperazione internazionale. | <u>Sovvenzione</u> | http://www.fondazioneprimaspes.org |

| | | | | |
|-------------------------------------|---|--|--------------------|---|
| Fondazione Prosolidar | Organizzazioni no profit, ONG e fondazioni | Progetti di solidarietà | <u>Sovvenzioni</u> | http://www.fondazioneprosolidar.org |
| Fondazione Oxyane | | | | https://www.fondationdecathlon.com/ |
| Poste Insieme Onlus | Organizzazioni no profit e ONG | Progetto per il miglioramento delle competenze ai fini dell'inclusione sociale di giovani e terza età | Sovvenzioni | https://www.posteitaliane.it/it/progetti-che-sosteniamo.html |
| Fondazione Near Onlus | Organizzazioni no profit, ONG, fondazioni e enti pubblici | Progetti sociali e comunitari, in particolare per l'infanzia e l'adolescenza, su tematiche quali l'assistenza sanitaria, la famiglia e l'istruzione. | Sovvenzioni | https://neargroup.it/fondazione-near-onlus/ |
| Fondazione Charlemagne | | | | https://www.fondazionecharlemagne.org/ |
| Fondazione Tertio Millennio - Onlus | Organizzazioni no profit, ONG e fondazioni | Sviluppare attività di beneficenza e progetti di solidarietà in | <u>Sovvenzione</u> | https://www.creditocooperativo.it/template/default.asp |

| | | | | |
|-----------------------|--|--|---------------|---|
| | | Italia e nei paesi terzi | | ?i_menuID=9587 |
| Fondazione IBM Italia | Organizzazioni no profit e ONG | Supporto per iniziative sociali che forniscono dispositivi e tecnologia. | Crowdsourcing | http://www.fondazioneibm.it/sociale/donazioni.htm |
| Fondazione Cariplo | Organizzazioni no profit e ONG | Progetti e attività locali relativi a ricerca scientifica, istruzione, arte e cultura, promozione e tutela del patrimonio culturale, assistenza sanitaria/ accesso al servizio sanitario, ambiente, beneficenza e sostegno alle persone vulnerabili. | Sovvenzioni | https://www.fondazionecariplo.it/it/index.html |
| EnelCuore Onlus | Organizzazioni no profit e ONG | Progetto e iniziative per l'inclusione sociale | Sovvenzioni | https://www.enelcuore.it/ |
| Fondazione Unicredit | Organizzazioni no profit, ONG e fondazioni | Progetto e iniziative focalizzati nell'Europa | Sovvenzioni | https://www.unicreditfoundation.org/it.html |

| | | | | |
|-----------------|--------------------------------|---|-----------------------|---|
| | | centrale, orientale e meridionale e cooperazione per progetti di sviluppo in paesi terzi. | | |
| Techsoup Italia | Organizzazioni no profit e ONG | Supportare iniziative e organizzazioni che lavorano sulla problematica del gap digitale | Sovvenzioni e risorse | https://www.techsoup.it/ |

Principali piattaforme che raccolgono opportunità di finanziamento pubblico (o anche privato).

| Piattaforma | Link |
|------------------|---|
| Infobandi CSVnet | https://infobandi.csvnet.it/ |
| Lazio Europa | http://lazioeuropa.it/ |
| Europa Facile | http://www.europafacile.net/ |
| Obiettivo Europa | https://www.obiettivoeuropa.com/ |
| First Aster | https://first.aster.it/ aster /home |

| Principali piattaforme di crowdfunding (raccolta fondi digitale) | |
|---|--|
| Nome | Gofundme |
| Di cosa si occupa | Gofundme è una delle più grandi piattaforme di donazione che si rivolge principalmente a campagne di beneficenza. Recentemente è apparsa sui media nazionali e internazionali per le campagne di raccolta fondi finalizzate alla realizzazione di unità Covid negli Ospedali italiani. Si rivolge quasi esclusivamente alla raccolta di donazioni a scopo benefico e può contare su una community di 50 milioni di donatori. Il caricamento delle campagne è gratuito ma addebita una commissione pari al 2,9% sulle transazioni e ulteriori 0,25 € per le donazioni effettuate tramite carta di credito /debito (per la necessità di incorporare le spese relative ai trasferimenti effettuati tramite PayPal o WePay) . Gofundme si affida a donazioni gratuite alla piattaforma fatte dagli utenti. |
| Link | https://it.gofundme.com/ |

| | |
|--------------------------|--|
| Nome | DeRev |
| Di cosa si occupa | DeRev è uno dei più importanti a livello europeo; infatti, nel 2017 è stato inserito dalla Commissione Europea tra i 5 operatori più rilevanti e influenti della sharing economy per la sua capacità e i suoi programmi di responsabilizzazione di gruppi/individui che raccolgono fondi tramite la piattaforma. Sebbene abbia una sezione dedicata al no profit, DeRev si concentra principalmente sulla raccolta fondi per start- |

