

## **Per una filosofia del fund raising**

Negli ultimi tempi, si è affacciata, con sempre maggior forza, la tematica del fund raising. Oltre alle iniziative di formazione operativa che a questo proposito continuano a moltiplicarsi, il fund raising, ha fatto ufficialmente ingresso nel mondo accademico. *(se si vuole mettere anche: "con la nascita del Master Universitario in Fund Raising della Facoltà di Economia di Forlì")*

Si comincia a parlare di una *filosofia* del fund raising, ma una intrapresa di questo tipo non può nascere e, soprattutto non può fiorire nel corso del tempo, se non è sostenuta da un'idea forte. Ecco perché occorre che le molte iniziative e progetti italiani su questo tema, trovino sostegno in una elaborazione concettualmente più organica. In particolare la domanda che ci si può porre è: quali sono i punti centrali di una "filosofia" del fund raising?

Per fare questo è bene andare alle origini del discorso sul "moderno" fund raising e riprendere la filosofia di colui che è universalmente riconosciuto il massimo esponente mondiale del fund raising: Henry A. Rosso. Rosso ha scritto la sua filosofia del fund raising, solo verso la fine della sua carriera, (nel 1991), elaborata dopo una vita di lavoro come fundraiser, consulente e docente, e solo qualche anno prima di morire, (nel 1999), ma i principi su cui ha fondato la sua filosofia hanno resistito alla prova del tempo, dello spazio e dei mutamenti culturali. Ecco perché questa è, secondo me, l'idea forte da cui una filosofia del fund raising, anche in Italia, dovrebbe sorgere. Rosso ha raccolto la sua esperienza nel famoso libro "Achieving Excellence in Fund Raising" (che rimane ancora oggi il più venduto libro di fund raising del mondo, con quasi 20.000 copie) di cui è uscita la seconda (splendida) edizione ad opera dei suoi allievi, e di cui, finalmente, anche in Italia, potremo gustare i consigli e la saggezza, grazie alla lungimiranza dell'editore Rizzoli-Etas che ne ha finanziato la traduzione e la localizzazione italiana *(se si vuole mettere anche: "a cura di Valerio Melandri".)*

Un tema centrale della filosofia di Rosso e del modo in cui l'autore affrontava il suo lavoro è l'idea secondo cui "il fund raising è il servitore del non profit". Il fund raising infatti non è fine a sé stesso: se lo fosse, sia l'organizzazione non profit sia i donatori ne risulterebbero

sminuite. Secondo Rosso, il fund raising non è altro che un mezzo per raggiungere un fine basato sulla mission dell'organizzazione non profit. Gli elementi portanti su cui poggia il tema centrale sviluppato da Rosso sono attuali ancora oggi come nel 1991.

Il più significativo di questi elementi consiste nell'interrogativo: "Perché esiste l'organizzazione non profit?", domanda che consente all'organizzazione di spiegare la propria mission in relazione ai valori sociali che persegue. È la mission a darci il privilegio di chiedere sostegno per finalità filantropiche, ed essa riveste particolare importanza in un'epoca in cui le organizzazioni non profit sono indotte a procacciarsi nuove fonti di sostentamento, a intraprendere attività di mercato, ad allacciare collaborazioni e partnership, e a venire incontro con fiducia ai cosiddetti *venture philanthropist*

La filosofia di Rosso si basa altresì sul ruolo del consiglio di amministrazione. Secondo l'autore, l'organo direttivo è responsabile non soltanto del fund raising, ma anche dell'amministrazione etica sia delle risorse, sia della mission dell'organizzazione non profit. Per un fund raising di successo, l'organo direttivo deve oggi garantire che il pubblico abbia fiducia nell'organizzazione non profit. La maggiore richiesta di *accountability* rispetto ad alcuni anni fa conferisce un'importanza ancora più grande al consiglio di amministrazione.

Il fund raising in quanto "servitore del non profit" deve fare parte integrante del sistema manageriale dell'organizzazione non profit: anche questo principio rappresenta un elemento portante della filosofia del fund raising elaborata da Rosso, e anch'esso mantiene intatta la propria attualità fino ad oggi. La raccolta di fondi non può rappresentare un'attività separata ed isolata dalle altre: garantire che il pubblico riponga la propria fiducia nell'organizzazione implica la necessità che a condurre il fund raising, sulla base della mission, sia un personale retribuito e volontario realmente dedito all'organizzazione non profit, e che la rappresenti nella sua integrità.

Rosso riteneva inoltre che la filantropia fosse per sua natura volontaria, e questo cardine del pensiero dell'autore riveste oggi maggiore importanza rispetto al 1991, quando scrisse queste righe. L'interesse per la filantropia come forma di espressione personale richiede infatti un atteggiamento di maggiore apertura da parte delle organizzazioni del terzo settore: il pluralismo diventa un caposaldo irrinunciabile. Risulta poi pertinente sottolineare un altro dei principi di

Rosso, vale a dire quello secondo cui “il fund raising è la nobile arte di insegnare alle persone la gioia di donare”. Per far durare a lungo l’impegno del donatore e per suscitare quella soddisfazione che lo indurrà ad aumentare la propria donazione, i fundraiser devono infatti ricordare che donare è un gesto volontario.

Il maggiore apporto di Rosso ci proviene forse dal principio secondo cui non bisogna vergognarsi, bensì essere fieri di fare fund raising. Oggi che il numero delle persone impegnate nel fund raising è cresciuto e i fundraiser rincorrono un approccio più professionale, ravvisare nella raccolta di fondi un’attività nobile e incentrata sulla mission è fondamentale per la positiva evoluzione della professione. Vale la pena a questo punto citare una frase pronunciata da Rosso a proposito della richiesta di donazioni: “Mettetevi da parte e lasciate parlare la buona causa”.

La filosofia di Rosso si inquadra all’interno della concezione del fund raising come “servitore del non profit”. Il modo in cui l’autore spiega il ruolo della raccolta fondi prefigura i modelli attualmente necessari per assistere i donatori nelle loro scelte filantropiche. Rosso afferma infatti che il fund raising “si giustifica quando è usato come un invito responsabile che porta i donatori ad elargire la tipologia di donazione che soddisferà le loro specifiche esigenze, dando anche significato alle loro vite”.

Oggi più che mai, i fundraiser hanno bisogno di una filosofia della raccolta fondi. La richiesta di *accountability*, la necessità di ispirare fiducia, la leadership dei volontari, il coinvolgimento dei donatori nei loro gesti filantropici, nonché i nuovi approcci alla filantropia, chiamano i fundraiser a porsi come professionisti riflessivi in grado di basarsi su di una filosofia del fund raising. La filosofia di Rosso rappresenta un punto di partenza eccellente per elaborare la propria filosofia professionale.