

Fare fund raising in un ambiente multietnico

di Valerio Melandri¹

Nella definizione della propria mission e dei propri valori, nell'elaborazione del piano di raccolta fondi le organizzazioni non profit devono iniziare a porre attenzione alla questione della multietnicità anche per trarre beneficio dalla crescita economica e sociale che interessa alcuni gruppi etnici nel nostro paese.

Da una ricerca realizzata da Western Union, colosso mondiale del money transfer, gli immigrati in Italia hanno una fascia di reddito medio-alta e spendono e risparmiano nel nostro Paese i quattro quinti di quanto guadagnano, pari ad un reddito complessivo di 25 miliardi di euro (il dato si riferisce all'inizio del 2003).

Calcolando 2,3-2,4 milioni di immigrati regolari e irregolari, si arriva così alla stima di un reddito pro capite di circa 10-12 mila euro, che è appunto un reddito medio-alto, corrispondente a un introito mensile netto sui mille euro.

Orientare il fund raising in una logica multietnica non è solo quindi una questione di giustizia sociale, si tratta anche di una prospettiva utile per costruire e gestire programmi di fund raising credibili e completi.

Al tempo stesso, la multietnicità rappresenta una sfida per i fundraiser, che non possono più pensare di elaborare appelli "buoni per tutte le stagioni": gruppi diversi hanno caratteristiche e tratti distintivi individuabili, valutabili e significativi per quanto riguarda la donazione. Pertanto, i fundraiser si rendono conto che, per avere successo, devono adeguare i propri appelli di fund raising alle abitudini e alle sensibilità dei potenziali donatori.

Non riconoscere e non affrontare le diversità etniche della popolazione significherebbe ignorare un notevole segmento del reddito potenziale delle organizzazioni non profit. Come osservano Reis e Clohesy², "Con l'aumento numerico di questi gruppi etnici, si assiste anche a una continua crescita della loro rilevanza nella società e delle loro risorse. Le donazioni erogate da donne, comunità di colore e giovani avranno, probabilmente, sempre più importanza per le organizzazioni non profit tradizionali. Queste popolazioni hanno già dato vita a nuove organizzazioni non profit e a comitati che riflettono più da vicino le loro culture dal punto di vista sociale ed etnico e che si propongono di risolvere le problematiche da loro più sentite" (p. 124). Alcuni gruppi etnici o minoritari non hanno ancora raggiunto livelli di ricchezza paragonabili a quelli della maggioranza bianca, ma vi sono segnali che puntano a un aumento della ricchezza e del potere d'acquisto: le attività imprenditoriali, il livello di istruzione e la partecipazione alle professioni, specialmente quella forense e medica, infatti, sono in crescita.

A parte l'aumento della ricchezza, le minoranze offrono comunque grandi potenzialità in materia di donazione. In questo articolo ci soffermeremo sulla terminologia, sulle sfide insite nel comprendere le procedure adottate da diversi gruppi etnici per erogare donazioni e sulle abitudini e sulle preferenze di alcuni gruppi etnici; perverremo quindi ad alcune caute generalizzazioni che possono fungere da fondamento per comprendere più a fondo questa tematica; forniremo infine alcune linee guida per

¹ Direttore Scientifico Philanthropy Centro Studi e Direttore del Master in Fund Raising e Responsabilità Sociale (www.master-fundraising.it)

² Reis, T. K., e S. J. Clohesy (2001). „Unleashing New Resources and Entrepreneurship for the Common Good: A Philanthropic Renaissance”. E. R. Tempel (a cura di), *Understanding Donor Dynamics: The Organizational Side of Charitable Giving*. New Directions for Philanthropic Fundraising n. 32. San Francisco: Jossey Bass.

elaborare programmi di fund raising più completi e per comprendere il valore della multietnicità tra i donatori.

