

Nuova serie N. 9

# I quaderni della Diaconia



I Quaderni della Diaconia

Esperienze di fundraising  
nelle comunità locali  
e nelle opere diaconali

# Esperienze di fundraising nelle comunità locali e nelle opere diaconali





# Introduzione

Anche questo numero di “quaderni della diaconia” rappresenta il tentativo di riflettere sulle cose che si fanno, di cogliere il significato delle azioni che svolgiamo e di dar loro un senso all’interno della testimonianza diaconale. La diaconia, il servizio, assume significato nella misura in cui riusciamo a darle un senso, a capire quali siano gli orizzonti di riferimento e gli obiettivi di trasformazione che ci poniamo. Il tema scelto quest’anno, il fundraising, nasconde dietro una denominazione anglosassone una pratica che è storicamente connaturata alle chiese e alle opere diaconali: la raccolta doni. L’occasione è data dal progetto che la Tavola e la CSD hanno attivato nell’anno ecclesastico 2016-2017, in stretta collaborazione con la Chiesa Avventista che da anni lavora con cura e attenzione alla formazione su questi temi. Anche se può sembrare paradossale, la prima istanza che ha portato la CSD ad approfondire questo tema non è stata la necessità di recuperare risorse economiche, ma la volontà di innescare e ricucire relazioni, basate anche sull’impegno, con persone che vogliono condividere il progetto di servizio che la chiesa attraverso la diaconia propone. Ancora una volta l’obiettivo è “servire con le persone”. Pensiamo che la diaconia debba recuperare una “dipendenza” dai propri sostenitori economici ai quali dovrà essere chiamata a rispondere del proprio operato con trasparenza e puntualità. Ci

auguriamo che questo quaderno possa consentire, anche per quanto riguarda la riflessione sulle contribuzioni nella chiesa, di proseguire nei progetti di coinvolgimento di una rete sempre più ampia di persone che possano sostenere nei modi più svariati la testimonianza evangelica.

*Commissione Sinodale per la Diaconia*

# Una chiesa è libera se autosufficiente

Claudio Geymonat  
da "Riforma" 8 giugno 2017

Con il moderatore Bernardini presentiamo le nuove iniziative volte ad aumentare la consapevolezza dell'importanza delle contribuzioni per il futuro delle comunità

Il calo delle contribuzioni dei membri di chiesa e dei simpatizzanti è tema da anni al centro delle riflessioni delle chiese valdesi e metodiste, alle prese con una lenta ma progressiva erosione delle risorse a disposizione. Ciò comporta un continuo esercizio di razionalizzazione e di riorganizzazione del proprio operato, condizione che deve però subire un'inversione di rotta per non accentuare le sofferenze che già si registrano in alcune realtà.

Anche per questi motivi gli organismi esecutivi stanno valutando nuovi strumenti per ovviare al processo in corso. Fra questi c'è il percorso formativo volto ad avviare giovani alla professione di fundraiser, di raccoglitori di fondi. Un progetto voluto da Tavola valdese e Commissione sinodale per la diaconia proprio per aggiornare competenze e modalità di azione all'interno delle comunità locali.

Ne abbiamo parlato con il moderatore della Tavola valdese, il pastore Eugenio Bernardini.

### *Fundraising, una novità per le chiese valdesi e metodiste?*

«Il termine inglese *fundraising* significa raccolta fondi per cui no, non è una novità per il nostro mondo. Le contribuzioni volontarie dei fedeli, degli amici, dei sostenitori, sono un tratto identitario fondamentale di tutto il protestantesimo e il mondo evangelico, perché rendono la chiesa libera nella sua missione nel mondo, senza padroni cui rispondere. Da questo punto di vista non si può dire che sia una novità. La novità è il metodo. Ci siamo resi conto oramai da tempo di essere in affanno su questo aspetto così fondante della nostra chiesa, e al contempo abbiamo compreso di utilizzare metodi antichi, che hanno funzionato benissimo in una determinata cultura e società, più stabile, capace di trasmettere i propri valori per tradizione familiare. Nel nostro tempo, in una società più “liquida”, la fedeltà contributiva è entrata in crisi, quindi abbiamo ritenuto necessario sperimentare nuove vie».

### *Otto per mille e contribuzioni, due piani differenti?*

«Totalmente. Quando ci fu il lungo e tormentato dibattito relativo all’acettazione o meno dell’otto per mille dell’Irpef, si discusse anche molto sull’aspetto delle contribuzioni volontarie dei membri di chiesa, perché abbiamo sempre ritenuto che le organizzazioni ecclesiastiche dovessero autofinanziarsi. Quando infine venne presa la decisione di accettare l’otto per mille, la scelta di non usare un centesimo per attività di culto fu la logica conseguenza delle nostre posizioni storiche. Ecco perché con l’otto per mille finanziamo progetti umanitari in Italia e nel mondo, fra cui anche le opere diaconali delle nostre chiese ( che però continuano tutte a mantenere nel bilancio una quota significativa proveniente da donazioni), le strutture che offrono servizi al prossimo, ma nulla viene utilizzato per il mantenimento del nostro apparato».

### *Che però costa*

«Certo. Dobbiamo riconoscere che negli ultimi dieci venti anni segniamo

un po' il passo, senza risorse economiche la missione della chiesa non può andare avanti. Si vive anche di sistemi organizzativi, di personale, di pastori: le risorse sono necessarie, da qualche parte bisogna reperirle.

Nella volontà di rimanere nel solco della raccolta volontaria, la cosa principale è motivare le persone al dono, alla contribuzione funzionale alla sopravvivenza della chiesa. Rendere nuovamente chiaro che la gioia dell'appartenenza si manifesta anche contribuendo alla gestione delle nostre mura, delle nostre strutture, degli stipendi dei nostri pastori».

*Il modello è quello delle realtà anglosassoni, e ancora più vicino a noi, della Chiesa avventista, anche in Italia, che da anni sta ragionando in tal senso. A chi vi siete ispirati?*

«Un po' a tutti questi soggetti. Abbiamo fatto ricerche, ci siamo confrontati con esperienze all'estero. Ogni paese ha non solo la propria tradizione, ma anche una propria cultura economica e fiscale. In Italia è più difficile far comprendere la necessità della responsabilità personale perché non fa parte della nostra cultura verticistica, in cui ci si aspetta la soluzione da chi sta in alto, sia esso lo Stato e la Chiesa, che da noi si identifica con quella cattolica, vista come sorta di servizio pubblico, con i propri beni, le proprie finanze; e allora perché io cittadino dovrei pagarla per il "servizio" che mi offre. Ecco, noi scontiamo questa tradizione. Ci siamo quindi rivolti alla Chiesa Avventista in Italia, più avanti di noi su questi ragionamenti, che da anni organizza corsi di fundraising, e abbiamo avviato una collaborazione in materia».

*Cosa hanno fatto e cosa faranno i cinque ragazzi che stanno partecipando al progetto*

«Intanto abbiamo voluto dare una rappresentanza dislocata un po' su tutto il suolo italiano, perché anche il nostro paese è segmentato e diversificato per aree geografiche, anche dal punto di vista della comprensione e della

capacità di raccogliere fondi. Il corso di quest'anno credo abbia raggiunto gli obiettivi prefissati, e cioè di offrire ai ragazzi e ragazze un quadro generale di esperienze, e la possibilità di incrementare e razionalizzare la raccolta fondi delle nostre chiese anche con semplici strumenti statistici come un'anagrafe razionale dei membri di chiesa, degli amici, dei sostenitori.

Altro punto fondamentale è poi quello della corretta comunicazione: comunicare bene perché si raccolgono denari per fornire una motivazione più consapevole ai nostri interlocutori.

Nulla di rivoluzionario, però un uso più razionale della comunicazione, delle informazioni, per migliorare un sistema che alla base già abbiamo e conosciamo. L'anno prossimo sarà di verifica su questa formazione, con progetti concreti per migliorare raccolta fondi a livello di chiese locali, e anche a livelli di istituzioni diaconali».

### *Non è tutto nero all'orizzonte quindi*

«Io continuo a considerare un miracolo quello che avviene annualmente, che migliaia di persone con contribuzioni più o meno regolari in base alle disponibilità portino qualche milione di euro alle nostre chiese, necessari per continuare a esistere, a evangelizzare, a svolgere la nostra missione nel mondo. Ma il calo è sotto gli occhi di tutti. Per questo ci dotiamo di altre modalità di azione, senza ansie né manie persecutorie, sempre nel solco del nostro spirito di grande libertà, in cui ciascuno in cuor suo deve decidere la misura del dono. Ci preoccupiamo soltanto di spiegare bene l'uso che facciamo del denaro ricevuto, nella speranza soprattutto di motivare le nuove generazioni che hanno un po' perso questa importante consapevolezza».

## Sul dono come tale

Italo Pons

*pastore e membro della Tavola Valdese*

Nel gesto di un bimbo che offre qualche cosa ad un altro, sia esso un piccolo o un adulto, si intravede una motivazione del tutto spontanea dalla quale sorge una generosità che ben presto, con il crescere, è destinata ad eclissarsi. La spontaneità lascerà posto ad una “contropartita” che regola, forse inconsapevole, la maggior parte degli “scambi”: il dare per ottenere, l’offrire per ricevere, il contraccambiare.

Non è da escludere che nei meandri della nostra mente – depositati nelle stratificazioni del nostro universo genetico – nella lotta degli istinti, nel costante adattamento alle “buone maniere”, la predisposizione al “dono” conservi una sua valenza originaria.

Quando, o come, questa “originarietà” – se preservata (?) – possa essere richiamata alla luce per configurarsi come “buona pratica” nelle relazioni, alla luce di fatti, rappresenterebbe un’impresa ardua, almeno in questa sede, da descrivere.

Resta probabilmente vero che nel gesto del bimbo o della bimba “offerente” ci sia, ogni volta che esso viene praticato, una sorta di congedo da un umanità che del dono vuole liberarsi, in quanto consapevole – questo sì! – di “ma-

neggiare” un oggetto che sa che è già, in se stesso, “contudente” (destinato a colpire) e quindi in grado di procurare ferite profonde.

Pensiamo, ad esempio, ad un oggetto-dono che, nell’intenzione del donatore, suggella un legame affettivo. Il ricevente, nel suo compiacersi, in quanto testimonia dell’amore del donatore, potrà, per dei presupposti che sono tramutati nel legame, un giorno, letteralmente, “scagliare” quanto ha ricevuto come estremo gesto di offesa verso colui o colei dal quale aveva ricevuto il dono. Ora, svanendo il legame, l’oggetto del “pegno” affettivo, svanisce. Indubbiamente i doni non rivestono sempre conclusioni di tale drammaticità.

Vi sono doni che rincuorano in quanto testimoniano di un’attenzione della quale, in un determinato momento, sentiamo un particolare bisogno. Il dono inaspettato e quindi degno di stupore in quanto non atteso.

Il dono presuppone una sincerità che lo deve accompagnare? La sincerità non è mai certa. Prendiamo il caso del dono di cui ci si è voluti “sbarazzare” (perché ingombrante e quindi di nessuna utilità) e che per “ironia della sorte” può fare ritorno al donatore iniziale.

O ancora, del donare in quanto associato fortemente al volersi collocare sotto la luce di un’apparente generosità capace di “oscurare” il donatore allo sguardo di chi ha ricevuto il dono. Questione di stile e di sensibilità.

Nel donare non siamo messi al riparo dal commettere errori. Di maggiore o minore misura. Comunque, errori. Si tratti del momento sbagliato, di quello non gradito, o ancora, del dono scordato.

Più consolante, se così possiamo dire, pensare che il dono non appartenga solo alla dimensione della materialità. Sovviene il dono del *tempo, dell’attenzione, dell’ascolto, della presenza, dell’amicizia*. Molte di queste condizioni sono qualcosa di molto più ampio: la capacità di associare il donatore con lo stesso dono: “ha il dono dell’*attenzione*”.

E così, in tale prospettiva, possiamo declinarli: tra chi ne è privo e chi ne ha

in abbondanza o di questi ne possiede solo qualcuno, altri, ancora, più sviluppati. Ma non è pensabile che vi sia chi ne è totalmente privo. La natura non è così maligna (con nessuno), insomma.

I doni vanno scoperti e, per quanto possibile, coltivati; al contrario potrebbero andare perduti per sempre: flebile ricordo di un dono che si diceva ci fosse, e poi invece è stato smarrito.

