



Intervento di Marco Crescenzi presso l'Associazione Fund Raiser Italiani (ASSIF)

Per scaricare Rapporti e dati di grande interesse: www.assif.it

Su gentile invito della Presidente di ASSIF Francesca Zagni e della Consigliera Emilia Romano, presso la sede di Save The Children Roma, Marco è intervenuto nell'ambito dell'incontro sul "Fund Raising in tempo di crisi prolungata" in rappresentanza di ASVI e Leader2Leader.

Molti i "corsisti ASVI" presenti (ora professionisti e iscritti anche ad Assif) ed i membri di Leader2Leader. L'obiettivo dell'intervento è quello di stimolare una riflessione comune su alcuni mega trend e sulla **Responsabilità sociale** del fund raising non solo per i destinatari finali, ma anche per i donors, privati o aziende che siano.

Di seguito alcuni appunti dall'intervento

E' un piacere ed un dovere lavorare allo stesso tavolo e scambiarsi informazioni e riflessioni strategiche. Fatto raro in Italia, terra di appartenenze e corporazioni. Vorrei iniziare il confronto partendo da tre stimoli relativi al "donatore privato"

Nella sua ultima "**Lettera da mondo Liquido**" (Repubblica delle Donne 14 Marzo) **Z. Bauman** prevede che la **depressione sarà la prima malattia in Europa**, superando a breve le cardiopatie, e la seconda nel mondo. Senso di solitudine, di impotenza, di inutilità dei propri sforzi, l'idea che "tutto va in malora" saranno forti. Una prateria per l'industria farmaceutica, dice Bauman...

oppure no?

Cosa c'entra il fund raising con la depressione sociale?, iniziamo a chiedercelo....

Nell'ultimo **Rapporto Censis**, De Rita ritorna sul fatto che "il corpo sociale italiano è mucillaginoso, scarsamente reattivo, non in grado di aggregarsi e lottare su cause ed interessi comuni, neanche di quartiere." Nel successivo scambio a quattrocchi dopo il convegno, mi ha detto che percepisce il non profit troppo autoreferenziale e privo del sufficiente spirito per essere veramente incisivo.... è così?

E come possiamo immaginare un fund raising che "lavori al corpo" (sociale italiano), produttore di capitale sociale, produttore di "volontà reattiva?"

Qualche giorno fa ho incontrato a Londra **Loretta Napoleoni** (tra le principali esperte di terrorismo internazionale e di mafie, quella dello splendido "**Economia Canaglia**"). Eravamo in uno dei miei luoghi preferiti, il Momo Bar a Regent Street, in una zona frequentata anche da giovani finanziari arrivisti e ora molto più vuota. "*C'è molta meno gente adesso*", mi diceva Loretta "*tutte persone abituate a misurarsi sulla carriera e sul denaro, ora a molti di loro non rimane più nulla, neanche un'identità*". E ci siamo chiesti su cosa un giovane in gamba, ambizioso, possa costruire un'identità, misurarsi, proiettare il suo futuro". Abbiamo concluso che, come una volta, è possibile si ritorni a misurarsi anche sul "ruolo sociale" ed il valore della propria professionalità per la comunità di riferimento: l'insegnante, il carabiniere, il medico, erano i membri più stimati di una comunità, per la loro utilità e responsabilità. E chi faceva rapidamente i soldi guardato con sospetto e scarsa simpatia. La "**responsabilità sociale professionale**" deve ridiventare un nuovo focus, la nuova ambizione. E' abbastanza chiaro questo ai professionisti del fund raising, siamo pienamente consapevoli delle **enormi ricadute sociali di**

questa professione, non solo per i destinatari, ma anche per i donors?

Depressione e solitudine (Bauman), disarticolazione del capitale sociale (De Rita), Identità effimere travolte dalla "economia canaglia" (Napoleoni): cari colleghi, cosa potete fare voi come fund raiser, come massimizzare il fund raising come apportatore di "investimento sociale"?

Passiamo ad altri tre stimoli sul versante Donatore-Azienda, al "corporate fund raising" (o partnership manager, come lo chiamano gli amici di Unicef)

Nel **calo generale delle donazioni** previsto ed anche in atto, anche se ancora contenuto, su cui L2L e la rete Europea (Euclid) hanno dato ampio rapporto agli associati ("Preparing for an Economic Downturn", Settembre 2008), come spieghiamo che organizzazioni come Water Aid (London) ed altre stiano incrementando le loro entrate?

Le aziende, ci dicono gli ultimi rapporti (es. Sodalitas-Eurisko) espleteranno sempre meno la loro **Responsabilità Sociale** con interventi spot e sponsorizzazioni, ma sempre più in termini di Cittadinanza di Impresa. Questo almeno è quanto emerso e ribadito anche nel convegno di L2L "**Terzo Settore tra Crisi e Sviluppo**" (vedi in particolare gli interventi di Cerioti, Peronaglio, Crescenzi, Coen Cagli). In che modo possiamo facilitare questo processo di radicamento, di "cittadinanza" delle imprese? Chi conosce il "**Community Fund Raising**" o lo pratica già in Italia? Mi sembra nessuno o quasi.

A mio avviso si affermerà il **modello del "social business"** proposto da Yunus. L'impresa fa "il bene" continuando a fare la sua attività tipica di impresa ma in alcuni casi rinunciando ai profitti. Come nel caso di Danone in Bangladesh, produce Yogurt ma a prezzi

bassissimi: intanto penetra il mercato, si fa nome e constituency, e contribuisce al 30% del fabbisogno nutritivo di un bambino. Oppure una banca può finanziare senza interessi iniziative sociali, o aziende possono produrre impiegando soggetti "svantaggiati"... Unicredit si sta muovendo su questo in Italia. Premesso che tutto questo mi piace molto, **il "social business" per il fund raising è più un rischio** (le aziende si muovono da sole e non hanno più bisogno delle non profit) **o più un'opportunità** (le non profit possono essere partner delle iniziative, come Yunus della Danone)?

Concludo con un'impressione: siamo in un periodo a mio avviso ottimo per **ripensare come massimizzare l'impatto sociale delle nostre professioni e nello specifico del fund raiser**. Sono lieto per l'invito e soddisfatto per l'elevata qualità professionale della platea, fatto che mi ha portato più a ragionare insieme che a proporre tesi. Spero di essere stato utile alle riflessioni che state portando avanti, e che certamente avremo modo di condividere ancora meglio in futuro anche con L2L ed ASVI.

Un saluto a tutti e a presto.

Marco Crescenzi