| | |
|-------------|---|
| | <p>up, innovazione e tecnologia. La community di DeRev è composta da 6 milioni di utenti.</p> <p>Il caricamento di una campagna è gratuito, ma sui fondi raccolti e trasferiti viene applicata una commissione stimata tra la% e il 9%.</p> |
| Link | https://www.derev.com/ |

| | |
|--------------------------|--|
| Nome | Produzioni dal basso |
| Di cosa si occupa | <p>Produzioni dal basso è la prima piattaforma di crowdfunding lanciata in Italia. È attiva dal 2005 (quando la parola crowdfunding non esisteva nemmeno), utilizzando campagne del tipo ricompensa/donazione.</p> <p>Sulle piattaforme si trovano classificate campagne per start-up, innovazione, cultura, editoria, beneficenza, etc.</p> <p>Produzioni dal basso fornisce specifici servizi di networking ad associazioni, ONG, PMI, comunità ed enti pubblici e negli ultimi anni ha sostenuto campagne per le più importanti realtà italiane, come Slow Food Italia, Terre Nuove Edizioni, l'università Bicocca, Altreconomia, Arci.</p> <p>Il caricamento della campagna è gratuito, ma le donazioni sono sostenute dalla piattaforma utilizzata dal donatore per finalizzare la donazione ed è possibile scegliere tra le due opzioni di crowdfunding: "tutto o niente"/"ottiene ciò che raccogli"</p> |
| Link | https://www.produzionidalbasso.com/ |

| | |
|--------------------------|---|
| Nome | BuonaCausa |
| Di cosa si occupa | È una piattaforma gestita da BuonaCausa Onlus, che opera come comunità digitale per finanziare iniziative e progetti per la comunità locale. È disponibile un'apposita funzione che consente alle persone di eseguire campagne rivolte a terzi (ONG, associazioni, etc.). BuonaCausa non addebita alcun compenso alle campagne (né alle transazioni né al versamento sul conto dell'organizzazione beneficiaria delle donazioni). |
| Link | https://buonacausa.org/ |

| | |
|--------------------------|--|
| Nome | Eppela |
| Di cosa si occupa | È una delle piattaforme italiane con maggiore esperienza nel campo. Ospita campagne rivolte principalmente a iniziative/attività di beneficenza o profit /no profit. Il caricamento di una campagna è gratuito ma vengono applicate delle commissioni alle transazioni effettuate dai donatori e al trasferimento al beneficiario al termine della campagna. |
| Link | https://www.eppela.com/it |

| | |
|--------------------------|--|
| Nome | Rete del Dono |
| Di cosa si occupa | <p>Rete del Dono si impegna a sostegno di progetti di utilità sociale, solidarietà e impegno civile. L'obiettivo è aiutare individui, enti territoriali e aziende per <i>“dare forma al proprio impegno solidale, dalla scelta dell'organizzazione no profit alla definizione della modalità di coinvolgimento della comunità”</i>. Previste anche partnership con gli eventi sportivi di massa per programmi di solidarietà aperti alle organizzazioni no profit territoriali. Il team puntualizza che le organizzazioni no profit possono promuovere i loro progetti iscrivendosi al portale; i donatori invece possono effettuare donazioni online a favore delle no profit (carta di credito o conto PayPal), partecipare a un'iniziativa di raccolta fondi organizzata da un sostenitore e invitare parenti e amici a fare lo stesso, alimentando così il circuito virtuoso della solidarietà.</p> <p><i>“Per le raccolte fondi finalizzate a sostenere le macro-emergenze – ovvero quelle situazioni di grande pericolo per le persone, i beni, le strutture e l'ambiente esposti a danni di tipo catastrofico e che richiedono interventi di tipo straordinario – la commissione di Rete del dono sarà del 3% anziché del 5%”,</i> spiegano. A questa commissione bisogna aggiungere quelle per le carte di credito europee (1,4%+0,25 euro), credito non europee (2,9%+0,25 euro), Satispay (0,5% per transazione sotto i 10 euro) e PayPal (1,8%+0,35 euro); per i bonifici zero euro.</p> |
| Link | https://www.retedel dono.it/ |

Sezione 5

Individua una storia di successo nel tuo paese.