## Il donatore gioioso

Nel nostro tratteggiare questa riflessione sul dono ci imbattiamo volutamente in quel “donatore allegro” che spesso viene citato in *ex ergo* sulle buste (o bustine) delle offerte nelle nostre comunità (2 Corinzi 9,7). Anche se ci si serve di carte di credito o di bonifici, nulla muta rispetto al suo statuto: ovvero qualcuno/a che nel donare si scopre “donatore” gioioso. La conseguenza di questa azione, e di rimando i suoi benefici, da quale ragione dipendono? Si tratta forse, ancora, di un affetto che avevamo descritto in apertura? Si tratta forse di una dimensione spontanea della quale, per via naturale, siamo eredi? No. La gioia (meglio che *allegria*, in quanto più fluttuante perché confrontata con gli stati d’animo) sorge da un appello – una radicalità – del “deliberato in cuor suo”.

Non sia, dunque, il donare, per così dire, incagliato in due condizioni vanificanti: la *tristezza* e tanto meno la *forza* (la costrizione); ma, al contrario, se la motivazione nasce dal cuore sarà questa la ragione che lo rende gioioso, non tanto perché si è scoperto tale – e quindi in dovere di donare – bensì per la motivazione per la quale si trova spinto alla sua *generosa* offerta.

Il cuore e l’anima del donatore faranno crescere il suo amore e la sua pietà. Il dono, in questa prospettiva, produce gioia in quanto ha conseguenze dirette sulle opere buone che egli compie e, nello stesso tempo, la sua spiritualità sarà rafforzata dall’osservare gli effetti del dono.

Vogliamo segnalare alcune coordinate riassuntive di un discorso biblico sul tema del denaro:

- a) Se il denaro non è cattivo in se stesso, esso è strettamente collegato al modo con il quale ne veniamo in possesso e al suo uso. Con il denaro possiamo compiere delle opere che sono utili al prossimo e gradite a Dio. Le chiese negli ultimi anni, in particolare, hanno avviato riflessioni critiche che riguardano la salvaguardia delle risorse della terra e dell'intero creato. Si tratta di un'opera di testimonianza che dovrà aumentare attraverso una sempre maggiore sensibilizzazione capace di procurare più consapevolezza nella salvaguardia dell'ambiente. In questo ambito hanno notevoli implicazioni le questioni di carattere economico e finanziario che creano insopportabili disparità tra la popolazione del pianeta. La comunità cristiana, partendo da un esame costante delle Scritture, è chiamata ad affrontare i grandi temi della trasformazione, del rinnovamento, della pace, della giustizia nel mondo. Etica ed economia sono passaggi obbligati anche per le comunità che pur non appartenendo al mondo sono comunque nel mondo (Romani 12, 1-3).
- b) Il denaro si pone in massima parte su un terreno di rivalità con il Signore. Da qui il giudizio di Gesù che lo chiama Mammona (Mt. 6,24). Si tratta del problema, se così possiamo dire, che concerne la sua autonomia e la sua autosufficienza. "Tra Dio e Mammona", come scrive Daniel Marguerat, "dice Gesù, è guerra." La seconda generazione cristiana guarda allo stato della condizione nella quale si trova positivamente in quanto nulla (compreso un eccesso di beni) può accompagnarci fuori da questo mondo. Basta ciò che si possiede in quanto sufficiente – per vivere – e questo ci rende contenti. L'arricchimento è inteso come "pericolosa" tentazione con effetti rovinosi. (1 Timoteo 6, 6 e seguenti)
- c) Sullo stesso piano si corre il rischio di rendere infruttuosa la Parola stessa di Dio come il terreno "spinoso" che l'ha ricevuta. Impedisce la crescita, da una parte, la mondanità con le sue seduzioni, le ricchezze stesse la soffocano (Matteo 13, 22 e seguenti). Jacques Ellul, sempre controcorrente – ancor prima della sua poderosa riflessione sulla tecnica – rende attenti al

denaro come potenza che tende ad asservirci e dalla quale dobbiamo imparare a sottrarci, in un solo modo: imparando letteralmente a *disonorarlo* e aggiunge: apprendere a liberarcene.

d) Nel Primo Testamento ci si sottopone alle decime (Levitico 27; 30, 32; Deuteronomio 14, 22-29): una parte del raccolto e del bestiame va reso al Signore. La legislazione dell'antico Israele definisce minuziosamente questo comandamento di Dio. Gli stessi patriarchi (quindi prima della legge) si applicano ad essa (Genesi 14, 17-20; 28, 20-22). Senza ombra di dubbio non si tratta di una pratica secondaria per la loro vita. Essa è strettamente collegata alla benedizione: "In che cosa ti abbiamo derubato?" Dio risponde: nelle decime e nelle offerte (Cfr. Malachia 3, 7 e seguenti).

e) Nel Secondo Testamento si assiste ad un cambiamento non di poco conto: l'amore diventa il centro della legge. Ricordiamo le parole indirizzate da Gesù verso gli scribi e i farisei che osservano queste pratiche (anche nel dettaglio) "ma trascurano il giudizio e la misericordia, e la fede" (Matteo 23,23). Ma, in altri termini, lo stesso comandamento della decima assume una nuova posizione: l'appello ad un gesto di grande generosità che riecheggia in diversi richiami: Romani 12,8, 2 Corinzi 8-9; 1 Timoteo 6,18. Per i discepoli e la cerchia di Gesù è "la vicinanza al regno (Marco 1,15), il ritorno del Signore atteso come imminente. I primi cristiani si sentono posti al cuore di un dramma molto simile alla spoliazione. Proprio perché il Regno continua incessantemente a venire e la sua ombra si proietta già sul presente, la conversione deve farsi radicale. È urgente troncare con le false sicurezze che il mondo offre, e anche dai legami più sacri (come quelli familiari) ci si deve congedare ... Non è più tempo di transigere o di scendere a compromessi". (Marguerat, Dio e il denaro, p.81)

La ricchezza, quella che conta e che dura, appartiene ad un nuovo ordine: la vera giustificazione dell'essere umano davanti a Dio, ed è questa che gli permette di ricollocarsi nel mondo con una nuova mentalità, compresa la gestione dei propri beni e delle proprie risorse. In questo possiamo scorgere un appello forte a non dimenticare che l'invito alla generosità è parte dell'appartenenza al popolo di Dio. Il cristiano o la cristiana dovrà assumere

questa condizione non solo come un dovere – volontario – ma altrettanto come una priorità esistenziale.

### **Per approfondire:**

Marie-Christine Collas, *Dimes et Offrande, Pourquoi donner?* Farel Ed. France, 2006

Jacques Ellul, *L'uomo e il denaro*, AVE, Roma 1969

Daniel Marguerat, *Dio e il denaro*, Qiqajon, Comunità di Bose, 2014

Herbert Roux, *L'argent dan la Communauté de L'Eglise*, Delachaux et Niestle, Neuchatel, 1947

Bernard Rordorf, [http://eel33.fr/img/Reflexion/Societe/Argent/deshonorer\\_argent.pdf](http://eel33.fr/img/Reflexion/Societe/Argent/deshonorer_argent.pdf)

**Sul tema delle contribuzioni nella chiesa, è possibile consultare il materiale predisposto dai pastori E. Fiume e W. Jourdan, *Lo spirito e il denaro*, da richiedere scrivendo a [tavolavaldese@chiesavaldese.org](mailto:tavolavaldese@chiesavaldese.org)**

# Il fundraising: origini e interpretazioni possibili

Barbara Imbergamo,  
*coordinatrice corso Fundraiser per Csd*

La pubblicazione di un volume dedicato alla condivisione delle esperienze di fundraising già consolidate e di quelle in corso di sperimentazione tra Chiesa e Diaconia può essere l'occasione per focalizzare l'attenzione a tutto tondo sul fenomeno del fundraising, sulle sue origini, la fortuna, e l'impostazione culturale a cui rimandano queste pratiche; per esaminare le tendenze, gli esiti, anche attraverso i dati quantitativi disponibili a livello nazionale e internazionale. Per avere ben chiaro, insomma, il quadro entro cui ci si muove.

Da alcuni anni il fundraising si è affermato come strumento indispensabile nell'attività delle organizzazioni non profit con una ridondanza di iniziative, campagne, eventi, festival e workshop. Siamo, in Italia, decisamente i "buoni ultimi", con tutto quello che questo comporta in termini di entusiasmi scomposti, se si pensa che la prima e rinomata scuola di fundraising è stata fondata negli Usa da Henry Rosso nel 1986 e che da noi solo intorno al 2000 sono apparse le prime esperienze strutturate di formazione e professionalizzazione (Farolfi Melandri 2008).

Si tratta, è evidente, di un territorio che va presidiato e che può contribuire alla realizzazione e allo sviluppo di attività a carattere sociale, benché si possa sospettare che spesso le aspettative vengano, almeno parzialmente,

smentite dai risultati che sono meno immediati e meno rosei di quanto si potrebbe pensare. Occorre dunque utilizzare la dovuta cautela.

È sufficiente visitare un sito web, andare al supermercato, passeggiare per le strade, guardare la televisione, per essere sollecitati da grandi e piccole onlus (con banner sugli autobus, banchini per strada, lettere a casa, newsletter, schermi delle biglietterie automatiche delle ferrovie, per non dire dei cosiddetti “dialogatori”) ad una donazione per una causa grande o piccola, vicina o lontana da noi, per un'emergenza o per problemi sociali più ricorrenti. Talvolta la richiesta fa leva sul rilievo del nome dell'organizzazione, conosciuto e di grandi dimensioni; talaltra il focus è la buona causa portata avanti, con toni più o meno emozionali; in altri casi ancora si tratta di “cause comuni” (anziani, disabilità, ambiente) molto legate al territorio, promosse da piccole onlus che catturano la nostra attenzione soprattutto puntando sulla prossimità geografica.

Di certo il settore è affollato, soprattutto da quando la raccolta fondi si è allargata anche al settore della cultura, tramite il 5 per mille, l'art bonus, in generale le numerose campagne di crowdfunding promosse negli ultimi anni. In questa cornice non può essere sottovalutato un rischio saturazione o perdita di fiducia anche a causa di truffe o male gestioni vere o false che siano (Furlanetto 2013).

Il ricorso a fonti di finanziamento private – individui, imprese, fondazioni e, in generale, enti che lavorano su bandi – si è fatto strada, quasi senza riflessioni, in parallelo al ridursi delle risorse statali – anche a causa della crisi economica e dell'austerità – e del progressivo avvicinarsi del nostro sistema di welfare a quello di matrice statunitense. Scrive al proposito Giovanni Moro, parlando del terzo settore, che il riferimento culturale è quello del “welfare residuale statunitense”, dove la spesa pubblica per il welfare è del 13% contro il 23% della Germania e dell'Italia e il 29% della Francia, e nel quale “il ruolo delle organizzazioni non profit è decisamente più importante di quello dello Stato” (Moro 2013).

Una lettura confermata anche dalle interpretazioni dei teorici del fundrai-

sing che ritengono l'approccio "pubblico" al sociale un ostacolo allo sviluppo di una cultura delle donazioni. Melandri, in un volume curato con uno storico dell'economia, afferma: "La storia del fundraising ci dice che là dove lo Stato ha maggiormente sviluppato una forte assistenza sociale alle categorie deboli gestita totalmente da enti pubblici (scuole, ospedali, etc.) tanto più difficile era ed è lo sviluppo di una cultura della raccolta fondi tanto nelle aziende non profit quanto nei donatori" (Melandri e Farolfi 2008).

Anche Massimo Cohen Cagli della scuola romana di Fundraising considera il sistema di welfare tradizionale ormai insostenibile e afferma la necessità di immaginare un "fundraising (e un non profit) più strategico, più forte, in grado di contribuire in modo sostanziale alla ri-creazione di un nuovo welfare". L'autore ritiene il welfare state sia in crisi non solo per ragioni economiche ma anche per "mancanza di competenze, conoscenze e soggetti in grado di pensarlo, governarlo, animarlo" e rovescia la relazione tra Stato e terzo settore affermando che non è il non profit a dovere svolgere un ruolo di appoggio ai bisogni che lo Stato non riesce a coprire ma, viceversa, che lo Stato dovrebbe intervenire laddove la società e i cittadini non arrivano (Massimo Cohen Cagli). In questo genere di approccio lo Stato più che un elemento di garanzia è visto come un ostacolo e un limite all'esercizio della libertà dei singolo individui (Zamagni).