Fund raising ed elementi culturali della multietnicità

Prima di affrontare l'argomento della multietnicità, vale la pena chiedersi che cosa significhi "cultura", in modo da stabilire un fondamento o un quadro di discussione. Secondo Wilson, Hoppe e Sayles³ "La cultura influenza fortemente il modo in cui ci si comporta e in cui si interpreta la condotta degli altri, e anche la percezione di correttezza e accettabilità comportamentale varia da cultura a cultura" (p. 1). Vi è da un lato la cultura esterna, evidente nei comportamenti e nelle tradizioni esteriori e visibili - per i messicani, ad esempio, la musica mariachi - e dall'altro la cultura interna, che è meno evidente, rappresentata ad esempio dal modo in cui le persone vedono determinate situazioni e concettualizzano le informazioni. La spiegazione forse più semplice che si può fornire del concetto di cultura coincide con lo stile di vita che si adotta.

Gli autori del volume *Philanthropy in Communities of Color* spiegano la cultura in questi termini: "Tutte le culture costruiscono la realtà in modo diverso: all'interno di ciascuna singola comunità culturale, le convinzioni e i comportamenti assumono significati spesso non condivisi o compresi dal mondo esterno. Alcuni significati culturali sono palesi e facili da riconoscere, mentre altri, più latenti e impercettibili, richiedono un'osservazione sistematica per poterli analizzare accuratamente"⁴.

Per il professionista del fund raising, pertanto, è di vitale importanza prendere in considerazione gli elementi culturali prima di intraprendere qualunque attività di raccolta fondi. Purtroppo, molti fundraiser affrontano i rapporti interpersonali e di sollecitazione dal proprio punto di vista, rimanendo impreparati a differenze culturali che facilmente possono dare adito a malintesi e interpretazioni errate. Mentre invece "le dimensioni culturali della donazione, dell'assistenza economica, della solidarietà e della distribuzione di reddito e ricchezza hanno sempre una gamma di significati che variano da cultura a cultura [...] Anche gli utilizzi della ricchezza, del prestigio e del potere rivestono particolare importanza per l'analisi interculturale dei comportamenti in materia di donazione"⁵.

Oltre alle difficoltà poste dalle percezioni tipiche di altre culture, il problema della terminologia si pone anche nella definizione stessa di tali "popolazioni diverse": il modo giusto per chiamarle è "persone di colore", "minoranze", o "gruppi etnici"? Ed è più corretto dire "afroamericano" o "nero"? "Ispanico" o "latinoamericano"? "Asiatico" o "cinese"? L'uso di facili etichette può rappresentare più un intralcio che un aiuto nell'individuare e qualificare i donatori.

Naturalmente, le persone provenienti da popolazioni diverse preferirebbero essere identificate in base al paese di origine o attraverso la loro identità nazionale. I messicani, ad esempio, preferiscono sicuramente essere distinti piuttosto che riuniti in un'unica macro-categoria denominata "ispanici". Gli asiatici americani presentano ben poche somiglianze con i cinesi, eppure spesso ricadono sotto la medesima denominazione.

Per individuare i gruppi etnici spesso definiti "minoranze" o simili, si utilizzerà la definizione "persone provenienti da vari gruppi etnici". Benché le preferenze di queste persone in materia di denominazioni siano assai variabili, per scopi di chiarezza e semplicità si adotteranno, talora in modo intercambiabile (stando alla terminologia contemplata nella letteratura attuale), le seguenti definizioni:

³ Wilson, M. S., Hoppe, M. H., e L. R. Sayles (1996). *Managing across Cultures: A Learning Framework*. Greensboro, N.C.: Center for Creative Leadership.

⁴ Smith, B. S., Shue, S, Vest, J. L., e J. Villarreal (1999). *Philanthropy in Communities of Color*. Bloomington: Indiana University Press., pag. 3

⁵ Smith, B. S., Shue, S, Vest, J. L., e J. Villarreal, *op.cit.*

- 1• africani o neri;
- 2• ispanici o latinoamericani;
- 3• asiatici.

Gruppi etnici e fund raising: problematiche e sfide

Jill Moss Greenberg ha individuato, in una sua ricerca⁶, sei forme di pregiudizio che possono rappresentare altrettanti ostacoli alla comprensione delle etnie con identità non contigue alla nostra, inibendo il buon funzionamento dei processi relazionali. Il fund raising e il Terzo Settore non ne sono purtroppo esenti.

