Massimo Coen Cagli

Fare fundraising in biblioteca

Strategie e tecniche per affrontare la crisi finanziaria

EDITRICE BIBLIOGRAFICA

INDICE

Introduzione 13

Prefazione *di Giovanni Di Domenico* 17

Parte prima - Il fundraising: una sfida per le biblioteche

1. Il fundraising: da tecnica di raccolta fondi a economia del welfare di comunità 23
   1.1 Che cosa è il fundraising 23
   1.2 La relazione tra fundraising e le altre funzioni di un'organizzazione 25
   1.3 Gli ambiti di applicazione del fundraising 27
   1.4 Il fundraising in una dimensione evolutiva 28
   1.5 Fundraising, welfare e valore sociale aggiunto 31
   1.6 Il futuro del fundraising: i trend di cambiamento in atto 35
      1.6.1 Da "donatore generoso" a "investitore sociale accorto" 35
      1.6.2 Da "filantropo mecenate" a "attore sociale" 36
      1.6.3 La forza delle reti sociali 37
      1.6.4 La forza delle dinamiche comunitarie e del radicamento territoriale 39

2. Fundraising e biblioteche: veniamo da lontano per andare lontano 43
   2.1 Sociogenesi del fundrasing per le biblioteche 43
   2.2 Effetti paradossali della statalizzazione 46
   2.3 Biblioteche e azione sociale nel mondo 47
   2.4 La crisi del welfare e la ripresa di una politica sociale delle biblioteche 49
   2.5 Il fundraising per le biblioteche, tra "vetero-statalismo" e "ri-socializzazione" 51

3. Il fundraising nella dimensione organizzativa: una sfida per le biblioteche 53
   3.1 Il superamento della dicotomia tra fini e mezzi 53
   3.2 Il superamento della dicotomia tra utente e *stakeholder* 55

3.3 Distinguere tra costi e investimenti 58
3.4 La biblioteca come piazza accogliente 59
3.5 Fundraising: funzione tecnica o funzione strategica? 60

4. Una visione di insieme del ciclo del fundraising 63
4.1 L'avvio del ciclo di fundraising 65
4.1.1 La decisione di partire 65
4.1.2 La definizione della buona causa 67
4.2 L'elaborazione di una strategia 67
4.2.1 L'analisi dell'ambiente interno 68
4.2.2 L'analisi dell'ambiente esterno di riferimento 68
4.3 Progettazione e pianificazione 69
4.4 Management e valutazione 69

Parte seconda - Fundraising step by step

5. Partire con il piede giusto: buona causa, fabbisogno, condivisione 73
5.1 Individuare, condividere e comunicare la "buona causa" 73
5.2 Definire il fabbisogno economico e non economico della biblioteca in funzione della pianificazione del fundraising 83
5.3 Creare nell'ambiente interno una forte condivisione del fundraising 85
5.4 I modelli di start up del fundraising per le biblioteche 87
5.4.1 Start up "sistemico" 87
5.4.2 Start up "fundraising subito!" 88
5.4.3 Start up "comunitario" 89

6. Analisi dell'organizzazione 91
6.1 Ad ognuno il suo modello 92
6.2 Metodologia di analisi: la SWOT 95
6.2.1 I punti di forza relativi alla missione, all'identità e alle attività 97
6.2.2 I punti di forza relativi al capitale sociale e relazionale 98
6.2.3 I punti di forza relativi al knowledge management .. 102
6.2.4 I punti di forza relativi al sistema di comunicazione 105
6.2.5 I punti di forza dell'organizzazione 107

7. Analisi dell'ambiente esterno 109
7.1 L'analisi dei pubblici 110
7.2 L'analisi dei mercati e degli scambi praticati 113
7.2.1 I mercati del fundraising 113
7.2.2 Le tipologie di scambio 115
7.3 La competizione 119
7.4 Il macroambiente 121

