

FUNDRAISING, DONATORI SEMPRE PIÙ IN CERCA DI IMPATTO SOCIALE E RELAZIONI AUTENTICHE

**The FundRaising School presenta la sua nuova proposta formativa:
corsi base e specialistici, LAB e Certificati.**

La rilevanza economica e sociale raggiunta dal non profit in Italia e la recente **riforma del Terzo settore** sono segnali che indicano chiaramente un **ruolo sempre più da protagonista dell'economia sociale nel nostro Paese** che, secondo l'Istat, conta **oltre 336mila organizzazioni**, circa **788mila dipendenti** e oltre **5 milioni di volontari**.

Sul fronte donazioni, per la prima volta in Italia è stata superata la soglia dei **5 miliardi di euro da singoli cittadini** (anno 2016), come conferma la III edizione del **Report Giving Italy** di Vita. La principale fonte di fundraising delle organizzazioni non profit restano i privati, a seguire le aziende con circa **873 milioni di euro**, di cui 200 milioni da fondazioni d'impresa e 673 milioni da imprese.

Significativo anche l'aumento dei contributi alle **scuole** (oltre 724mila euro raccolti ad ottobre 2017), agli **enti culturali** (oltre 200mila euro e più di 6mila mecenati) e l'interesse verso i **lasciti** (l'11% degli italiani hanno intenzione di fare testamento solidale).

Il comportamento dei donatori italiani, però, è in evoluzione continua. Oggi assistiamo ad un forte **aumento della digitalizzazione delle relazioni** che condiziona anche le modalità di donazione.

In Italia **quasi tre quarti della popolazione è online** (43 milioni di persone), con 34 milioni di utenti attivi sui **social media** (Report Global Digital 2018); **l'83% degli internauti è un donatore** - ossia una persona che almeno una volta all'anno ha sostenuto un progetto a finalità sociale - con una **donazione media annuale di circa €90** (Donare 3.0 - Doxa Duepuntozero con Rete del Dono e PayPal).

Come cogliere le opportunità offerte dal fundraising digitale e non solo?

Da alcuni anni assistiamo in Italia a una vera e propria esplosione di interesse per il *fundraising* e per i temi a esso connessi. Tuttavia, come sottolinea **Paolo Venturi**, direttore The FundRaising School: *"In troppi guardano al fundraising come a una mera tecnica di persuasione, mentre il senso consiste in una richiesta di co-produzione"*.

La mancanza nelle organizzazioni non profit di una **cultura manageriale orientata alla raccolta fondi** può compromettere lo sviluppo strutturale ed economico del *fundraising*. In questo scenario nasce l'esigenza di una maggior competenza e professionalità nel promuovere le proprie buone cause.

Dal 1999 [The FundRaising School](#), promossa da [AICCON](#) - **Associazione Italiana per la promozione della Cultura della Cooperazione e del Non Profit** - sostiene una visione di *fundraising* orientata alle relazioni e alla creazione del senso di comunità. La scuola, con sede presso l'**Università di Bologna Scuola di Economia, Management e Statistica di Forlì**, si avvale della direzione scientifica del **Prof. Pier Luigi Sacco** e del contributo dei maggiori *fundraiser* italiani.

Come si diventa un buon fundraiser?

Affiancando all'esperienza sul campo un percorso formativo ed una metodologia specifica. Le **competenze in fundraising**, infatti, stanno diventando una *high skill* sempre più richiesta, e non solo nel mondo delle organizzazioni non profit.

Per questo motivo **The FundRaising School** ha ideato **2 Certificati**, che si ottengono partecipando a 3 corsi:

- [CERTIFICATO IN FUNDRAISING MANAGEMENT](#) (XVIII edizione), per imparare ad elaborare una strategia di *fundraising ad hoc* per la propria organizzazione;

- [CERTIFICATO IN DIGITAL FUNDRAISING](#) (V edizione), ideato per acquisire le competenze e gli strumenti indispensabili per progettare la **strategia online** di un'organizzazione, dai *social media* al *crowdfunding*.

Per chi ha già mosso i primi passi nel mondo del fundraising o è interessato a focalizzarsi su un tema specifico, The FundRaising School ha previsto dei corsi specialistici su [organizzazioni sportive](#), [fondazioni internazionali](#), [impresa sociale](#), [cultura](#), [social media e crowdfunding](#), [impatto sociale](#), [enti ecclesiastici e religiosi](#).

Tra le novità di quest'anno ci sono **due nuovi corsi avanzanti** [Il piano strategico per il fundraising](#) (24-25 maggio 2018) e [La campagna di fundraising](#) (13-14 giugno 2018) e i **LAB, workshop di una giornata** volti ad approfondire conoscere e mettere subito in pratica strumenti specifici di *fundraising* come il [5x1000](#), i [lasciti](#), [Ad Words e Google Ad Grants](#) e [Inbound marketing per le organizzazioni non profit](#).

I corsi sono rivolti non solo a chi vuole intraprendere questa carriera, ma anche a lavoratori con esperienza pregressa e a professionisti che vogliono continuare la loro formazione, specializzarsi e aggiornarsi. La durata dei corsi, che va da 1 a 3 giorni, è stata infatti pensata per permettere anche a chi lavora di poter partecipare.

I corsi sono aperti ad un **numero limitato di partecipanti**, per iscriversi basta compilare la [scheda online](#).

www.fundraisingschool.it

Per informazioni e iscrizioni: The FundRaising School | t. 0543.62327 | ecofo.aiccon@unibo.it

Ufficio Stampa: Rossella De Nunzio | t. 0543.374694 | rossella.denunzio@unibo.it