Sull'altro versante sta chi sottolinea, tra i rischi di un modello fondato sul fundraising: l'arbitrarietà nella scelta delle cause sociali da parte dei filantropi; la mancanza di universalità; il vantaggio prettamente economico che spinge numerose big company a dare vita a fondazioni operanti nel sociale (Keith A. Spencer).

Il punto del fundraising, dunque, investe in maniera più centrale di quanto sembra a prima vista, la relazione tra Stato e cittadini nel modello di welfare e in seconda battuta l'interpretazione del ruolo che le imprese o la filantropia possono avere nell'intervento sul sociale. In una parola investono anche un punto di vista sui diritti, umani e universali.

Dietro a pratiche e tecniche (solo apparentemente) neutre sta in realtà una

precisa visione del mondo che vale la pena di esplorare. Spesso, infatti, pratiche e retoriche apparentemente “tecniche” portano con sé precise idee sul mondo e creano un discorso pubblico condiviso sull’inevitabilità di talune scelte che, indirettamente, favorisce la demolizione di una serie di tutele che magari ad una riflessione più accorta avremmo voluto, ancora, salvare. Per dirlo con altre parole: “esaltare la carità rende più difficile costruire un sistema equo che tenga conto dei bisogni di tutti” (Keith A. Spencer).

## Alle origini del fundraising

Nel volume *Il fundraising in Italia. Storia e prospettive*, pubblicato da il Mulino nel 2008 a cura di Bernardino Farolfi e Valerio Melandri, storici ed economisti ripercorrono la storia del fundraising in Italia partendo dall’età classica greca e romana, addentrandosi nel Medioevo, per passare al Sette-Ottocento, all’Italia Unitaria e, infine, ai giorni nostri; dando visibilità, nelle varie epoche, ai diversi protagonisti del fundraising: dalle confraternite e le congregazioni tra medioevo e Rinascimento, agli enti e opere di carattere religioso, a quelli laici e, più tardi, statali.

È chiaro dalla lettura di queste pagine che, nelle diverse fasi, i protagonisti mutano anche in relazione al mutare degli stati nazionali, dei loro ordinamenti istituzionali e dei modelli sociali che via via prevalgono. Così come al contempo si trasforma il modo di intendere e di rapportarsi ai “bisognosi di assistenza”, passando dalla “carità cristiana” alla “giustizia sociale”. Non è inopportuno, dunque, ora che si torna a dare centralità alla raccolta di fondi da privati, interrogarsi sul modello sociale e sul significato che si attribuisce a termini quali dono, beneficenza, carità, filantropia, sia in un’ottica laica che sotto il più specifico profilo della storia e dei valori della Chiesa Valdese e Metodista.

Anche la storia delle opere valdesi, infatti, attraversa le diverse fasi storiche mutando e trasformandosi nell’interazione con gli altri attori. Le opere furono, ai primi dell’Ottocento, esempi di filantropia promossa ad opera di

membri della borghesia torinese e delle valli valdesi: dal primo ospedale valdese voluto da Carlotta Peyrot Geymet e approvato dal Sinodo del 1823, alla fondazione delle scuole femminili – come quella per le “ragazze cenciose” – agli orfanatrofi.

Tutti interventi nati dall’idea di singoli individui che se ne fecero interpreti e promotori, sostenuti poi dalla comunità locale e internazionale. Le opere fecero della raccolta fondi anche a livello europeo e internazionale il metodo per sostenersi; basta ricordare che alla nascita dell’Ospedale contribuirono perfino lo Zar e altri sovrani europei e che, in generale, era attivo un meccanismo rodato per cui per ogni nuova opera fu lanciata una raccolta fondi nella buona riuscita della quale era fondamentale il sostegno economico di amici e credenti vicini o di altri paesi europei (A. A. Hugon, 1980).

Attraverso i decenni le opere hanno vissuto numerosi passaggi: sono cambiati i bisogni, i mezzi e le strategie per offrire risposte passando da un approccio più filantropico alla sperimentazione di risposte sempre più innovative e inclusive che concepiscono l’individuo in prima istanza come detentore di diritti.

E così addentrandosi nel corso del Novecento, e soprattutto dall’ultimo quarto di quel secolo, le opere hanno consolidato una stretta relazione con lo Stato (con le convenzioni), si sono aperte al mercato (le rette private), e hanno visto una sensibile riduzione del peso delle donazioni dei singoli all’interno dei bilanci (Quaderni della diaconia n. 5).

Se sono lontani i tempi della riflessione degli anni ’60-’70 su diaconia e impegno politico, nondimeno la diaconia ha proseguito a interrogarsi sulle reciproche relazioni entro cui si ritiene corretto che si collochi l’azione diaconale rispetto all’ente pubblico locale o all’attore statale.

È del 2011 il documento di Eurodiaconia che segnala l’importanza dell’impegno finanziario pubblico per la soddisfazione dei bisogni sociali e che pone le opere in un rapporto dialettico con l’ente statale pur senza tacere le contraddizioni che anche questa relazione comporta e senza mai cessare il proprio

impegno diretto nella solidarietà. Una relazione che viene affrontata ricordando che la diaconia deve intervenire “anche quando lo Stato si tira indietro e non agisce”, ma che questo “non vuol dire che l’ente pubblico debba essere lasciato da parte, ma anzi deve essere coinvolto e reso consapevole del fatto che si stanno svolgendo attività che gli competerebbero”. Occorre, si legge sulle pagine dei Quaderni, essere da “pungolo all’ente locale” e non limitarsi a rispondere ai bisogni del singolo individuo ma impegnarsi per un più ampio mutamento sociale.

Nel quaderno dell’anno dopo (Quaderni della Diaconia, n. 5) si ricorda come le opere siano nate per la spinta dei valdesi per garantire alfabetizzazione e assistenza e fare da surroga e da stimolo allo Stato, per poi ritirarsi quando lo Stato ha provveduto “assumendosi le proprie responsabilità” e, infine, per tornare ad interrogarsi, oggi, su come continuare a rispondere ai bisogni con uno Stato a corto di mezzi. Non si tratta mai di un rapporto semplice ma sembra chiara la necessità di trovare un equilibrio tra carità e solidarietà senza mai sottrarsi a questo impegno ma nella consapevolezza che l’indebolimento del welfare state “non è un riflesso del Regno di Dio o della comunità che Dio desidera che noi creiamo” (Quaderni della Diaconia, n. 2).

Negli anni più recenti questa riflessione si è, forse, fatta meno presente e la diaconia ha preferito valorizzare il proprio approccio peculiare alla relazione con le persone ospitate: dall’inclusione alla valorizzazione delle differenze; dalla capacità di risposta ai bisogni individuali mediante il coinvolgimento del paziente nel disegnare i servizi alla partecipazione e alla dignità che sempre vengono riconosciute e affermate nella frase “Servire con le persone”.

È chiaro che non si tratta di un equilibrio semplice quello tra evangelizzazione e laicità, tra identità e apertura alle differenze, tra autonomia e relazione con l’ente pubblico; e che a tratti le opere delle origini, autonome e più fortemente identitarie, possano apparire di più semplice lettura.

Un quadro, quello descritto, rappresentato in cifre dal bilancio della Csd costituito per il 27% da proventi per convenzioni, per il 29% da rette private,

per il 16% dalle foresterie; per il 16% dall'accoglienza migranti; per il 4% da progetti vari; per il 7% dai progetti otto per mille e per l'1% da doni e lasciti.

## Un poco di numeri

Di che cifre parliamo quando parliamo di fundraising? Negli Usa l'ammontare delle donazioni per il 2016 è stato pari a 390 miliardi di dollari provenienti per il 72% da individui, per il 15% da fondazioni, per l'8% da lasciti e per il 5% da imprese (Giving Usa 2017).

Per l'Italia – anche a causa della mancanza di un'agenzia nazionale del terzo settore e della ridotta propensione degli italiani a defiscalizzare le proprie donazioni – si possono solo tracciare alcuni riferimenti e linee di tendenza accontentandosi dei pochi dati disponibili.

Il valore complessivo delle donazioni da individui è quantificato per il 2015 in 4,5 miliardi di euro, con una donazione media procapite pari a circa 116 annui; una cifra indubbiamente lontana dai 753 dollari degli americani. Con queste cifre l'Italia si colloca all'82 esimo posto del World Giving Index mondiale. Un dato non eccellente ma, soprattutto, in costante calo: solo in un anno il nostro paese è sceso di 10 punti (nel 2015 era al 72° posto), mentre nel 2013 era al 22° posto (World Giving Index, 2016). Ma sono anche altre le fonti che segnalano debolezze: il numero di donatori, per esempio, sembrerebbe essersi ridotto di oltre 5 milioni tra il 2005 e il 2016 (Gfk Eurisko-Osservatorio donatori). Va segnalato, inoltre, che sul totale delle donazioni è cresciuto proporzionalmente il peso dei donatori con patrimoni di oltre 1 milione di euro, il 50% dei quali ha aumentato le offerte proprio nel 2015 (Confini online). In questo caso nella tenuta delle donazioni un posto di rilievo lo hanno i possessori di grandi patrimoni piuttosto che le piccole donazioni dei semplici individui.

Uno scenario significativamente diverso da quello presentato nel 2003 da uno studio dell'Istituto italiano donazioni che ipotizzava, per il periodo tra

il 2000 e il 2020, una crescita delle donazioni proprio ad opera di individui – soprattutto donne di età avanzata, con un buon reddito, molto istruite. Lo studio in questione legava l'aumento delle donazioni ad una crescita delle donne nel mercato del lavoro e del numero di pensionati; dava per assunta una costante crescita economica; correlava l'aumento delle donazioni all'aumento dei consumi. I primi due elementi si sono infranti sulla crisi e il post-crisi e segnala, mentre donazioni e benessere economico sembrano davvero non poter essere considerate due variabili indipendenti (Irs, Il potenziale di crescita delle donazioni).

Oltre agli individui anche altri attori si muovono nel mondo delle donazioni: le fondazioni – che nel 2013 hanno offerto al non profit un contributo di 884 milioni di euro – le imprese che hanno contribuito con donazioni liberali per un ammontare di circa 570 milioni (2013).

Le imprese italiane che sul totale delle aziende attive hanno donato ammontano secondo alcuni all'1,89% e secondo altre fonti al 2,5% del totale ([www.atlantiscompany.it](http://www.atlantiscompany.it); Vita, 2015); un dato che non stupisce nemmeno troppo se si pensa che anche negli Stati Uniti, paese con forte propensione al fundraising, le aziende contribuiscono solo al 5% del totale delle donazioni.

Con percentuali elevate di cittadini che non donano nulla e un coinvolgimento delle imprese ancora molto basso, si tratta di capire se, come ritengono alcuni osservatori, il fundraising è un ambito ancora tutto da esplorare e ricco di potenziale o se si tratti, al contrario, di uno spazio rigido, bloccato dentro consuetudini difficili da modificare soprattutto al persistere di complessive difficoltà economiche.

Certo, se si pensa che il Fondo nazionale per le politiche sociali è passato dagli 1,5 miliardi di euro del 2007 ai 312 milioni del 2016 (Censis) i 4,5 miliardi raccolti da singoli individui per quanto “pochi” non possono essere comunque considerati una cifra irrilevante.

## Le buone cause e gli strumenti per promuoverle

Le donazioni degli italiani vanno di preferenza verso la ricerca medico scientifica, le emergenze umanitarie, il sostegno ai paesi in via di sviluppo e l'aiuto alle persone in stato di povertà e bisogno in Italia ([www.atlantiscompany.it](http://www.atlantiscompany.it)).

Una rosa di preferenze che si rispecchia anche nelle scelte del 5xmille. Nel triennio 2012-2014 si nota che tra le prime cinque beneficiarie compaiono, quasi sempre nel medesimo ordine, le stesse organizzazioni. Svetta tra tutte, con una cifra di gran lunga superiore alle altre, Airc (che viaggia tra i 50 e i 60 milioni di euro), seguita da Emergency (intorno ai 12 milioni), Medici senza frontiere (intorno agli 8 milioni) e altre due fondazioni per la ricerca sul cancro e l'aiuto ai malati oncologici (Fondazione piemontese per la ricerca sul cancro e Ail rispettivamente con cifre intorno ai 10 e ai 5 milioni). La ricorrenza di questi nomi suggerisce la difficoltà che possono incontrare le organizzazioni più piccole di conquistare spazio e visibilità sia sul 5x mille ma, più in generale, nella raccolta fondi.