Breve descrizione

Solidarietà per Delia

Ogni anno decine di migliaia di profughi attraversano Ventimiglia, un piccolo paese al confine tra Italia e Francia. Fuggono dalla guerra, dalla tortura e dalla violenza. La maggior parte vuole riunirsi con familiari e conoscenti nel Regno Unito, in Francia e in altri paesi europei, intraprendendo viaggi pericolosi per la vita per attraversare i confini. Una volta superata la frontiera italiana, i rifugiati incontrano abusi, detenzioni e deportazioni da parte della polizia francese. Per diversi mesi uomini, donne e bambini sono bloccati a Ventimiglia mentre tentano disperatamente di attraversare il confine, senza accesso ad acqua pulita, cibo o riparo oltre al campo isolato e militarizzato della Croce Rossa. La loro condizione di vulnerabilità è aggravata dal razzismo di gran parte della popolazione locale, per lo più ostile nei confronti dei residenti non bianchi. Alcuni locali, però, resistono: come Delia, il cui caffè è diventato un'isola di solidarietà nella dura realtà di Ventimiglia. La storia di Delia inizia 3 anni fa, quando ha invitato e offerto da mangiare ad alcune donne e bambini seduti sul marciapiede davanti al suo caffè. Da allora, grazie al passaparola, il caffè è diventato un punto di riferimento locale per rifugiati, volontari e organizzazioni a Ventimiglia. Delia, soprannominata "Mama Africa", ha aiutato migliaia di persone in movimento fornendo vestiti, pasti caldi, abbracci e un luogo accogliente a chiunque ne avesse bisogno. Ha distribuito scarpe, aiutato a tradurre documenti, aiutato i migranti a trovare un posto dove stare, offerto pasti gratuiti a donne, bambini e chiunque non potesse permetterseli. Al Bar Hobbit puoi ricaricare i telefoni e usare il bagno (completamente attrezzato con spazzolini da denti, dentifricio, sapone, assorbenti e fasciatoio) senza acquistare nulla. I bambini hanno il loro angolo, che Delia ha creato raccogliendo giocattoli di seconda mano. Il bar è spesso l'unica ancora di salvezza per i più vulnerabili: donne incinte, minori, vittime di tratta. Purtroppo l'impegno di Delia nell'aiutare i rifugiati ha attirato l'ostilità di molti vicini e gente del posto, che evitano il caffè, etichettato come "il caffè dei negri" e "il caffè degli immigrati". Insulti, minacce e atti vandalici fanno ormai parte della vita quotidiana di Delia. L'isolamento, la perdita di clientela e le pressioni da più fronti hanno spinto il caffè in una situazione economica estremamente difficile. Delia non può più coprire le spese ed è stata costretta a mettere in vendita il bar.

Attraverso una campagna di crowdfunding Delia ha raccolto fondi per continuare ad andare al bar, fornendo denaro per pagare le bollette e contribuire ai pasti che offre alle persone che si fermano lì e hanno bisogno di cibo o qualcosa da bere. La campagna finora ha raccolto donazioni da 1300 donatori raggiungendo più di 50000 € e raddoppiando l'obiettivo iniziale della campagna.

Link

<https://www.gofundme.com/f/solidarieta-per-delia>

Modello di guadagno

Donazioni

Come hanno coinvolto i donatori: perché ha avuto tanto successo?

I donatori sono stati coinvolti sia online che in occasione di eventi e iniziative offline. Nel bar Hobbit, infatti, sono stati organizzati eventi specifici incentrati sul fenomeno della migrazione e dell'integrazione; presentazioni di libri, proiezioni e dibattiti si sono svolti nel bar di Delia. Webzine e stampa online (a livello nazionale e internazionale) sono state coinvolte per sensibilizzare sia sulla campagna che sul tema della migrazione.

Come hanno aggiornato i donatori durante la campagna di raccolta fondi?

I donatori sono stati aggiornati sulla pagina della campagna e sui social, pubblicando le iniziative intraprese e gli obiettivi raggiunti. Inoltre la storia del titolare è stata pubblicata e diffusa da molti blog, webzine e stampa nazionali e internazionali.

Media che si sono occupati della campagna

Stampa italiana:

https://www.repubblica.it/cronaca/2018/09/12/news/barista_serve_gli_stranieri_minacce_e_insulti-206235872/?refresh_ce

Blog italiano: <https://parolesulconfine.com/per-il-bar-hobbit-avamposto-dumanita/>

Blog italiano: <http://www.osservatorepressione.info/ventimiglia-bar-regna-lumanita/>

Blog internazionali (inglese): <https://medium.com/are-you-syrious/ays-special-the-sea-is-raging-today-23b571d918f0>

Blog internazionali (francese):

<https://maquistraductions.wordpress.com/2017/07/30/entretien-avec-delia-du-bar-le-hobbit-vintimille-ne-peut-pas-me-voir-et-jai-plus-a-craindre-des-habitants-de-la-ville-que-des-migrants/>

Stampa francese: <http://www.observateurdemonaco.mc/aidants-desempares>