1. *Esclusione e invisibilità.* Si tratta della forma di pregiudizio più grave e strisciante, che va da forme involontarie di esclusione fino all'emarginazione intenzionale, e fa sì che alcune persone così come le informazioni che le riguardano (ad esempio il loro ruolo nella storia) vengano ignorate: esclusione e invisibilità riducono quindi il valore attribuito a determinati gruppi. Qualora ignorassero la possibilità di ottenere donazioni da persone appartenenti a vari gruppi etnici, o le considerassero incapaci di donare o di farlo in misura consistente, i fundraiser indulgerebbero a un vero e proprio pregiudizio.

2. *Stereotipi.* Basarsi su stereotipi significa attribuire ai membri di determinati gruppi caratteristiche comuni, siano esse negative o positive. Si tratta di un atteggiamento deleterio, in quanto presuppone che un certo gruppo etnico sia omogeneo, ignorando i ruoli, le convinzioni, le preferenze e i comportamenti dei singoli individui. Occorre però distinguere gli stereotipi dalle legittime generalizzazioni: queste ultime rappresentano infatti una base per promuovere la comprensione delle caratteristiche culturali ed etniche della persona singola in relazione alle donazioni.

3. *Diversità e selettività.* Presentare una sola interpretazione di una problematica, situazione o cultura, dà origine a una visione univoca, distorta o semplicistica di tematiche, situazioni e culture complesse. Per questo motivo, un fundraiser intelligente e sensibile deve andare oltre le generalizzazioni e comprendere ogni donatore e ogni gruppo di donatori nel modo più completo possibile: in altre parole, occorre applicare gli stessi dettagliati principi di ricerca a tutti i potenziali donatori.

4. *Semplificazione.* È la tendenza di ignorare fatti fondamentali o chiarificatori, sorvolando su argomenti centrali o controversi in modo da eliminare informazioni utili a capire vari gruppi etnici. Anche in questo caso, i fundraiser devono tenere presente che stereotipi e mancanza di conoscenze inibiscono la comprensione e il rispetto nei confronti di popolazioni che sembrano “nuove” e comunque diverse rispetto ai gruppi di donatori a cui si fa solitamente appello.

5. *Frammentazione e isolamento.* Isolare o separare le esperienze delle minoranze da quelle della maggioranza della popolazione significa presupporre che non vi siano relazioni tra le varie realtà: operare questo tipo di distinzione porta all'esclusione o all'invisibilità.

6. *Pregiudizi linguistici.* Il linguaggio rispecchia le percezioni, le prospettive e gli atteggiamenti. L'uso di definizioni offensive può finire per stigmatizzare determinate persone: occorre quindi prestare la massima attenzione in modo da utilizzare una terminologia che trovi d'accordo tutti gli interessati. Non è semplice, ma è pur sempre necessario.

In generale, i fundraiser non si relazionano con i vari gruppi etnici in modo efficace. A inficiare il loro punto di vista intervengono presupposizioni errate su come donano determinati settori della

⁶ Greenberg, J. M. (2002). “Terms of Bias”. In *Building Bridges with Reliable Information: A Guide to Our Community's People*. Washington, D.C.: National Conference for Community and Justice of the National Capital Area Region.

popolazione, fermo restando che sollecitare donazioni dai vari gruppi etnici nel modo giusto rappresenta una vera e propria sfida. Non esiste un modello preconstituito per fare fund raising presso vari gruppi etnici, ma occorre elaborare diversi modelli⁷.

A rendere ancora più ardua questa sfida concorre il fatto che, a causa degli stereotipi, i gruppi etnici sono solitamente visti come beneficiari e non come donatori.

La seguente trattazione, relativa alle donazioni provenienti da vari gruppi etnici, dimostrerà che molte ipotesi solitamente adottate sono inesatte o addirittura deleterie.

I gruppi etnici e la donazione

Ispanici o latinoamericani

Da un sondaggio⁸ condotto su liberi professionisti di origine ispanica, a cui è stato chiesto consiglio su come condurre il fund raising tra i latinoamericani, sono emerse le raccomandazioni elencate di seguito.