Chi si è interrogato sui meccanismi che fanno la fortuna o meno di una campagna ha segnalato il rischio che: i meglio posizionati sulla scena pubblica diventino più ricchi, e gli altri, anche se hanno migliori ragioni, più poveri (Moro 2013); le buone cause vengano sempre più fortemente condizionate dai gusti dei grandi donatori-filantropi che tramite le loro fondazioni erogatrici di finanziamento sono in grado di orientare e promuovere le questioni che a loro parere meritano ascolto e sostegno economico (Keith A. Spencer); le organizzazioni che si occupano di cause minoritarie o non alla moda vengano inesorabilmente abbandonate a se stesse (Moro 2013<sup>1</sup>). Si tratta, insomma, di un territorio non facile nel quale trovare un proprio spazio e la giusta posizione.

---

1 “In questo mercato è sempre più importante ciò che si comunica e con chi si è in relazione e sempre meno ciò che si fa e la qualità delle cause che si sostengono. Ciò però comporta una sempre minore attenzione all'interesse generale; un pericoloso rischio di isomorfismo e di cointeressenza delle organizzazioni rispetto ai finanziatori, pubblici o privati che siano; una altrettanto pericolosa tendenza alla drammatizzazione e all'allarmismo quando, nella comunicazione mediatica, ci si rivolge a singoli donatori” (Moro 2013)

Sempre in relazione alle campagne di raccolta fondi vale la pena di soffermarsi brevemente sugli strumenti utilizzati per fare fundraising. Per catturare l'attenzione dei potenziali donatori è indispensabile raccontare – e sapere raccontare – le cause di cui ci si occupa, comunicarle all'esterno, rendicontare i risultati, lavorare con estrema trasparenza, tutti elementi che possono solo arricchire la credibilità di ogni organizzazione, e che di per sé valgono l'impresa.

L'organizzazione di vere e proprie campagne di fundraising avviene, a seconda della scala su cui si colloca l'organizzazione non profit, utilizzando strumenti più o meno costosi: dalla televisione, agli sms solidali; dal testimonial alla partecipazione ad un evento anche in sponsor con grandi aziende; dalla presenza sul web e sui social alle inserzioni sui giornali, agli autobus, alla cartellonistica stradale. Per ciascuna buona causa, di rilievo nazionale o locale, vanno trovati, di volta in volta, gli strumenti più adeguati e compatibili con l'obiettivo. Vale la pena però segnalare che alcuni degli strumenti comunemente utilizzati o emergenti possono porre qualche criticità in termini di modello culturale.

Alcune organizzazioni non disdegnano l'organizzazione di eventi, quali le cene benefiche, riservate a grandi donatori capaci di contribuire pagando cifre consistenti per sedere coi propri ospiti a tavole imbandite partecipando al contempo ad aste con in palio oggetti di lusso offerti da grandi marchi: uno strumento che appare eccessivamente simile alla filantropia ottocentesca più che a una partecipazione solidale. Altre organizzazioni costruiscono degli storytelling a favore dei donatori che sfruttano, almeno parzialmente, la loro creduloneria, inviando lettere che simulano una relazione diretta e autentica tra donatore e beneficiario, che suonano, ai più accorti, come moneta falsa.

Infine il moltiplicarsi delle piattaforme web che consentono l'interazione tra persone sta aprendo nuovi canali di finanziamento sulla cui opportunità vale la pena di fermarsi a riflettere: [www.charitystars.com](http://www.charitystars.com) promuove la raccolta fondi mettendo all'asta *on line* oggetti appartenuti a personaggi famosi o vendendo la possibilità di incontro con personaggi dello spettacolo e dello

sport; mentre su [www.gofundme.com](http://www.gofundme.com) i singoli “bisognosi” raccolgono denaro per le proprie cure mediche, per studiare, per emergenze di vario genere (“per i bisogni della vita”, come recita il *claim*) in una sorta di supermercato dei bisogni e dei consumi in cui ciascun individuo è costretto a pensare a se stesso con ogni mezzo. In tutti i casi si tratta di pratiche e di strumenti che qualche dubbio possono farlo venire e che possono essere considerati, “dissonanti” rispetto all’approccio valoriale che caratterizza la chiesa valdese.

Infine, una notazione sul linguaggio. Benché i teorici del fundrasing non facciano che insistere sul valore delle relazioni e sull’importanza di costruire relazioni “calde” e “autentiche” coi donatori per avvicinarli alla propria causa, il linguaggio del fundraising che utilizzano è tutt’altro che relazionale ed è sostanzialmente sovrapponibile a quello del marketing e della finanza. Nel fundrasing i “donatori” sono definiti “il mercato degli individui”, a significare che il bacino di riferimento dell’organizzazione nella raccolta fondi sono gli individui che ne costituiscono, in un ipotetico modello di business, il “mercato”; si parla anche di “prodotti” e di “investimento sociale” tutti indizi di processi che sembrano quanto di meno vicino alla costruzione di relazioni... va da sé che le “relazioni” in questione si riducono, nel caso delle organizzazioni più grandi e meno territoriali, a simulacri di relazioni, costruite su larga scala, anonimizzate, e nei casi peggiori facendo leva su facili, buoni sentimenti.

## Perché dunque fare fundraising per le opere diaconali?

All’interno di un quadro, quale quello descritto, fatto di chiari e di scuri, di possibili equivoci e difficoltà, può valere comunque la pena di proseguire sulla strada del fundraising accettando la complessità con cui è necessario confrontarsi e sapendo che non si tratta di una gallina dalle uova d’oro.

Vale la pena di farlo con l’obiettivo di allargare la comunità intorno alla diaconia: “perché accettare di ricevere è l’unico modo per condividere” (Opuscolo Csd “Servire con le persone” 2011) e perché “Servire con le per-

sone” significa anche “rivolgersi alla comunità allargata dove ciascuno con le sue possibilità e disponibilità può sentirsi solidale e sostenere il lavoro diaconale” (Barbanotti).

Proseguire sulla strada del fundrasing è perciò senz’altro l’occasione per migliorare la comunicazione verso l’esterno, per raccontare le attività svolte da opere e servizi e per esplicitare con chiarezza l’approccio che le caratterizza. È l’occasione per continuare a rendicontare in trasparenza bilanci e attività e per chiedere ad altri di avvicinarsi e contribuire; per continuare a “essere una garanzia per i membri della nostra comunità: una garanzia che siamo quello che diciamo di essere, che pratichiamo i valori condivisi di trasparenza, onestà, laicità, buona organizzazione, razionalità” (Barbanotti).

Perché è l’occasione “per la costruzione di reali relazioni territoriali, durature, solide e culturalmente rilevanti che rimangano nella storia delle persone e nella storia della diaconia” (Barbanotti) e può permettere di avvicinare, in modo davvero interessato alla relazione, le persone che sono più prossime alla diaconia. Se si pensa che, secondo alcuni studi, è più propenso a fare delle donazioni chi fa anche delle donazioni di tempo e/o è un fruitore del servizio, è facile capire che il primo pubblico a cui rivolgersi è proprio quello che è più prossimo e che il primo scopo è consolidare una relazione.

Perché, infine, fare fundrasing in maniera culturalmente onesta, non dimenticandosi le posizioni inclusive, progressiste, trasparenti che caratterizzano la chiesa Valdese e Metodista e che la rendono riconoscibile all’esterno può essere una buona scelta.

Approcciarsi al fundrasing con questo sguardo vuol dire anche:

- Non dimenticare di ribadire l’importanza dei ruoli dei diversi attori e l’importanza dei diritti universali (stato sociale).
- Selezionare con accortezza gli strumenti e le pratiche.
- Avere accortezza nell’uso del linguaggio.
- Farsi promotori anche di “buone cause” potenzialmente difficili.
- Costruire un modello che valorizzi le piccole donazioni dal basso.

- Dare attenzione al territorio per costruire un'autentica relazione con i donatori.
- Selezionare sulla base dei valori e della mission le eventuali imprese con cui fare fundraising.

Fare, insomma, del fundraising anche un'occasione di costruzione di senso culturale potrebbe essere il mezzo migliore per parlare ai cuori e ai cervelli delle persone attente alla complessità dei fenomeni e alla promozione di un mondo sociale non banale e banalizzato, che potrebbero essere le prime a donare.

## Bibliografia

Barbanotti G., *Nota interna CSD sul fundraising*.

Cohen Cagli Massimo, *Un altro welfare è possibile. Diamo uno statuto politico al fundraising*, Il Giornale delle fondazioni, 6/2013

Farolfi Beniamino, Melandri Valerio (a cura di), *Il fund raising in Italia. Storia e prospettive*, Bologna, il Mulino, 2008

Furlanetto Valentina, *L'industria della carità*, Torino, Chiarelettere, 2013

Gfk Eurisko - *Osservatorio donatori*

*Giving*, Usa 2017

Hugon A. Armand, *La donna nella storia valdese*, Torre Pellice, 1980

Irs, *Il potenziale di crescita delle donazioni*

Moro Giovanni, *Contro non profit*, Bologna, il Mulino, 2013

Opuscolo Csd "Servire con le persone", 2011

*Quaderni della Diaconia*, n. 5

*Quaderni della Diaconia*, n. 2

Spencer Keith A., *Against the Crowdfunding Economy: Crowdfunding websites marketize goodwill*, Jacobin mag, 17/5/2016

"Vita", *Quanto donano gli italiani?* Marzo 2015

*Word Giving Index*, 2016

[www.atlantiscompany.it/fundraising-summary-2016/](http://www.atlantiscompany.it/fundraising-summary-2016/)

[www.confonline.it](http://www.confonline.it)

Zamagni Stefano, *L'economia del bene comune*, Città nuova, 2007



## PARTE SECONDA

# Il sostegno economico alla vita delle chiesa: le contribuzioni



## Parlare di contribuzioni: una testimonianza della Pastora Mirella Manocchio

*Nelle righe che seguono si propone un'analisi, in forma di dialogo, volta ad esplorare le attività messe in pratica dalla Pastora Manocchio nel proprio mandato nella Chiesa di Parma-Mezzani (2013-2017) con alcuni riferimenti anche alle esperienze precedenti presso la chiesa metodista di Udine e in corso presso la chiesa metodista di via XX Settembre a Roma.*

*La Presidente del Cp-Opcemi racconta con parole semplici e immagini capaci di essere da spunto e da esempio anche per altre Chiese lo sguardo con cui insieme al Consiglio di Chiesa hanno esaminato la situazione relativa alle contribuzioni, il tipo di attività che sono state implementate e, infine, i risultati raggiunti.*

Quando sono arrivata a Parma era il 2013, la chiesa aveva 105 membri e non riusciva a raggiungere l'obiettivo che era fissato a 17.000 euro. Era una situazione in cui con difficoltà si riusciva a raggiungere una cifra che era, comunque, sotto l'obiettivo richiesto.

Con il Consiglio di Chiesa abbiamo cercato di capire quali potevano essere le motivazioni.

Abbiamo capito che tra le varie questioni nel gruppo ghanese, che si riunisce

a Mezzani, c'era poca conoscenza del modo in cui vengono raccolte le contribuzioni in Italia, perché non era stato loro spiegato in modo accurato, e così molti di loro pensavano che bastasse dare la colletta e poco di più.

Il senso della contribuzione tra gli italiani si era un poco perso, anche per una certa disaffezione al tema e perché per una parte dei simpatizzanti o delle persone che erano entrate nella Chiesa in tempi più recenti, anche italiani, non c'era stato un buon catechismo in questo senso

Così abbiamo deciso di intervenire su almeno alcune delle questioni portanti. Abbiamo fatto degli incontri mirati (studi biblici in forma assembleare, predicazioni) sia con gli italiani che con il gruppo dei ghanesi per cercare di legare nuovamente la contribuzione al senso complessivo dell'essere membro di chiesa: quello era un poco il punto fondamentale che mancava e che si era in alcuni casi un poco perso. Insomma, abbiamo provato a rimettere al centro non tanto la contribuzione in quanto tale, ma l'essere membro di chiesa, con quello che significa, e quindi potremmo dire "i diritti e i doveri", sottolineando la responsabilità non solo nei confronti della chiesa locale, ma anche della chiesa nazionale.

Via via che siamo riusciti a fare crescere le contribuzioni siamo tornati a ripristinare anche le collette straordinarie che erano quasi state del tutto abbandonate. Si sono fatte anche le collette straordinarie per il terremoto, dunque non solo l'ordinario, ma anche la gestione dell'emergenza

A Parma e Mezzani, tra l'altro, non si usava mettere le bustine nelle circolari, cosa che accade invece in altre chiese, e questo contribuiva a far dimenticare di versare la contribuzione.

