

Seminario nazionale

Come migliorare la raccolta di fondi da famiglie e privati: tecniche ed esperienze per coinvolgere e appassionare la comunità scolastica

Il Fundraising per le Istituzioni scolastiche

ROMA

ITT “Colombo” – Via Panisperna 255

22 e 23 Maggio 2013

Lo spirito dell’iniziativa

La costante e deprecata diminuzione dei finanziamenti alle Istituzioni scolastiche ha imposto ai Dirigenti e ai loro più stretti collaboratori una duplice linea di azione: da un lato, continuare a rappresentare con forza all’Amministrazione, in tutte le sedi possibili, le legittime istanze relative all’erogazione di contributi pubblici, dall’altro coinvolgere e appassionare le famiglie e gli sponsor privati in progetti e attività che possano essere finanziati in una linea di continuità e coerenza con le finalità didattico-educative perseguite.

Seppur con difficoltà e resistenze, il coinvolgimento di famiglie, privati e sponsor nel finanziamento delle attività delle Istituzioni scolastiche è sempre più frequente, in forme, modalità e misure molto diverse in relazione al tessuto sociale in cui le scuole si trovano a operare, alla storia dell’istituzione scolastica stessa, alla capacità di chi la guida, alla caparbietà dei dipendenti più impegnati nell’organizzazione e nella gestione della scuola.

Il fundraising, inteso come insieme di azioni volte a trovare i fondi necessari per sostenere attività senza finalità di lucro, consta di tecniche strutturate su cui riteniamo utile confrontarci insieme, nella consapevolezza che le Istituzioni scolastiche hanno le loro peculiarità ordinarie, culturali, strutturali, territoriali e che però una contaminazione con esperienze esterne, su questi temi, sia senza dubbio interessante. Rendere più strutturata e organizzata l’attività di raccolta fondi può essere, nel rispetto della propria identità, un obiettivo possibile delle Istituzioni scolastiche.

Il seminario costituisce un’interessante occasione di studio della materia ed è rivolto a un numero ridotto di corsisti. Le caratteristiche dell’iniziativa ne fanno infatti un evento necessariamente a numero chiuso.

I destinatari

Il Dirigente scolastico e i collaboratori del Dirigente più impegnati sui temi del seminario.

Il modulo formativo

Il modulo formativo proposto segue il percorso già sperimentato da Italiascuola.it. All’incontro in presenza è affiancata la possibilità di accesso per tre mesi al canale tematico “*Il Fundraising per le scuole*” attivato sul nostro sito per porre fino a tre quesiti al nostro servizio di consulenza. In aula sarà distribuita ai corsisti una cartellina con un’ampia sintesi dei materiali disponibili online. A conclusione del seminario sarà rilasciato regolare attestato di partecipazione.

Il programma del seminario

Il fundraising: una sfida per le scuole italiane

- Il fundraising in una prospettiva evolutiva: da mero filantropismo a strategia di sostenibilità del welfare
- Uno sguardo alle esperienze in atto in Italia e nel mondo
- Definizione di fundraising
- Fundraising e scuole: punti di forza e criticità
- Quattro condizioni per partire: mission sociale, valore aggiunto, governance del fundraising, obiettivi chiari
- Il ciclo di fundraising: come ideare, progettare, realizzare e gestire la raccolta fondi
- Le tipologie di fundraising rispetto al fabbisogno della organizzazione
- I mercati del fundraising

La strategia e gli strumenti di raccolta fondi da individui

- Come si fa un'analisi dell'organizzazione e dell'ambiente di riferimento per comprendere forze e opportunità da utilizzare per la raccolta fondi
- Cosa è una strategia di raccolta fondi
- La raccolta fondi da individui
 - Acquisire i donatori
 - Fidelizzare i donatori
 - Espandere la base dei donatori
 - Valorizzare i donatori
- Come individuare i target di raccolta fondi: l'importanza dell'analisi del capitale relazionale
- Rassegna dei principali strumenti di raccolta donazioni per le scuole (mailing; eventi e attività paradidattiche, 5 per 1000, gruppi di sostegno, le raccolte on line, network e personal fundraising, programmi ex alunni, ecc.)
- Presentazione di casi di successo. Esempificazioni a partire dai casi proposti dai partecipanti

La raccolta fondi da aziende

Sponsorizzazioni, donazioni, partnership: caratteristiche e differenze

L'azienda come attore sociale: l'importanza delle politiche di responsabilità sociale di impresa

Rassegna delle principali forme di Corporate Fundraising (filantropia, sponsorizzazione di eventi e strutture, finanziamento di progetto, Cause related marketing, secondement, partnership complesse, ecc..)