“Occorre avvicinarsi alla comunità in modo sincero, senza dare nulla per scontato, e prendersi il tempo che serve per ottenere la fiducia necessaria ed essere accettati dalla comunità ispanica in cui ci trova a operare”.

“Occorre conoscere la comunità, le sue problematiche, il suo linguaggio, assumere un atteggiamento pedagogico e non dare nulla per scontato”.

“Bisogna mostrare rispetto e tolleranza per far fronte alla negligenza dimostrata dalle istituzioni dominanti nei confronti della comunità ispanica. Non si può compiere facilmente una rapida riscoperta della popolazione ispanica dopo averla trascurata per tanti anni. Bisogna essere preparati a rispondere a domande come: perché adesso all'improvviso siamo considerati potenziali donatori?”.

“Gli ispanici sono sempre disponibili ad aiutare il prossimo, e bisogna sempre mostrarsi sinceri con loro. Bisogna imparare a meritarsi la loro fiducia, perché troppe persone hanno cercato di sfruttarli”.

“Occorre elencare le ragioni per cui viene adottata una particolare procedura, prima di proporla una nuova”.

Africani o neri

Secondo una ricerca⁹ condotta da Emmett Carson esistono otto caratteri distintivi che definiscono la donazione tra gli africani:

- 1• il “principio dell'affinità”, che significa condividere i valori e identificarsi con altri africani;
- 2• il grande valore attribuito alla “donazione collettiva”, con la quale ciascun membro contribuisce a uno sforzo comune;
- 3• il desiderio di lasciare qualcosa in eredità alle generazioni future;
- 4• il ringraziamento e la gioia provati grazie alla donazione;

⁷ Anft, M. (2002) “Tapping Ethnic Wealth”, *Chronicle of Philanthropy*, 10 gennaio 2002, pp. 4-6

⁸ Wagner, L. e C.Hall-Russell (1999), “The Effectiveness of Fundraising Training in Hispanic Religious Organizations”. In L. Wagner e A. F. Deck (a cura di.), *Hispanic Philanthropy: Exploring the Factors that Influence Giving and Asking*. New Directions for Philanthropic Fundraising, n. 24. San Francisco: Jossey-Bass.

⁹ Carson, E. D. (1993). “On Race, Gender, Culture, and Research on the Voluntary Sector”. *Nonprofit Management and Leadership*, 1993, 3, 327-335.

- 5• l'importanza di vedere "in faccia" il bisogno;
- 6• l'identica considerazione attribuita alla donazione intesa in senso stretto e all'erogazione di servizi volontari;
- 7• la donazione in base alla propria disponibilità;
- 8• l'importanza del "senso di appartenenza".

Gli africani spesso non intendono come "filantropia" il fatto di aiutare gli altri. Pertanto, in generale, tendono a forme di donazione più informali, a vantaggio delle proprie famiglie e dei conoscenti, e la priorità viene accordata normalmente al sostegno di altri africani. La filantropia è considerata come un'attività strategica portata avanti da organizzazioni di grandi dimensioni. La Chiesa rimane l'istituzione principale attraverso la quale gli africani si impegnano ad aiutare il prossimo. La donazione viene presa in considerazione quando proviene un appello in tal senso da parte di una figura rispettata e carismatica, ad esempio dal pastore della comunità: per questo motivo, bisogna saper costruire un rapporto di fiducia.

Al contrario, gli africani rimarranno dubbiosi e scettici se l'appello dovesse provenire da una leadership priva di credibilità e di riconosciuta integrità morale.

Inoltre, le persone di colore normalmente appaiono restie a erogare donazioni per scopi di carattere generico, preferendo concentrarsi su buone cause specifiche e persone da aiutare, e considerano assai più importante il tempo impiegato per i servizi volontari rispetto alle donazioni in denaro.

Gli africani sostengono più frequentemente le seguenti buone cause:

- 1• assistenza a parenti e amici;
- 2• religione;
- 3• istruzione e istituzione di borse di studio;
- 4• diritti civili;
- 5• programmi in favore dei giovani, specialmente quelli a rischio;
- 6• servizi alle persone;
- 7• assistenza sanitaria e ricerca scientifica;
- 8• opere in favore delle comunità e dello sviluppo economico.