I ghanesi, per la verità, sono abituati ai libretti personali, che consentono di verificare che ciascun singolo membro contribuisca, così alla fine hanno preferito reintrodurre il libretto, perché per loro funzionava meglio, ma adeguandolo alle modalità italiane, distinguendo il fondo ministero e la cassa locale.

*In quanto tempo avete fatto questo lavoro e che esiti avete avuto?*

In 4 anni la chiesa di Parma-Mezzani non solo è arrivata all'obiettivo, ma l'ha anche superato e il gruppo ghanese di Mezzani è pure diventato il maggior contribuente.

A Mezzani hanno fatto anche delle collette straordinarie secondo le loro usanze facendo spesso la colletta Kofi Ne Ama (basata sui giorni della settimana in cui si è nati) o giornate basate su animazione e gioco (Harvest) nelle quali veniva fatta una raccolta di fondi destinati in parte alla cassa locale e in parte al fondo ministero. Risulta interessante che per il gruppo ghanese, ma con il tempo ho capito che questo può ben valere anche per gli italiani, donare per un obiettivo concreto aiuta a farlo.

Ovviamente abbiamo anche cercato di spiegare ai membri di chiesa il discorso della contribuzione personale, periodica e proporzionale e anche la possibilità di detrarre qualcosa attraverso la dichiarazione dei redditi, cosa che gli stranieri ma anche gli italiani entrati da poco tempo in chiesa non sapevano. Tutto questo insieme ha consentito di aumentare un poco gli importi.

Abbiamo voluto fare in modo che la contribuzione avvenisse anche in maniera più regolare, se non mese per mese almeno ogni due mesi, invece di fare una o due volte l'anno, col rischio poi di non arrivare all'obiettivo perché le spese sono sempre troppe: dare più regolarmente aiuta ad avvertire meno il peso della contribuzione. Anche a Udine avevamo avuto questo obiettivo, quello di cercare di raccogliere regolarmente, ed è aumentato il numero di quelli che davano regolarmente e in tal modo riuscivano anche a dare un poco di più.

Abbiamo anche avuto delle persone che da non contribuenti sono diventate contribuenti, e talvolta chi dava di meno ha iniziato a dare di più. Abbiamo perciò aumentato sia gli importi che il numero di contribuenti, una cosa che, per la mia piccola esperienza, mi pare essere quella che incide di più. L'avevo notato anche a Udine dove, per alcuni anni, eravamo riusciti a raggiungere circa il 90% dei contribuenti, e nonostante avessimo un gran numero di per-

sone occupate saltuariamente, per un periodo anche disoccupate, o comunque impiegate in lavori non ben retribuiti, avevamo raggiunto questa alta percentuale e anche l'obiettivo.

Inutile a dirsi che i miei sono solo alcuni esempi, ma ogni chiesa può trovare le strade più consone al raggiungimento del suo obiettivo.

Devo poi aggiungere che tutto questo lavoro non lo fanno il pastore o la pastora da soli, ma con l'aiuto di tutto il consiglio di chiesa. Pastori e pastore, insieme a predicatori e prediatrici, possono predicare sul tema e cercare di aiutare a ridare il senso del perché si contribuisce, ma poi c'è il lavoro importantissimo dei cassieri, ad esempio fare un promemoria continuativo, fare la verifica degli importi in maniera puntuale dare al consiglio di chiesa il bilancio a cadenze regolari (se possibile ad ogni consiglio di chiesa). Insomma, ci vuole un cassiere che faccia bene il proprio compito. E per fortuna ne abbiamo tanti!

*Prima ha accennato al fatto che avete trovato delle occasioni per tornare a riflettere sul contribuire. Quali momenti avete scelto?*

Per quanto riguarda la riflessione sul senso della contribuzione inteso in senso più ampio, abbiamo fatto un'assemblea studio *ad hoc*, un momento di studio biblico durante un culto, dedicando una giornata a questo tema, con delle *slide* e dei video, anche per spiegare la differenza tra la decima e la nostra contribuzione e per ripercorrere le sue radici bibliche, le sue motivazioni, in un discorso più complessivo richiamandosi pure ai discorsi di John Wesley sull'uso del denaro.

Io avevo preparato delle schede in italiano e inglese, in modo che fosse possibile anche per delle persone di lingua non italiana seguire. In queste schede erano citati anche parti dei nostri regolamenti su cosa significa essere membri di chiesa dai quali si evince che uno degli elementi che connotano il membro di chiesa è anche quello della contribuzione e che contribuire sarebbe pure un obbligo. Infine, un *power point* con riferimenti all'organizza-

zione della nostra chiesa, anche alla luce del Patto d'Integrazione.

*Non ha mai trovato insofferenza tra i membri di Chiesa per questi richiami alla necessità della contribuzione?*

No, ho trovato interesse, soprattutto da parte delle persone che sono da poco nella chiesa, i simpatizzanti o gli stranieri che erano interessati a capire perché da noi non c'è la decima.

*È bastato fare questi incontri una volta e si è risolto tutto?*

No, certamente. Come tutto quanto riguarda la fede nulla va dato mai per scontato, la formazione del credente è continua anche sotto il profilo della contribuzione, che sia locale o al fondo ministero, anche perché rimanda al discorso più ampio di cosa vuol dire essere una chiesa.

Ad esempio, ora che sono pastora a Roma, grazie anche agli incontri con il fundraiser assegnatoci, ci si è interrogati sia sulle necessità di spiegare meglio alcune questioni pratiche e tecniche e tornare a motivare con un discorso più ampio, anche recuperando il significato della Settimana della Rinuncia che si faceva nel periodo di Quaresima nel mondo metodista. In Italia la settimana della rinuncia ha perso un poco di rilevanza perché se n'è dimenticato il senso. Alcuni però continuano a farla anche solo per tradizione...

A Roma ci è stato fatto notare che il numero delle persone che la danno è diminuito drasticamente negli ultimi anni, così si è pensato di fare un incontro che potrei chiamare ironicamente "La contribuzione questa sconosciuta" in cui si parli anche della settimana della rinuncia.

*Avete fatto anche qualcosa per i più piccoli?*

Nelle chiese in cui sono e sono stata pastora, durante la scuola domenicale i più piccoli hanno sempre fatto anche delle piccole raccolte di offerte, oltre a momenti di canto e di preghiera.

I bambini e le bambine vengono invitati a donare per abituarli a questo sistema, per responsabilizzarli. Anche perché poi con quella piccola cassa che i bambini raccoglievano veniva comprato del materiale o facevano un'uscita a prendere un gelato, oppure pensavano a qualche progetto sul creato (ovviamente con un "piccolo" aiuto dalla cassa degli adulti). Sapevano che mettevano da parte dei soldi che poi servivano al gruppo stesso, una piccola "cassa locale" del gruppo dei piccoli.

*Le sembra che rispetto al passato sia cambiato l'approccio alla contribuzione?*

Per quello che mi dicono tanti membri di chiesa si nota che nell'arco degli ultimi decenni c'è stata sempre una maggiore timidezza e difficoltà nel parlare del tema del denaro, perché sembrava potesse essere letto come attacco ai soldi da piccolo borghesi, oppure per altri sembrano discorsi non appropriati da fare in chiesa.

E poi c'è un altro tema importante, quello dello scollamento tra chiesa locale e istituzioni, perché molte persone danno per il fondo locale ma stentano a dare per l'Opcemi o la Tavola, senza capire che questo non significa creare un danno all'Opcemi – come se questo fosse un organismo esterno alla chiesa – ma creare un danno a se stessi, alla propria comunità locale perché quei soldi servono per pagare pastori/e, diaconi/e, emeriti e vedove.

A causa del decrescere continuo delle contribuzioni attualmente per pagare gli iscritti a ruolo siamo costretti ad attingere a fondi degli stabili. Continuando con il ritmo attuale non resteranno soldi per mettere a posto gli stabili o per fare nuove acquisizioni. Alla fine a chi nuoce tutto questo?

*Occorrerebbe una formazione su questo tema per i pastori?*

I pastori sono ovviamente formati dalla Facoltà Valdese di Teologia sugli aspetti biblici o teologici; occorrerebbe però forse una maggiore formazione sugli aspetti legati all'amministrazione come uno degli aspetti della vita delle chiese.

Infine, servirebbe un corso o perlomeno delle informazioni anche per i membri del consiglio di chiesa su come accedere a fondi terzi. Per esempio, non tutti sanno che si possono chiedere gli oneri di urbanizzazione o accedere a fondi regionali. Infine c'è il vasto mondo dei bandi delle fondazioni bancarie. Si sa poco delle possibilità cui possiamo accedere al di fuori di quelli già presenti nella nostra chiesa (OPM, Diaconia Comunitaria). Credo che un poco di formazione in tal senso non sarebbe male.



# Uno sguardo sulla decima

Gioele Murittu, Giuseppe Cupertino  
*tesoriere e segretario generale dell'Unione Italiana  
delle Chiese Cristiane Avventiste del 7° Giorno*

## *Come si costruisce consapevolezza sulla decima tra i membri di chiesa?*

La Chiesa Avventista, in tutto il mondo e fin dalle sue origini, si sostiene con l'autofinanziamento, come altre confessioni religiose. Il principio della decima rientra in quella che, come avventisti, chiamiamo la “Gestione cristiana della vita”. Come cristiani apprendiamo dal Vangelo che Dio ci ama e in Gesù Cristo ci salva dal disastro del peccato. In virtù di questa sua benevolenza acquistiamo la consapevolezza che gli dobbiamo ogni cosa: la vita e tutto ciò di cui ci possiamo avvalere per sostentarla. Tutte le nostre ricchezze, tutto il nostro reddito sono proprietà del Signore. Noi siamo solo amministratori di questi beni. Da qui deriva il concetto di “restituzione” e non di “donazione” o “pagamento” della decima. A Dio che è il nostro Creatore e il nostro Salvatore, restituiamo la decima parte dei nostri averi per ricordarci che tutto gli appartiene. Un gesto di riverenza e di rispetto nei Suoi confronti, un riconoscimento della Sua signoria sulla nostra vita.

## *Su quale insegnamento biblico si fonda questa comprensione?*

Il primo episodio biblico nel quale compare il principio della decima ha come

protagonista Abraamo. Nella comprensione avventista Abraamo, il “padre dei credenti” (Rom. 4:16) è un modello di integrazione della fede nella vita. Egli dona la decima parte “di ogni cosa” a Melchisedec, un misterioso “sacerdote del Dio altissimo” (Gen. 4:18), per esprimere in modo tangibile la volontà di sottomettersi a Dio. Nella Lettera agli Ebrei poi troviamo il collegamento con Gesù Cristo perché viene rivelato che il Suo è un sacerdozio esercitato secondo l’ordine di Melchisedec (cfr. Ebr. 7).

Nell’Antico Testamento la decima è destinata al sostentamento dei leviti (cfr. Num. 18:21), la tribù del sacerdozio e del servizio al tempio. Qui ritroviamo nuovamente la nozione di dipendenza: da un lato per tutti gli altri israeliti la decima rappresentava il riconoscimento che i beni e le ricchezze di cui disponevano erano di provenienza divina; dall’altro per i leviti era l’unica fonte di reddito e l’unica proprietà (cfr. Num. 18:24).

I profeti, poi, asseriranno che la decima è proprietà di Dio, per cui non restituirla è un furto (cfr. Mal. 3:8).

Nel Nuovo Testamento l’apostolo Paolo, infine, spiega che così come i sacerdoti erano beneficiari della decima raccolta in Israele “similmente, il Signore ha ordinato che coloro che annunciano il Vangelo vivano del Vangelo” (cfr. I Lettera ai Corinti 9:13,14), gettando le basi del sostentamento della chiesa cristiana.

Per un avventista la decima è quindi:

- riconoscimento della Signoria di Dio nella creazione e nella redenzione dell’uomo,
- consapevolezza che è solo amministratore di tutti i beni che riceve in consegna,
- fiducia nella provvidenza del Padre che “sa che avete bisogno di tutte queste cose.” (cfr. Mat. 6: 32).

