

Per ogni bambino
Salute, Scuola, Uguaglianza, Protezione



LA RACCOLTA FONDI: obiettivi, tecniche e target

Novo Nordisk – incontro di formazione

Argomenti trattati

- **La raccolta di fondi: regole e tipologie**
- **Qualche cenno sull'Unicef**
- **Domande e risposte**

Per ogni bambino
Salute, Scuola, Uguaglianza, Protezione



LA RACCOLTA FONDI



**“Parlami di qualcosa
e la dimenticherò,

mostrami qualcosa
e me ne ricorderò,

coinvolgimi su qualcosa
e la comprenderò”**

Confucio, VI secolo A. C.

UNA DEFINIZIONE DI RACCOLTA FONDI

Ricerca diretta o indiretta di risorse finanziarie, beni materiali, proprietà o crediti utilizzata per soli fini di solidarietà, promozione sociale e culturale.

L'attività di raccolta fondi è collegata alla ricerca di:

- associati,
- donatori,
- enti erogatori,

al fine di raggiungere gli obiettivi stabiliti dalla *mission* della ONLUS - ONG.

LE REGOLE BASE DELLA RACCOLTA DI FONDI

- ✓ AVERE una *Mission* solidale
- ✓ OFFRIRE una chiara e veritiera informazione di supporto
- ✓ INDIVIDUARE segmenti-target di donatori
- ✓ RICERCARE risorse in modo strategico e razionale
- ✓ AVERE etica e trasparenza
- ✓ DARE Informazioni sulle agevolazioni fiscali
- ✓ IMPOSTARE un rapporto di fiducia con i donatori/sostenitori

CLASSIFICAZIONE DEI DONATORI

✓ Donatori individuali

- iscritti/associati (es: WWF)
- sostenitori casuali (es: nelle piazze)
- sostenitori abituali (es: mailing o Rid bancario)
- grandi donatori

✓ Aziende

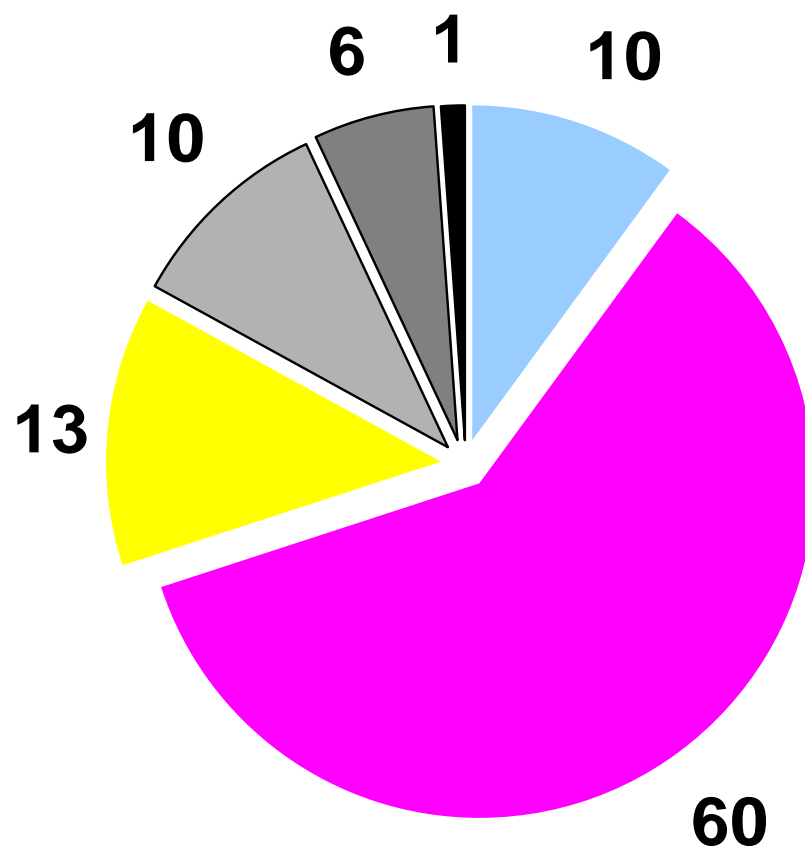
- partner finanziari (donazione per i progetti)
- donatori “tecnici” (donazioni in natura)
- sponsors (abbattimento costi di funzionamento)

✓ Enti erogatori

- pubblici (comuni, Cee, etc)
- privati (fondazioni)

UNICEF - FUNDRAISING 2004 (%)

