

Università Commerciale "Luigi Bocconi"

Corso di laurea triennale in
Economia Aziendale e Management

A.A. 2012/2013

L'evoluzione del fundraising: dai mezzi tradizionali al digital fundraising con i social media nelle piccole organizzazioni non profit. I casi "Fondazione Rosangela d' Ambrosio Onlus" e "Cooperativa Sociale Il Germoglio Due"

Docente Relatore: Prof. Giovanni Fosti

Laureando: Andrea Lancia

Matricola: 1527639

*"Se ieri, le aziende non-profit di maggior successo
erano quelle più conosciute.
Domani, le aziende non-profit di maggior successo
saranno quelle che conosceranno meglio i propri donatori"*

Ted Barker, consulente americano per la comunicazione online del Terzo settore
Tratto da G. Casaleggio, *Gli alberi nella neve*, in "Web Marketing Tools", 09/01

*"Nessuno è tanto povero
da non avere niente da dare,
nessuno è tanto ricco
da non avere niente da ricevere"*
Cooperativa Il Germoglio Due

INDICE

ABSTRACT.....	6
INTRODUZIONE E METODOLOGIE DI RICERCA.....	7
1- FUNDRAISING.....	9
1.1- DEFINIZIONI-IL CICLO DEL FUNDRAISING.....	9
1.2- I PRINCIPALI PROTAGONISTI.....	11
1.3- GLI STRUMENTI.....	18
2 - FONDAZIONE ROSANGELA D' AMBROSIO.....	31
2.1- LA STORIA.....	31
2.2- PROGETTI ED OBIETTIVI.....	32
2.3- METODOLOGIE E CANALI DI RACCOLTA FONDI.....	32
2.4- L' USO DEL SOCIAL NETWORK FACEBOOK.....	33
3- COOPERATIVA SOCIALE "IL GERMOGLIO DUE ONLUS"	37
3.1- LA STORIA.....	37
3.2- LE ATTIVITA'.....	38
3.3- L' INVESTIMENTO NELLA NUOVA STRUTTURA.....	39
3.4- I DATI.....	40
3.5- DELLE POSSIBILI STRATEGIE.....	40
CONCLUSIONI.....	44
BIBLIOGRAFIA.....	46
SITOGRAFIA.....	47

ABSTRACT

Come possono le nuove tecnologie, quali internet ed i social network, essere d'ausilio per la raccolta fondi nelle piccole realtà non-profit?

Dopo aver definito il concetto di fundraising ed introdotto sia i soggetti coinvolti (quali associazioni, fondazioni, cooperative ed altre realtà non-profit) che gli strumenti da questi utilizzati, si approfondirà riguardo l' utilizzo del social network Facebook come veicolo di raccolta fondi.

In seguito verranno presi in considerazione due casi pratici: la Fondazione Rosangela D' Ambrosio ONLUS e la Cooperativa "Germoglio Due ONLUS".

Nel primo, utilizzando la metrica dell' "Applause Rate", si analizzeranno i trend di crescita dell' apprezzamento della pagina Facebook, che saranno successivamente confrontati con l' andamento della raccolta fondi.

Nel secondo caso, si esamineranno, in base alle caratteristiche del Centro, possibili modalità di raccolta fondi.

Concludendo, si valuterà l' efficacia degli strumenti digitali come mezzo di fundraising.

INTRODUZIONE E METODOLOGIE DI RICERCA

Argomento di sempre maggiore interesse nelle organizzazioni non profit risulta essere la raccolta fondi o fundraising, intesa come principale canale per raggiungere gli scopi sociali e mantenere l' economicità delle loro attività. Nel corso degli anni si sono sviluppati diversi strumenti di fundraising affiancatisi progressivamente a quelle più classici. Ciò è stato possibile attraverso l'evoluzione tecnologica, la quale si è rivelata capace di fornire i mezzi e le piattaforme più idonee a garantire un'adeguata raccolta fondi. Dalla costruzione di un sito internet alla creazione di un account Facebook, dall' apertura di un canale Youtube alla gestione di campagne di e-mailing. Di queste tecnologie hanno approfittato le grandi organizzazioni non profit, le quali, con grandi apparati informatici e sezioni dedicate unicamente a questo scopo, hanno focalizzato gran parte delle loro risorse sull'utilizzo dei nuovi mezzi di fundraising. Ma le piccole organizzazioni non profit, con strutture e mezzi economici più limitati, sarebbero in grado di sfruttare appieno tutte queste nuove tecnologie per raccogliere fondi? Sarebbe utile per tali organizzazioni dotarsi e imparare ad utilizzare il proprio sito istituzionale ed i social network per promuovere e pubblicizzare le loro iniziative? Saranno di seguito discussi i principali mezzi di raccolta fondi, dai più tradizionali ai più moderni, analizzandone vantaggi e svantaggi.

Successivamente attraverso l'*esperienza* della "Fondazione Rosangela D' Ambrosio ONLUS" verranno analizzate le potenzialità dell'utilizzo del sito internet e del social network "Facebook" come mezzi di raccolta fondi. La metodologia di analisi si basa su una procedura empirica: essa ha considerato il numero di pubblicazioni semestrali sulla pagina Facebook della Fondazione, su un periodo di tre anni, andandone ad indagare il loro apprezzamento¹. Si è in seguito analizzato l' andamento della raccolta fondi², osservandone i trend di sviluppo.

1 -Attraverso una delle metriche analizzate nella discussione.

2 -Sommando i fondi raccolti ogni mese, per sei mesi (da gennaio a giugno), considerando il triennio dell' analisi precedente.

Seguirà la realtà della "Cooperativa Il Germoglio Due ONLUS", piccolo centro di assistenza diurna per persone diversamente abili, operante nel territorio piacentino. Dato l'imminente investimento per l'ampliamento della sua struttura, è nata la necessità di coprire parte della spesa attraverso una campagna di raccolta fondi. Verranno quindi proposti i mezzi e le vie più appropriate per il raggiungimento di tale obiettivo, in base alle caratteristiche del centro "Germoglio Due ONLUS". Tali proposte seguono i consigli e le raccomandazioni provenienti da "*Linee Guida per la Raccolta dei Fondi*", un documento redatto dal Consiglio dell'Agenzia per le ONLUS³ per orientare e tutelare i soggetti coinvolti nella raccolta fondi: il donatore, il destinatario finale della donazione, l'organizzazione e la pubblica amministrazione⁴. Tenendo saldi i principi di fondo quali la trasparenza, la rendicontabilità e l'accessibilità⁵, tali linee guida consigliano gli strumenti ottimali e i comportamenti da tenere quando si fa fundraising.

3 -Fanno parte del Comitato scientifico di tale ente le personalità più importanti sul fundraising del panorama italiano: Gianpaolo Barbetta, Vincenzo Busa, Gian Candido De Martin, Giorgio Fiorentini, Mauro Giannelli, Sergio Marelli, Valerio Melandri, Dania Tondini, Franco Vannini e Francesca Zagni

4 -In qualità di controllore per eventuali benefici fiscali

5 -Inteso come il "*diritto del donatore e del destinatario della donazione a reperire informazioni e a riceverle se richieste*"