*Esiste una formazione dei membri di chiesa? Con quali strumenti e con quali pratiche viene realizzata l'applicazione della decima? Come si calcola la decima? In che modo e in che momenti dell'anno si raccolgono le decime?*

Queste convinzioni vengono trasferite con la catechesi. Il pastore, o chi per lui, attraverso lo studio della Bibbia condivide, con coloro che lo desiderano, gli insegnamenti legati all'esperienza della fede nei quali la Chiesa Avventista crede. Fra di essi anche la dottrina della chiesa come comunità dei credenti, alla quale si aderisce tramite un patto. In questo modo matura la consapevolezza del legame che esiste tra il fatto di essere membro di un'organizzazione con una missione specifica e il compito di sostenerla. Al momento della professione di fede, prima del battesimo, viene formalizzata l'adesione al concetto che diventare parte della comunità implica una partecipazione spirituale e una responsabilità pratica. Ogni membro della comunità si impegna perciò a sostenere la Chiesa attraverso le proprie risorse – ovvero il tempo, le competenze, il denaro. Se non fosse disposto ad assumere questa responsabilità non sarebbe pronto ad integrarsi a pieno titolo nella chiesa.

Di norma la restituzione della decima avviene una volta al mese. La periodicità mensile è la soluzione più comoda. Può accadere che le persone che non sono in grado di assistere regolarmente alle funzioni ecclesiastiche mettano da parte la decima mensilmente per poi restituirla tutta insieme la prima volta che sono in chiesa o che il pastore o un anziano le visita. Ogni membro della chiesa avventista calcola l'ammontare di questo 10% sui propri averi, ovvero dal reddito mensile che ha percepito e la inserisce un'apposita busta contenente una scheda riepilogativa annuale e poi consegna la busta al tesoriere della chiesa. Il tesoriere firma la scheda riepilogativa e rilascia una ricevuta che potrà essere usata in sede di dichiarazione dei redditi. La decima infatti è deducibile dal reddito imponibile fino ad un importo massimo annuale di 1.032,91 €. Benché per comodità qualcuno ricorra al bonifico bancario, nella stragrande maggioranza dei casi prevale ancora l'uso della suddetta busta, che viene consegnata al momento della raccolta dell'offerta,

durante la liturgia del sabato.

La decima può essere usata solo e soltanto per le attività di evangelizzazione, quindi per gli emolumenti dei pastori e per particolari iniziative di predicazione, come le campagne di evangelizzazione. Non viene usata per la costruzione e la gestione dei locali di culto e degli edifici ecclesiastici. A queste attività sono deputate le donazioni e le offerte a livello locale e/o nazionale, utilizzate anche per le altre attività ecclesiastiche.

La decima è gestita a livello “federale”, cioè il livello amministrativo superiore a quello della comunità locale. Nell’organizzazione avventista è previsto che le chiese di un determinato territorio siano comprese e rappresentate in una Federazione (o Unione) di chiese. La Federazione (o Unione) provvede ad erogare l’assegno di sostentamento ai ministri di culto. Questo impianto consente di “calmierare” il sostegno garantito a queste figure, evitando le sperequazioni che si creerebbero in una gestione locale di questa risorsa, per esempio, tra pastori al servizio di chiese di dimensioni e disponibilità economiche diverse.

*Il principio relativo alla decima è un insegnamento che parte dall’infanzia? Se sì, come? Esiste una formazione permanente in proposito?*

Dopo il battesimo più che una formazione ci sono una serie di occasioni e di pratiche tramite le quali si rinnova questo impegno. In alcune comunità il primo o l’ultimo sabato del mese si celebra una cerimonia speciale in cui viene letto un testo biblico per ricordare il significato della decima mentre le persone consegnano la propria busta ai diaconi.

Molte famiglie insegnano ai figli, dal momento in cui incominciano a comprendere il valore del denaro, a restituire la decima quando ricevono un regalo o la paghetta settimanale, procurando loro una busta della decima personale.

Un’altra prassi pedagogica consiste nel condividere con i figli il momento in cui si prepara la busta spiegando che si tratta della decima parte di quello

che i genitori hanno guadagnato. Il sabato sono i bambini che provvedono a consegnare la busta.

A parte questi gesti, in verità non particolarmente diffusi, in generale nella catechesi si fa relativamente poco per l'educazione dei più giovani alla decima. Anche se va detto che nella liturgia del sabato dalle 9.30 alle 11 la catechesi si svolge durante quella che chiamiamo la "Scuola del Sabato". I partecipanti sono suddivisi per "classi" in base alle fasce di età (tenendo conto, per i bambini, delle competenze acquisite progressivamente, fino ad arrivare agli adulti) e in ogni classe vi è un programma di studio della Bibbia. In questo contesto si raccoglie anche un'offerta che non è la decima. Il gesto però aiuta a ricordarne l'importanza e la periodicità.

C'è anche un'idea, derivata dall'Antico Testamento, che rappresenta la decima sulla base dell'affermazione del profeta Malachia (3:8) che scrive: "Mettetemi alla prova in questo, dice il SIGNORE degli eserciti; vedrete se io non vi aprirò le cateratte del cielo e non riverserò su di voi tanta benedizione che non vi sia più dove riporla.". Alcuni membri riferiscono della propria esperienza in proposito spiegando che la trattenuta della decima non ha avuto ripercussioni negative sulle finanze familiari, ma che al contrario la loro situazione economica è migliorata. Si tratta però di una rappresentazione mercantilista del principio che, se da un lato appare come un incoraggiamento, dall'altro ha come risvolto l'agire per interesse e quindi il venir meno della fedeltà al principio quando il presunto beneficio dovesse scomparire.

### *I pastori ricevono una formazione specifica sulla decima?*

Nell'ambito della preparazione al ministero pastorale vi è lo studio e l'approfondimento teologico-ermeneutico del principio così come lo abbiamo illustrato nella prima parte dell'intervista. Questa preparazione poi servirà, insieme al resto del bagaglio di conoscenze bibliche, ad istruire e informare coloro che decidessero di aderire alla fede secondo la comprensione che ne ha la Chiesa Avventista. Nell'ambito della formazione sull'organizzazione

della Chiesa vi è un capitolo dedicato al suo sostentamento finanziario: offerte, donazioni, decime. Ma non so se possiamo individuare questi percorsi come una formazione specifica.

In Italia riteniamo che la percentuale di persone in possesso di un reddito che restituiscono la decima si aggiri intorno al 60%. Non vi sono strumenti di rilevazione specifici che consentano una rilevazione puntuale. Non esiste una “dichiarazione dei redditi” in base alla quale calcolare questo dato e, essendo un principio spirituale, non ci sarà mai. Il dato però è rilevabile dall’ammontare della raccolta complessiva a livello nazionale in base dei membri aderenti iscritti sui registri delle chiese locali. Riteniamo comunque che tendenzialmente le persone più anziane siano maggiormente legate al principio. Tra i giovani abbiamo l’impressione che questo rapporto, forse, sia meno sentito, e comunque i giovani hanno redditi altalenanti e spesso non sono proprio occupati per cui non possono applicare il principio.

Coloro che non restituiscono la decima comunque non vengono esclusi dalla comunità. Tuttavia il pastore o l’anziano cercano di capire quali siano le ragioni o i problemi e compiono il tentativo di ripristinare il percorso lì dove si è interrotto. Comunque chi non è fedele nella restituzione della decima non può accedere alle funzioni ecclesiastiche: cioè non può essere eletto come responsabile delle attività nella chiesa o nominato come delegato della chiesa alle assemblee.

In generale però non è la questione disciplinare ad essere persuasiva. Non è il timore di una sanzione che incoraggia a restituire la decima, ma il rapporto spirituale che si instaura con il Signore. Si può dire, insomma, che si tratta di un comportamento interiorizzato, di un vero e proprio patto con Dio.

# Storie di ordinaria contribuzione piccolo viaggio nelle chiese valdesi e metodiste

Irene Grassi

*Tirocinante corso fundraiser*

Da diversi anni la Tavola Valdese si è interrogata su come intervenire per sensibilizzare i membri delle chiese valdesi e metodiste al tema delle contribuzioni, da sempre unico strumento attraverso il quale esse mantengono la propria autonomia. A questo scopo nel 2016 è stato promosso il corso *Professione Fundraiser* che si è tenuto presso l'Istituto Avventista di Cultura Biblica. Una commissione composta da membri della TV e della CSD ha selezionato cinque giovani, appartenenti a chiese valdesi e metodiste, che hanno frequentato un corso sui fondamenti del fundraising e un ciclo di lezioni specifiche sulla chiesa valdese e metodista.

Uno degli obiettivi del corso era la sperimentazione di strumenti del fundraising nella raccolta delle contribuzioni. Per questo i corsisti e le corsiste hanno osservato le realtà delle nostre chiese, indagando in particolare il rapporto di membri e simpatizzanti con le contribuzioni, al fine di individuare le buone pratiche che hanno funzionato e di elaborare nuove modalità di coinvolgimento, consapevolezza e appartenenza. Un tema non semplice, quello delle finanze. Forse perché il denaro è spesso percepito come un tabù, o quantomeno come un argomento sconveniente, oppure perché, semplicemente, siamo già a conoscenza dello stato di difficoltà in cui le nostre casse

versano: una condizione che spesso sembra far parte del naturale stato delle cose.

Sotto la supervisione della TV e delle CED, il gruppo ha individuato 10 chiese laboratorio: Perrero-Villasecca-Masselto, Torino, Luserna San Giovanni, Brescia, Bologna, Firenze (Via Micheli), Forano Sabino, Roma (Via XX Settembre), Napoli (Via dei Cimbrici) e Grottaglie. Ogni corsista ha seguito direttamente due chiese, localizzate nel proprio distretto di appartenenza. Il gruppo dei corsisti si è perciò occupato innanzitutto di incontrare le chiese valdesi e metodiste italiane e conoscerle nei loro aspetti peculiari, con un focus particolare sul rapporto con le contribuzioni. L'approccio del gruppo è stato dapprima quello di ascoltare ed osservare le comunità assegnate, attraverso incontri periodici con i consigli di chiesa o concistori, per poi lavorare, in alcuni casi, più a stretto contatto con i pastori, i cassieri e le figure che si occupano della comunicazione, ideando azioni differenziate a seconda delle situazioni incontrate nelle diverse realtà, rispettandone i tempi.

Dalla prima fase di analisi e osservazione è emersa una realtà eterogenea, pur con alcuni elementi comuni a quasi tutte le Chiese Laboratorio:

- la percentuale dei contribuenti, sul totale dei membri comunicanti, è spesso inferiore al 50%;
- la maggior parte delle contribuzioni viene versata negli ultimi tre mesi dell'anno;
- l'impegno contributivo proposto dalle CED in molti casi non viene raggiunto, a meno di non intaccare altre risorse, come, ad esempio, gli introiti provenienti dagli affitti degli immobili di proprietà della chiesa.

Questi tre elementi colpiscono proprio in ragione dell'estrema varietà delle comunità in cui sono stati riscontrati: da Perrero a Napoli, da Forano a Brescia, il tema delle contribuzioni e della gestione del denaro in chiesa è

un argomento sensibile, che richiama alla mente situazioni preoccupanti e turba l'armonia che dovrebbe caratterizzare le relazioni comunitarie.

## Differenze

Intervenire in un panorama così ampio e così vario costituisce una sfida interessante, ma prima ancora un'occasione di studio e confronto delle molteplici differenze sotto cui si presentano le chiese valdesi e metodiste italiane. Le nostre comunità, infatti, sono tutt'altro che uniformi, sia al loro interno sia fra di loro. Le differenze principali sono tra le chiese presenti nel territorio delle Valli Valdesi e quelle che ne sono fuori; tra le chiese delle grandi città e quelle dei piccoli paesi; tra le chiese autonome e le chiese che non lo sono; tra le chiese del Nord, del Centro e del Sud Italia; tra le chiese con una numerosa componente di membri provenienti da paesi stranieri e le chiese a larga maggioranza italiana; tra le chiese valdesi e le chiese metodiste. Oltre a queste caratteristiche – che il gruppo ha reputato le più importanti e quelle di cui tener conto – senz'altro ce ne sono altre, perché ogni chiesa mantiene la propria identità e la propria storia, che la rendono unica e diversa

Tra le chiese esaminate nella fase di sperimentazione erano presenti realtà come le “chiese di popolo”, localizzate nelle Valli Valdesi, in cui il protestantesimo è maggioranza e si diventa membri di chiesa spesso più per rito sociale che per scelta di fede; piccole chiese di provincia, come Grottaglie o Forano Sabino, cresciute in contesti spesso permeati da un cattolicesimo sospettoso e poco ecumenico; grandi chiese autonome di città come Torino, che possiede tre luoghi di culto, e Firenze, che comprende anche le diaspore di Empoli e Pistoia.