Gli africani elargiscono donazioni attraverso molti strumenti, tra i quali: chiese, società di mutuo soccorso, confraternite maschili e femminili e altri gruppi attivi nel sociale; college frequentati storicamente da persone di colore; gruppi di assistenza alla comunità e campagne in difesa dei diritti dei neri. Tra gli africani sono più diffuse le donazioni erogate su iniziativa individuale o in circostanze specifiche rispetto a quelle a favore di grandi organizzazioni non profit¹⁰.

Seguono alcuni consigli per i fundraiser che intendono sollecitare donatori africani:

- 1• gli africani preferiscono i contatti personali a quelli di massa, solitamente il mailing non riscuote successo;
- 2• gli africani normalmente non redigono testamenti; solo il 28% ne redige uno, contro il 51% della popolazione bianca;

¹⁰ Hall-Russell, C. e R. H. Kasberg (1997). *African American Traditions of Giving and Serving: A Midwest Perspective*. Indianapolis: Center on Philanthropy at Indiana University.

- 3• gli africani tendono a considerare le motivazioni alla base della donazione come “obblighi morali”;
- 4• “migliorare le condizioni di vita della gente di colore” rappresenta una motivazione significativa.

Asiatici

Non esiste alcuna tipologia specifica di “filantropia asiatica”, e le varie pratiche di donazione variano da popolazione a popolazione. È possibile operare le seguenti generalizzazioni, seppure con cautela. Aiutare parenti e membri della comunità etnica è considerato più importante rispetto a donare alle organizzazioni non profit: è fondamentale spedire denaro ad amici e parenti bisognosi nei paesi di origine. Spesso si assiste a una certa riluttanza a raccogliere fondi in modo organizzato, nell’eventualità di un insuccesso che rischierebbe di “far perdere la faccia” ai fundraiser asiatici.

Le donazioni vengono erogate a titolo di ringraziamento, quando ci si sente in debito con qualcuno: gli asiatici desiderano infatti “onorare” un debito il prima possibile. Essi normalmente donano alla propria comunità, quindi l’assistenza mantiene una connotazione imperniata sull’appartenenza etnica. Solitamente, non vengono erogate donazioni pianificate, e gli asiatici spesso donano in occasione di eventi cerimoniali, come compleanni e funerali. Tradizionalmente viene posto l’accento sulle necessità e sui valori della collettività, che trascendono quelli individuali: gli asiatici sono comunque disposti a donare alle principali organizzazioni non profit, purché le loro famiglie approvino.

Le forme di donazione all’interno della popolazione asiatica variano da generazione a generazione: le generazioni più giovani possono infatti aver abbandonato il principio di spedire del denaro ai propri genitori nei paesi di origine, ma, generalmente, la maggior parte degli asiatici, che mantiene ancora legami con la patria, spedisce rimesse e altri beni ai parenti e agli amici. Tra gli asiatici, la donazione è considerata spesso un atto di condivisione, non di beneficenza.

I principali beneficiari delle donazioni erogate dagli asiatici sono cinque:

- famiglia (nei paesi di origine), parenti e amici;
- associazioni di carattere familiare o etnicamente connotate;
- chiese o luoghi di culto;
- case di cura istituite da connazionali, circoli ricreativi, istituzioni culturali, associazioni civiche e sportive;
- organizzazioni non profit di grandi dimensioni, che vantano una tradizione di sostegno alla comunità asiatica.

Quando si intraprendono contatti con gruppi di origine asiatica, le seguenti linee guida possono essere di aiuto al fundraiser nel proporre la sollecitazione:

- avvicinarsi a queste persone in modo paziente e rispettoso: l’entusiasmo sfrenato non fa parte della loro cultura;
- prima di sollecitare una donazione, prestare un’opera di assistenza. Se a usufruire dei servizi è solo un esiguo numero di asiatici, è molto probabile che rimangano in pochi anche a donare;