La procedura di corporate fundraising

- Individuare le aziende target
- Analizzare cosa si può offrire
- Individuare il link tra scuola e azienda
- Elaborare la proposta
- Promuovere la raccolta fondi
- Fidelizzare l'azienda

I tempi del corporate fundraising: saper chiedere in tempo

Aspetti giuridici delle sponsorizzazioni a scuola

Gli orari delle due giornate di formazione

Primo giorno

- 9,30 registrazione
- 10,00 inizio lavori
- 13,30 Pranzo
- 14,45 Ripresa lavori
- 17,00 Chiusura dei lavori

Secondo giorno

- 9,30 inizio lavori
- 11,20 coffee break – 11,40 ripresa lavori
- 13,30 Pranzo

I relatori

Massimo Coen Cagli, autore del primo manuale italiano sul Fundraising (Carocci, 1998) dopo 20 anni di impegno nella dirigenza di organizzazioni sociali ha dato vita a un network di professionisti attivi nel campo della consulenza, della formazione e della ricerca per l'empowerment del No profit: la Scuola di Roma [Fund-raising.it](http://www.fund-raising.it) (www.scuolafundraising.it) di cui è direttore scientifico. È docente presso la LUMSA di Roma e presso master e corsi in primarie università italiane.

Laura Paolucci, Avvocato dello Stato, esperto di normativa e questioni "scolastiche", autore di studi e pubblicazioni in materia.

Costi

Il costo complessivo del percorso formativo (corso in presenza + più servizi on line + cartellina del corso + pranzo del primo e del secondo giorno) è pari a:

- **€ 180**, a persona

ATTENZIONE!

Le scuole o le persone abbonate ai servizi telematici di Italiascuola.it hanno diritto a uno sconto del 10% sul prezzo del corso. Per informazioni visitare il sito di Italiascuola.it (www.italiascuola.it), alla sezione "Per abbonarsi".

Per altre informazioni sul corso consultare il sito www.italiascuola.it o contattare la segreteria di Italiascuola.it al numero 0521/949014.

MODULO DI ADESIONE

Il fundraising per le Istituzioni scolastiche

L'Istituzione Scolastica o la persona _____

avente sede (solo per le Istituzioni scolastiche) nel Comune di _____

Prov. _____ Via/Piazza _____ n. _____ CAP _____

Codice Fiscale _____ Partita IVA _____

Tel. _____ Fax _____ Indirizzo e-mail _____

Mod. Fax ITACFUND

aderisce alla proposta di Italiascuola.it riguardante l'intervento formativo in epigrafe.

L'adesione alla proposta consente la partecipazione delle persone indicate nel presente modulo al corso di formazione che si terrà nel Comune di _____ il/i giorno/i _____.

La scuola o la persona che decide di partecipare al seminario in presenza con [1] [2] [3] [4] [5] persone

(barrare il numero di partecipanti prescelto) indicandone di seguito i nominativi (facoltativo):

Nome 1° iscritto _____ Funzione _____

Nome 2° iscritto _____ Funzione _____

Nome 3° iscritto _____ Funzione _____

Nome 4° iscritto _____ Funzione _____

Nome 5° iscritto _____ Funzione _____

L'Istituzione scolastica o la persona si impegna a pagare il costo del pacchetto formativo indicato, corrispondente al numero dei partecipanti prescelto, pari a:

EURO _____ (indicare il prezzo di listino segnalato nella voce COSTI).

Pagamenti: devono essere effettuati a ricevimento fattura senza detrazione alcuna, con versamenti sul C/C Postale n. 160432 intestato alla Casa Editrice Spaggiari S.p.A. – Parma citando chiaramente gli estremi delle fatture che si intendono pagare; (si ricorda che la ricevuta di versamento sul C/C Postale ha valore legale di quietanza – R.D. 7/11/1920). Ad ogni fattura viene allegato bollettino di versamento C/C Postale.

Il presente modulo ha validità di contratto. L'Istituzione scolastica/Il soggetto privato si impegna a comunicare l'eventuale disdetta o variazione di adesione entro due giorni precedenti la data d'inizio del corso. Oltre tale termine la comunicazione non sarà accettata.

Timbro e firma del Dirigente

Data dell'ordine: _____ / _____ / 2013

COMPILARE E INVIARE AL FAX N. 0521/952340

* Importo esente IVA ai sensi del 2° comma dell'art. 5 del DPR 26/10/1972 n. 633