Alcune di queste chiese hanno visto, negli ultimi anni, cambiare il proprio volto con l'ingresso di un gran numero di fratelli e sorelle migranti, come quelle di Brescia, Bologna e Roma, mentre in altre città l'impatto dell'immigrazione è stato decisamente minore. Sappiamo che in molte chiese, come ad esempio a Napoli, la presenza di bambine e bambini è ridotta a due soli

iscritti alla scuola domenicale, ma conosciamo anche la realtà di Luserna San Giovanni, una chiesa con un alto numero di membri, anche giovanissimi, dove però il rapporto annuale tra funerali e confermazioni è oggi di 3:1.

Anche negli aspetti positivi le nostre chiese presentano molte differenze: vi sono chiese con una vivace partecipazione dell'Unione Femminile, come Ferrero-Maniglia; chiese che si riuniscono volentieri per cantare in coro, come Forano Sabino; chiese che hanno sviluppato diversi progetti di diaconia comunitaria, come quella di Brescia.

## Partecipazione

Nell'epoca secolarizzata in cui viviamo, non dobbiamo sorprenderci se la partecipazione alle attività comunitarie è minore rispetto alle passate generazioni. Il dato, però, risulta preoccupante se, ad uno sguardo più ravvicinato, osserviamo che intere generazioni mancano all'appello: è il caso di Firenze, dove si sente la mancanza della generazione tra i trenta e i cinquant'anni, o di Grottaglie, dove alle attività della piccola chiesa non partecipa nessun giovane. Per quanto riguarda Torino, invece, la situazione è più complessa: i tre locali che la comunità utilizza per lo svolgimento dell'attività di predicazione sono, in un certo qual senso, adibiti a "pubblici" diversi: nel tempio di Via Vittorio Emanuele si incontra la chiesa più adulta; in quello di Corso Oddone si trovano più facilmente i giovani e le famiglie; quello di via Villa è invece più frequentato da membri di chiesa provenienti da paesi stranieri.

Anche l'assunzione di ruoli e responsabilità nelle chiese è vissuta, in alcuni contesti, come un impegno troppo arduo: la comunità di Bologna, negli ultimi tempi, soffre di non trovare persone disponibili a entrare in Consiglio di chiesa e svolgere una parte dei compiti necessari, con la conseguenza di delegare gran parte del lavoro alla figura pastorale. A Firenze, invece, una generazione particolarmente attiva e propensa ad assumere incarichi li sta gradualmente abbandonando per cause legate all'età: per questa ragione, ad esempio, è più difficile organizzare agapi, poiché mancherebbero le forze per curarne tutti gli aspetti pratici.

## Contribuzioni

Essendo così diverse in tutti i loro aspetti, le chiese metodiste e valdesi non potevano esserlo meno sul piano della raccolta delle contribuzioni: nelle Valli Valdesi, ad esempio, sono molto diffuse le buste per i contanti, che di solito vengono distribuite insieme alla circolare nelle cassette della posta o dai membri del Cocistoro durante le visite pastorali; a Torino sono stati realizzati dei bollettini postali precompilati ed è molto caldeggiato l'utilizzo del RID; mentre a Firenze le contribuzioni vengono raccolte personalmente dalla cassiera e da un gruppo di volontari, presso un apposito banchetto al termine di ogni culto.

Le differenze, però, non si limitano alla modalità di raccolta: nelle Valli Valdesi esiste la prassi di pubblicare, all'interno della relazione finanziaria, i nomi dei membri di chiesa con accanto la cifra versata, anche nei casi in cui questa dovesse essere "zero", mentre presso la chiesa metodista di Roma e a Torino i nomi e le cifre sono pubblicati nella circolare della chiesa, con accanto la destinazione dell'offerta, ma senza mai indicare chi non ha contribuito. Se poi, in altre chiese del territorio italiano, vige uno stretto anonimato sull'entità e la provenienza delle contribuzioni, la chiesa di Forano ha scelto la soluzione intermedia di rendere noti i nomi dei contribuenti e la cifra versata, ma solo in sede di assemblea finanziaria. Tali differenze ci mettono di fronte a un panorama estremamente variegato, e nella condizione di conoscere, ascoltare e rispettare gli usi e le esigenze di ogni comunità: chi sceglie l'anonimato lo fa per ragioni di tutela della privacy dei propri fratelli e sorelle di chiesa, mentre chi sceglie di pubblicare i nomi dei contribuenti, arrivando fino a quelli dei non contribuenti, motiva questa scelta con un'esigenza di trasparenza che è anch'essa propria della tradizione protestante italiana. Non è perciò stato compito dei tirocinanti stravolgere prassi consolidate da tempo: il gruppo ha scelto di intervenire in ogni chiesa rispettando le sue peculiarità.

A Luserna San Giovanni, ad esempio, al corsista è stato chiesto di partecipare ad un gruppo di lavoro che ha lo scopo di elaborare strategie efficaci per comunicare sul tema della contribuzione con un approccio improntato non

all'ottenimento del versamento a tutti i costi, ma, piuttosto, alla costruzione della relazione comunitaria. A Perrero, dove molto forte è la partecipazione delle Unioni Femminili, la corsista ha lavorato a stretto contatto con le donne che ne sono parte, elaborando un questionario che indaga le ragioni che spingono i membri di chiesa a contribuire o a non farlo. Sempre con l'Unione Femminile di Perrero si è preso contatto con la rivista nazionale delle Unioni Femminili alla quale è stato proposto di inserire nei prossimi numeri uno spazio fisso per la raccolta delle testimonianze scritte delle buone pratiche di raccolta fondi messe in atto dalla varie UF di tutta Italia, al fine di veicolare tramite questo canale le buone pratiche da una chiesa all'altra. Sempre su Perrero è stata effettuata una revisione degli archivi, successivamente alla quale verrà programmata una serie di visite pastorali aggiuntive, con lo scopo di andare a stimolare la relazione tra membri della comunità e corpo pastorale. A Roma, il corsista ha proposto una riorganizzazione del registro dei membri di chiesa, sulla base di un file elaborato appositamente dal gruppo di lavoro, in modo da raccogliere non soltanto i dati anagrafici essenziali di ciascun membro, ma anche alcuni aspetti importanti che possono aiutare ad orientare la comunicazione, come il luogo di origine, l'anno di ingresso in chiesa, la provenienza o meno dal mondo cattolico, la professione e tutto ciò che si ritiene importante annotare. A Forano Sabino, la corsista ha proposto di inviare una lettera di ringraziamento a coloro che avevano contribuito durante l'anno precedente e di riprendere la distribuzione del bollettino, che da qualche anno non si pubblicava più, attraverso il quale diffondere, in futuro, uno o più articoli sul tema del dono e del sostegno alla comunità. In tutte le Chiese laboratorio è stato proposto di intensificare le comunicazioni, non solo quando riguardano la mera necessità della contribuzione, ma anche per ricordare ai membri le date delle assemblee finanziarie o delle altre assemblee, o per raccontare come si sono impiegati i fondi raccolti per un progetto di diaconia comunitaria.

Per questo scopo, gli strumenti adottati da ogni chiesa possono e devono essere molteplici, per poter raggiungere tutte le generazioni presenti nella comunità: mentre a quelle più anziane fa piacere ricevere un invito cartaceo, per quelle più giovani è opportuno pensare a strutturare la comunicazione anche tramite una pagina Facebook, uno strumento attivo già in molte chie-

se del territorio italiano e che sarà presto attivato anche in alcune chiese coinvolte nel progetto, come Perrero e Grottaglie.

Comunicare in maniera costante e con più mezzi non è semplice, ma è anche un passo da fare per adeguarsi ai ritmi e alle esigenze odierni dei membri di chiesa e per rivolgersi a ciascuno e ciascuna in modo mirato ed efficace.

## Inclusione

L'arrivo di così tante sorelle e fratelli da paesi extraeuropei ha cambiato il volto di diverse chiese valdesi e metodiste italiane, che sono state messe di fronte a molte sfide su tutti gli aspetti della vita comunitaria: non ultimo, quello delle contribuzioni.

La robusta e vivace presenza ghanese a Brescia, infatti, ha portato con sé una forte cultura del sostegno alla comunità, ma su basi diverse da quelle a cui siamo abituati, come, ad esempio, la convenzione di versare la decima e la pratica della *Chiamata Kofi Ne Ama*. Quest'ultima deriva dalla consuetudine ghanese di dare a ciascun figlio o figlia un secondo nome corrispondente al giorno della settimana in cui è avvenuta la sua nascita. Nel momento della raccolta delle offerte vengono chiamati, uno alla volta, tutti questi nomi, facendo una sorta di gara a chi riesce a versare l'offerta più alta. È una pratica molto diffusa nella cultura ghanese e si è rivelata un mezzo di raccolta molto efficace, ma è usata per le singole offerte mirate al raggiungimento di una somma per l'acquisto di un bene specifico che sarà poi utilizzato direttamente dalla comunità, e non riguarda il sistema delle contribuzioni in uso nelle chiese italiane, che può risultare poco comprensibile da chi si è arrivato da poco nel nostro paese. Si tratta quindi di uno strumento interessante, da affiancare a una formazione serena e trasparente ad ogni nuovo membro di chiesa circa le modalità con cui i valdesi e metodisti italiani sostengono le proprie comunità, che si tratti di catecumeni, simpatizzanti adulti o membri di chiese sorelle provenienti dall'estero.

Anche presso la numerosa componente filippina della chiesa metodista di

Roma sussistono ancora alcune incomprensioni per ciò che riguarda il sostegno economico alla comunità, poiché nelle Filippine ogni chiesa locale si sostiene da sé e la contribuzione è rigorosamente anonima. Trovarsi in una chiesa in cui il sistema è esattamente opposto può essere motivo di strania-mento e sofferenza: per tale ragione, il corsista che ha operato a Roma ha proposto di far tradurre il bollettino in lingua tagalog, per andare incontro alle esigenze di quella parte della comunità che non ha ancora dimestichezza con l'italiano.

## Otto per Mille

Forse è arrivato il momento di ammettere con onestà, come chiese valdesi e metodiste, di non aver curato abbastanza la comunicazione interna in tema di Otto per Mille, concentrandola piuttosto su campagne dirette all'esterno: non è altrimenti spiegabile che si riscontri in tante chiese italiane una scarsa consapevolezza di come viene impiegata una risorsa così importante. In particolare, in alcune chiese sembra non essere affatto chiaro che sono le contribuzioni individuali a pagare materialmente sia il lavoro pastorale che le spese locali di gestione del tempio e dei locali annessi, e che l'Otto per Mille non è in alcun modo destinato ad attività di culto, e meno che mai allo stipendio di pastore e pastori. Laddove la consapevolezza circa l'uso dei fondi Otto per Mille è presente, non sempre la scelta di non destinarli ad attività di culto è condivisa: a Brescia, ad esempio, sono emerse delle criticità in questo senso, mentre in varie altre comunità si vive con difficoltà la contraddizione tra la disponibilità dei fondi e l'impossibilità di accedervi per opere che risulterebbero troppo legate alla chiesa, anche se non ospiterebbero attività di culto.

Emergono quindi due elementi da tenere in considerazione per uno sviluppo armonico delle risorse nelle nostre comunità:

- la scarsa conoscenza dei meccanismi di finanziamento che le chiese valdesi e metodiste mettono in atto da parte dei loro stessi membri, la quale deve essere necessariamente colmata attraverso momenti di formazione che chiariscano la differenza tra Otto per Mille e contribuzioni dei membri;

- la discrepanza tra le finanze delle chiese valdesi e metodiste, spesso troppo magre, e l'abbondanza dei fondi a disposizione derivanti dall'Otto per Mille, che genera una comprensibile frustrazione: su questo fronte potrebbero essere strutturati degli interventi ad hoc.

## Conclusioni

Potrebbe sembrare, dopo queste osservazioni, che le nostre chiese versino in una situazione difficile o a volte disperata, ma non è così: certo, mancano spesso il tempo e le energie per renderle più accoglienti, operative e funzionali, e ancor più spesso mancano i mezzi economici. Ciò non vuol dire che ci si debba arrendere a constatare solo ciò che manca. Anzi, è fondamentale rallegrarsi di ciò che c'è: una chiesa viva, variegata, impegnata su più fronti, accogliente verso tutte le differenze e tutte le sfide, fatta di persone che le donano tempo, energie e anche denaro, e senza le quali, di fatto, i valdesi e i metodisti in Italia non esisterebbero.