8. La raccolta fondi da individui 123
8.1 Perché le persone donano 124
8.2 Costruire e sviluppare la base di donatori 128
8.2.1 Come un individuo diventa donatore 129
8.2.2 La piramide dei donatori 130
8.3 La procedura d'ideazione e pianificazione di un'azione di raccolta fondi da individui 132
8.3.1 A chi chiedere 133
8.3.2 Per cosa chiedere 134
8.3.3 Cosa scambiare 135
8.3.4 Come chiedere 136
8.3.5 Quanto chiedere 139
8.3.6 Il messaggio 140
8.3.7 Effettuare un test 141
8.4 L'importanza strategica dei gruppi e dei comitati di sostegno 141
8.5 Gli strumenti di raccolta fondi 144
8.5.1 Il tesseramento (carta biblioteca) 145
8.5.2 Il direct mail on line e off line 149
8.5.3 Gli eventi 152
8.5.4 Il 5 per mille 156
8.5.5 Le grandi donazioni 159
8.5.6 I lasciti testamentari e le altre donazioni pianificate 162
8.5.7 Raccogliere fondi tramite il web 165
8.5.8 Il merchandising 171
8.5.9 Le lotterie di beneficienza 173
8.6 Comunicare per la raccolta fondi 176

9. Gli strumenti di raccolta fondi da aziende 179
9.1 Non solo sponsorizzazioni 179
9.2 La centralità della Responsabilità sociale d'impresa 180
9.3 Le forme del corporate fundraising 183
9.3.1 Donazioni filantropiche 183
9.3.2 Sponsorizzazioni 189

9.3.3 Partnership e investimenti sociali 195
9.4 Superare i luoghi comuni sulla "sponsorizzazione"..... 197
9.5 La procedura per ideare, progettare e promuovere il corporate fundraising 199
9.5.1 Analisi della domanda e dell'offerta..... 200
9.5.2 Individuazione del link 201
9.5.3 Oggetto sponsorizzabile 203
9.5.4 Proposta, promozione, contratto..... 203
9.5.5 Realizzazione e fidelizzazione 205

10. Raccogliere fondi dalle fondazioni..... 207
10.1 Tipologia di fondazioni 207
10.1.1 Le fondazioni di origine bancaria 208
10.1.2 Le fondazioni d'impresa 210
10.1.3 Le fondazioni di famiglia 212
10.1.4 Le fondazioni di partecipazione 212
10.1.5 Le fondazioni di comunità 214
10.1.6 Un rapido sguardo alle fondazioni internazionali ... 215
10.2 Ideare e progettare azioni di fundraising verso le fondazioni 216
10.2.1 Il serbatoio delle fondazioni 216
10.2.2 Individuazione della domanda 218
10.2.3 Analisi dell'offerta della biblioteca 218
10.2.4 Criteri di valutazione dei link 218
10.2.5 La scrittura del progetto e la promozione..... 219
10.2.6 Follow up e fidelizzazione 220

11. La pianificazione operativa e il management 221
11.1 Pianificare la raccolta fondi..... 221
11.2 Le funzioni e lo staff di fundraising 230
11.3 Il monitoraggio del piano di fundraising..... 232
11.4 La valutazione del fundraising 233
11.5 Gestione degli esiti 234

Parte terza - Conclusioni

12. Raccomandazioni per lo sviluppo del fundraising delle biblioteche..... 241
12.1 *Policy* per le singole biblioteche..... 243
12.1.1 Promuovere il networking con la comunità 243
12.1.2 Rafforzare l'identità sociale 245

12.1.3 Bilancio sociale 246
12.1.4 Promuovere il networking con le altre biblioteche 246
12.2 *Policy* relative ai consorzi, sistemi e reti di biblioteche .. 246
12.2.1 Formare il personale delle biblioteche al fundraising e sostenerlo nelle attività di raccolta fondi 247
12.2.2 Coinvolgere le amministrazioni nelle strategie di sostenibilità delle biblioteche ... 248
12.3 *Policy* relative al livello nazionale 248
12.3.1 Riposizionare la mission delle biblioteche 248
12.3.2 Organizzare campagne di sensibilizzazione sulle biblioteche e sull'importanza di sostenerne lo sviluppo 249
12.3.3 Aprire tavoli di concertazione con le organizzazioni del mondo delle aziende e con le fondazioni 249
12.3.4 Favorire e facilitare l'adozione del fundraising nelle biblioteche 249

Glossario 251

Bibliografia 271

<< Torna alla scheda del libro