- Offerte aziende
- Offerte privati
- Prodotti aziende
- Prodotti privati
- Lasciti testamentari
- Altro



IL FUNDRAISING CON I PRIVATI - processo

La decisione di donare a favore di un'organizzazione non profit è frutto di un articolato processo:

- scelta di una causa (malattia vs ambiente)
- condivisione di una *mission* (emergenza vs sviluppo)
- coinvolgimento nel progetto (“prodotto scuola”)
- condivisione di un obiettivo (istruire le bambine)
- partecipazione al risultato (vedo/tocco/mi informano)

ESEMPI DI PROGETTI DA SOSTENERE

Paese	Obiettivi del programma
KIRGHIZISTAN	Miglioramento dell'istruzione di base, prevenzione dell'abbandono scolastico e del lavoro minorile
INDIA	Maternità sicura e supporto alla primissima infanzia
COLOMBIA	Protezione, partecipazione, educazione alla pace
CONGO RDC	Centri per bambini di strada, centri di nutrizione, vaccinazioni ed interventi sanitari prima infanzia
SUDAN	Sostegno ai bambini vittime della guerra
TAGIKISTAN	Lotta alla mortalità infantile
ETIOPIA	Istruzione delle bambine e prevenzione matrimoni precoci
SIERRA LEONE	Programmi per ridurre la mortalità del parto e per le vaccinazioni
ANGOLA	Acqua, vaccini
NIGER	Lotta alla malnutrizione, microcredito
ERITREA	Ricostruzione scuole, formazione, educazione delle bambine
MALAWI/MOZAMBICO	Lotta all'AIDS, protezione degli orfani

I viaggi sul campo

L'azienda che sostiene l'UNICEF finanziando un Paese con un contributo finalizzato ad un progetto specifico può partecipare ad un viaggio sul campo per verificare i risultati del proprio impegno e condividerne il valore con chi ne è destinatario.



Alcune aziende che hanno partecipato a viaggi sul campo:

Monte dei Paschi di Siena: Somalia, **CONAD:** Cambogia (Progetti 2001-2-3), **COOP:** Angola (Acqua per la pace), **Associazione Nazionale Piloti:** Bangladesh, **Piacenza Calcio:** Congo (Scuole); **IKEA:** India (Empowerment delle donne – prevenzione del lavoro minorile)

©UNICEF

IL FUNDRAISING CON I PRIVATI - tipologie

- **Tesseramento**
- **Direct Marketing**
- **Internet/Donazioni on line**
- **Programmi di fidelizzazione**
- **Biglietti augurali/Prodotti**
- **Bomboniere solidali**
- **“Prodotti speciali”**
- **Lasciti testamentari**
- **Donazioni libere e “one shot”**
- **Eventi – Trasmissioni televisive**
- **SMS solidali**
- **5 per mille dell’IRPEF**

IL FUNDRAISING CON LE AZIENDE - tipologie

- **Cause Related Marketing**
- **Programmi dipendenti**
- **Joint Promotion**
- **Raccolte Punti**
- **Natale Aziende**
- **Sostituzione dei gadget con donazioni**
- **Internet – online**
- **Biglietti augurali**
- **Prodotti UNICEF**
- **Donazione di beni**
- **Concorsi a premio**
- **Sponsorizzazione**

L'UNICEF: CHI E'



“I bambini hanno diritti in quanto esseri umani e necessitano inoltre di particolari cure e protezione”

La nostra mission

Promuovere il progresso dell'umanità attraverso programmi che garantiscano ad ogni bambino il diritto alla salute, all'istruzione, all'uguaglianza e alla protezione

L'UNICEF: CHI E'

- La più grande **organizzazione mondiale** che si occupa di difendere i diritti dell'infanzia.
- Staff nel **mondo** di circa **7.000 persone** di cui l'80% lavora sul campo
- In **Italia**: 1 sede nazionale + 100 comitati provinciali in Italia – 100 dipendenti/collaboratori e 2000 volontari

L'UNICEF: CHI E' Amministrazione e risorse

- **L' UNICEF non riceve fondi dall' ONU.**
- **Le risorse a sua disposizione sono formate esclusivamente da donazioni e contributi volontari provenienti da cittadini, aziende, associazioni e istituzioni.**
- **Efficienza di gestione: rapporto tra costi e donazioni < 30/70 (Sole24 Ore – ottobre 2006)**
- **Oltre 11 milioni di donatori al mondo**

L'UNICEF ringrazia per
la gentile attenzione



Insieme per i bambini del mondo