- personalizzare la sollecitazione. I rapporti umani formano il nucleo centrale della filantropia, e per la comunità asiatica questo aspetto è ancora più sentito;
- il linguaggio rappresenta una problematica importante. Se tradotte nella lingua di origine, le informazioni produrranno un effetto più favorevole;
- i membri della comunità asiatica mantengono stretti rapporti con le organizzazioni non profit a cui sono storicamente legati;
- le donazioni alla memoria di un defunto rappresentano una forma diffusa di elargizione;
- non si deve discriminare alcun gruppo etnico. È necessario tenere conto delle festività tradizionali, degli strumenti di donazione più accettati e del significato simbolico di certi colori in diverse culture;
- attenzione a non usare facile etichette. Occorre adeguarsi alla terminologia adottata tra i segmenti di popolazione a cui si presta assistenza e a cui si richiedono donazioni;
- i donatori provano sempre un senso di fedeltà nei confronti dei programmi che li riguardano.

I migliori metodi di sollecitazione sono i seguenti, in ordine di efficacia:

- mailing da parte di organizzazioni non profit note,
- sollecitazione faccia a faccia con un fundraiser conosciuto dal donatore,
- donazioni sul posto di lavoro,
- invio di lettere personalizzate,
- sollecitazione compiuta telefonicamente da una persona conosciuta.

Arabi e altri gruppi etnici

Vale la pena prendere in considerazione anche altre popolazioni, oltre a quelle appartenenti ai gruppi etnici più numerosi. Ad esempio, recentemente, è stata posta maggiore attenzione sulle organizzazioni non profit interessate alla condizione degli arabi immigrati in America, un gruppo eterogeneo di persone che comprende mussulmani e cristiani emigrati dalle regioni del Medio Oriente e del Nord Africa. Solo in tempi recenti, secondo Debra Blum¹¹, le organizzazioni del Terzo Settore hanno cominciato in modo sistematico a sensibilizzare e a sollecitare donatori appartenenti a questo gruppo. Come accade nel caso di altre popolazioni, sorgono alcune complicazioni a causa delle tradizioni arabe: la donazione, ad esempio, normalmente assume un carattere informale, e spesso trae origine da considerazioni di carattere emotivo, e non di natura fiscale o patrimoniale. Vengono inoltre privilegiati i membri della famiglia o si presta assistenza direttamente alla persona bisognosa. Gli arabi preferiscono donare in favore delle proprie istituzioni religiose e spedire

Alcune caute generalizzazioni

Le generalizzazioni in campo etnico possono essere pericolose, anche se mosse da buone intenzioni, specialmente se le applichiamo nei confronti di chi non conosciamo. Anche nel caso in cui le

¹¹ Blum, D. E. (2002). "Making a Place for Arab-Americans". *Chronicle of Philanthropy*, 10 gennaio 2002, pp.26-27.

generalizzazioni non siano offensive (diversamente dai molti stereotipi che si sono tramandati nel tempo), potrebbero risultare irrealistiche, ingiuste e pregiudiziali. Tutte le comunità presentano al loro interno persone che non si identificano perfettamente con uno specifico gruppo etnico e che si sentono offese se giudicate in base a pregiudizi etnici e razziali. Tuttavia, le generalizzazioni possono anche fornire alcune informazioni di massima partendo dalle quali è possibile sviluppare conoscenze più specifiche, accurate e personalizzate. In molte popolazioni la donazione spesso inizia nel nucleo familiare, e sebbene, a questo livello, non venga considerata filantropia vera e propria, rappresenta pur sempre una base da cui hanno origine consuetudini e abitudini. Inoltre, in molte culture la famiglia si estende oltre i familiari di primo grado, fino a comprendere i parenti più lontani e le persone con cui sussiste un vincolo affettivo, anche in assenza di legami di sangue.

La religione spesso ricopre un ruolo significativo: occasioni particolari, come compleanni e cresime, rappresentano un'opportunità per erogare donazioni e servizi volontari. La maggioranza delle religioni, tra cui quelle cristiane, promuove i valori alla base della donazione, sebbene con enfasi differente. Spesso le organizzazioni non profit più famose vengono volutamente ignorate, in quanto prevale ancora in molti casi il concetto di non donare agli estranei. Fanno eccezione le persone agiate, che talora ignorano le attività portate avanti dai loro connazionali per unirsi alle principali organizzazioni non profit ed erogare donazioni per le buone cause più famose. I vari gruppi etnici sono inoltre accomunati da altri atteggiamenti simili in relazione alla donazione. Le persone di colore donano in modo cospicuo, ma attraverso modalità non sempre riconosciute dal Terzo Settore e dal fisco, soprattutto perché la donazione praticata dalle minoranze assume in gran parte un carattere informale e non trova riscontri nelle dichiarazioni dei redditi e nei sondaggi. Seguono ora alcuni degli elementi che accomunano gruppi etnici differenti:

- molti diventano donatori veri e propri grazie alla convergenza di crescita della ricchezza e dell'istruzione, progressione di carriera e aumento del reddito annuo;
- in molte culture, la donazione assume un significato più ampio: mettere a disposizione il proprio tempo, le proprie abilità e le proprie ricchezze è considerato parte integrante della donazione e gravita attorno alla famiglia, alla chiesa e alla scuola;
- viene fornita assistenza diretta e informale ai bambini, agli anziani e ai membri della comunità;
- l'esigenza immediata ricopre un ruolo importante;
- la donazione pianificata raramente è considerata una priorità;
- esiste una certa diffidenza nei confronti delle organizzazioni non profit tradizionali;
- la maggior parte dei gruppi etnici è fortemente influenzata dagli esponenti di spicco della comunità, appartenenti alla sfera religiosa, professionale, sociale e familiare;
- molte persone donano per motivazioni indipendenti dalle questioni fiscali ed economiche;
- viene data per scontata la reciprocità della donazione: aiutare per ricevere aiuto in futuro figura spesso tra le motivazioni alla base della donazione;
- vasti segmenti della popolazione danno per scontate le attività di assistenza fornite dal settore pubblico e dal settore non profit. Ciò raramente avviene per i gruppi etnici, che sentono il dovere di accollarsi le responsabilità assistenziali.

Tenere conto di diversità e differenze nell'elaborare il programma di fund raising

A proposito delle direttive per la partecipazione dei donatori di colore, Emmett Carson afferma: “Per coinvolgere i donatori di colore, le organizzazioni non profit devono comprendere l’importanza e le connessioni tra moralità, mercato e *mission*”¹².

Diana Newman¹³ sottolinea che la tradizionale piramide della donazione funziona alla perfezione per le organizzazioni non profit che raccolgono la maggioranza delle donazioni da persone appartenenti all’etnia maggioritaria, ma non si applica a molte culture, a causa della sua natura gerarchica e dell’elemento cronologico insito nel processo di sensibilizzazione continua del donatore.

L’autrice propone un modello rappresentato da un continuum che ha inizio dalle famiglie che devono far fronte a esigenze basilari e di sopravvivenza, per poi passare a coloro che aiutano persone meno fortunate, per finire con le persone che investono nelle comunità e nelle organizzazioni non profit per realizzare obiettivi comuni e idealistici. Questo continuum, da sinistra verso destra, illustra quindi attività come “sopravvivenza”, “assistenza” e “investimento”.

Conclusioni

Passando in rassegna la letteratura sul fund raising in relazione alle diversità etniche ci si accorge che i tradizionali principi della raccolta fondi vanno adattati alla popolazione a cui ci si rivolge. Il fundraiser deve quindi considerare diversi metodi di sollecitazione, tra cui l’incontro faccia a faccia, il mailing, l’uso di Internet e il telemarketing sociale. Le strategie per la ricerca di donatori vanno ridefinite in modo da ottenere informazioni pertinenti e adatte all’individuazione e alla sensibilizzazione di varie tipologie di donatore. Occorre quindi ricercare volontari che rappresentino diversi gruppi etnici, offrendo loro la giusta formazione.

¹² Carson, E. D. (2000). “The New Rules for Engaging Donors of Color: Giving in the Twenty-First Century”. In E. R. Tempel e D. F. Burlingame (a cura di), *Understanding the Needs of Donors: The Supply Side of Charitable Giving*. New Directions for Philanthropic Fundraising, n. 29. San Francisco: Jossey-Bass., pag. 74

¹³ Newman, D. (2002). *Opening Doors: Pathways to Diverse Donors*. Washington, D.C.: Council on Foundations.