Dopo pochi mesi di ascolto, osservazione e proposte fatte dal gruppo di lavoro alle nostre chiese, è ancora presto per dire quali saranno i risultati, ma quello che emerge come dato costante è che, laddove le relazioni tra la chiesa e i suoi membri vengono coltivate, laddove si comunica con chiarezza, ci si cura gli uni con le altre, ci si forma continuamente e si trascorre del tempo insieme, uniti dalla comune fede, lì si gettano le basi per una chiesa che genera appartenenza, fiducia e cultura del dono.



# Una buona causa della chiesa di Torino: la raccolta fondi per l'organo

Patrizia Mathieu, *presidente del Concistoro*

Riccardo Magistrali, *cassiere*

Il bilancio della comunità valdese di Torino sembra più quello di una piccola impresa che quello di una piccola chiesa protestante che raccoglie le offerte necessarie a rispettare gli impegni contributivi richiesti dalla Tavola Valdese attraverso i Distretti.

Una comunità ancora numerosa, alla quale la chiesa nazionale chiede un contributo elevato che si cerca di onorare perché riconoscenti delle forze pastorali presenti sul territorio cittadino, due pastori, un diacono e il mezzo tempo di una animatrice giovanile, ma anche perché il contributo alla cassa culto è il segno tangibile della solidarietà con le chiese piccole e disperse sul territorio nazionale. Si deve ricordare che la comunità di Torino è molto meno numerosa ed abbiente di un tempo e di conseguenza ogni spesa viene attentamente vagliata dal concistoro. Parecchi anni fa la chiesa valdese di Torino si è vista riconoscere la personalità giuridica, dunque un certo numero di stabili ed altri beni sono sotto la responsabilità diretta del consiglio di chiesa e sono fonte sì di reddito ma anche causa di grosse preoccupazioni per le spese non sempre preventivabili. Tra le spese preventivabili con un notevole margine di incertezza abbiamo affrontato il restauro dell'organo "bachiano" nel tempio valdese di Corso Vittorio Emanuele II.

La storia dell'organo "bachiano" costruito nel 1996 dalla ditta Guido Pinchi di Foligno coincide con un progetto di ampie proporzioni comprendente il rifacimento dell'organo in tribuna in stile barocco nordico olandese, con funzioni di "Hauptwerk" (organo principale) e di uno strumento più piccolo e con risorse foniche limitate, destinato a fungere da organo corale e da impiegarsi per l'accompagnamento di compagini strumentali e corali. La prima parte del progetto, che avrebbe coinciso con il completamento del grande organo di tribuna, non venne nemmeno iniziata per l'entità della spesa necessaria. Chi scrive sedeva allora in concistoro e ricorda bene le discussioni degli/lle anziani/e e diaconi/e tormentati tra l'amore per la musica, elemento caratterizzante il nostro essere protestanti, e l'urgenza di altri bisogni nel campo dell'assistenza. L'unico manufatto portato a termine fu dunque l'organo in stile barocco tedesco. Lo strumento ha servito degnamente culti e attività concertistiche, queste ultime incrementatesi negli ultimi anni, anche con richieste formulate da parte di enti esterni (MiTO, Stefano Tempia, Coro Maghini, Organalia).

L'organo necessita di una manutenzione costante fornita dall'organista maestro Walter Gatti, che ricopre attualmente il ruolo di organista titolare e riceve dalla chiesa un compenso annuale. Ogni dieci anni è prevista una manutenzione che possiamo ancora definire ordinaria e preventivabile con una spesa intorno ai 10.000 euro.

Nell'approssimarsi dei vent'anni dalla costruzione dell'organo Pinchi del tempio, nel secondo semestre del 2015, si presentò l'occasione di effettuare una manutenzione straordinaria dello strumento finalizzata a mantenerlo in efficienza e di ovviare ad alcuni difetti in parte dovuti al naturale deperimento e in parte già presenti sin dall'inizio (difetti di finitura), contemporaneamente vennero proposte anche alcune modifiche che rendessero la tavolozza fonica più ricca e completa. L'organaro consultato presentò un preventivo di 28.000 euro (iva al 22% esclusa), per un tempo di lavoro di circa quattro mesi comprensivi dei due mesi per la preparazione dei pezzi, a questa cifra andava aggiunto l'importo della manutenzione straordinaria allo scadere dei dieci anni.

Il concistoro dibatté con passione il progetto di restauro, nuovamente combattuto tra il riconoscimento dell'importanza culturale dell'operazione, poiché siamo convinti che offrire alla città l'esecuzione della musica per organo della tradizione protestante è senza dubbio occasione di testimonianza, e la consapevolezza della difficoltà crescente con la quale rispondiamo all'appello della cassa culto e della cura con la quale limitiamo ogni altra spesa.

Si decise pertanto di presentare la richiesta di un contributo attraverso l'8 per 1000, di ricercare sponsor nel mondo culturale torinese, di organizzare dei concerti con ingresso a pagamento e di avviare una campagna dedicata per raccogliere i fondi necessari.

L'operazione iniziò ad ottobre 2015 e ad oggi non è conclusa, ma si possono già elaborare alcune considerazioni.

Il progetto 8 per 1000 fu approvato per un contributo di 11.400 euro, conformemente alle regole che la chiesa valdese si è data di non coprire interamente una spesa per uno strumento musicale che viene impiegato anche, o forse prevalentemente, per il culto.

La ricerca di sponsor esterni alla chiesa non ha sortito finora alcun risultato, forse per la nostra incompetenza, forse per la situazione di stagnazione economica della nostra Regione.

Le spese impreviste occorse durante i lavori (per la componente elettrica) sono state coperte da offerte volontarie di alcuni fratelli della comunità che hanno con lo strumento dei rapporti di affettuosa consuetudine, organisti e organaro.

I concerti organizzati con l'aiuto di gruppi ed associazioni "amiche" hanno finora contribuito con poche migliaia di euro.

Un cenno a parte merita l'ambizioso progetto dell'esecuzione di una serie di concerti a pagamento, dal titolo "integrale bachiana" presentato dall'organista titolare e dal maestro Cagnani. I due organisti proponevano, in occasione del cinquecentesimo anniversario della Riforma, di offrire alla città

un grande affresco della musica di Johan Sebastian Bach in quanto musicista protestante.

Sembrava un bellissimo progetto, ma ad oggi, detratti gli onorari degli organisti, gli eventi stentano a raggiungere il pareggio nonostante il concistoro abbia accettato di coprire le spese di utilizzo del tempio.

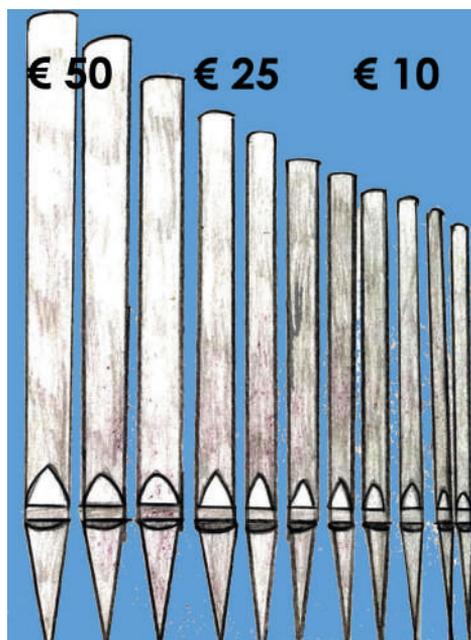
Sulla spinta del convincimento che nella società civile i/le cittadini/e donano volentieri per progetti concreti, nel corso del 2016, si è elaborato del materiale per raccogliere altri doni. Dopo molte vivaci discussioni sullo stile, sul contenuto sulle modalità di diffusione si è proceduto alla stampa della cartolina allegata sotto lo slogan impertinente di “facciamoci una canna”. Il progetto prevede che chi dona possa poi vedere ricordato il suo nome su di una targa apposta nei pressi dell'organo.

I risultati sono stati molto deludenti, pochissime offerte sono giunte attraverso la cartolina, mentre il canale tradizionale del sollecito contributivo al termine dei culti ha raccolto finora poco più di 12000 euro che potrebbero sembrare una discreta cifra se non si tenesse conto che un famiglia ha donato da sola 5000 euro!

La nostra esperienza ancora non conclusa, perché mancano parecchie migliaia di euro alla copertura di tutte le spese, offre alcuni spunti di riflessione: ci pare di poter sostenere che per la nostra realtà è ancora valida l'affermazione che le persone donano per ciò in cui credono ma: quali sono i progetti più cari alle persone? La cultura nel nostro Paese continua a non pagare? Come scegliere i messaggi che giungono al cuore e alla mente delle persone? A quali persone, ambienti, ambiti vogliamo parlare? Il restauro di uno strumento musicale dedicato anche alla città non meriterebbe una maggior considerazione da parte della società civile?

La lezione che stiamo traendo dall'esperienza in corso è che abbiamo bisogno di maggiori competenze per muoverci nel mondo del fundraising senza però dimenticare che non possiamo trasferire tecniche e linguaggi già in uso senza dedicare attenzione al tessuto culturale e spirituale della comunità locale.

La Chiesa Valdese di Torino,  
è lieta di invitarvi all'iniziativa:



Con la tua donazione darai la possibilità di aggiungere dettaglio, colore e potenza. L'organo è uno strumento fatto di canne, tubi che producono suoni di diverso timbro e altezza: ognuna ha il proprio. Una vera orchestra sotto le dita dell'esecutore. La ricchezza timbrica, le sfumature dal piano al fortissimo, dipendono dal numero e dalla foggia delle canne. Vogliamo regalare, con il vostro aiuto, sempre più emozioni a chi si sederà rapito dalla magia dello strumento, sperando di ritrovarvi anche in seguito a goderne con noi.

Per dare il tuo contributo puoi:

- La bustina nei vari locali di culto;
- Il conto corrente postale n. 177 36 109 intestato a: Chiesa valdese Torino;
- Il conto corrente bancario: IBAN IT36Y 03359 01600 1000 0011 5609 intestato a Concistoro Chiesa evangelica valdese. Causale "ORGANO PINCHI!"



# 10 buone cause per la contribuzione

*Si presenta in queste pagine l'introduzione all'opuscolo preparato dai corsisti del Corso fundraiser 2017 e distribuito al Sinodo.*

Questo breve opuscolo è frutto del lavoro di ascolto, osservazione, analisi e sperimentazione che i partecipanti al Corso *Professione Fundraiser* hanno svolto durante il periodo novembre 2016–luglio 2017.

I corsisti hanno lavorato al fianco di dieci chiese valdesi e metodiste sul territorio italiano per individuare insieme criticità e buone pratiche nella raccolta delle contribuzioni e avviare un processo di riflessione che consentisse, insieme ai Consigli e Concistori, di immaginare strumenti e pratiche utili per intervenire sul tema.

Le chiese presso le quali è stata svolta la sperimentazione – Brescia, Luserna S. Giovanni, Torino, Alta e media Val Germanasca (Perrero, Villasecca, Massello), Firenze, Bologna, Roma Metodista, Forano Sabina, Napoli Via dei Cimbri, Grottaglie – sono state scelte dalle Ced dei quattro distretti in modo che fossero ben distribu-

ite sul territorio nazionale, includendo chiese di piccole e grandi dimensioni, autonome e non, valdesi e metodiste.

Dall'insieme delle esperienze è nato questo piccolo opuscolo destinato alle chiese italiane che vogliono riflettere sugli strumenti e le pratiche per accostarsi alla raccolta della contribuzione, trovando, magari, qualche nuovo spunto da chiese vicine e lontane. Vi si raccolgono esempi di pratiche e strumenti osservati nel corso di questi mesi e dunque di esperienze tratte dalla vita ecclesiastica quotidiana.

Pur nella consapevolezza che ciascuna comunità è caratterizzata da una propria sensibilità e abitudini peculiari ciò che si offre è una rassegna di idee e strumenti che consenta di valorizzare e favorire la circolazione a idee già presenti nelle diverse chiese italiane.

*10 buone pratiche per la contribuzione* è scritto con un linguaggio semplice e sintetico perché sia di rapida consultazione ed è costituito da 10 brevi paragrafi tematici, ciascuno dei quali offre la fotografia di alcune delle difficoltà osservate nelle chiese sui diversi aspetti legati alla contribuzione, alcune buone pratiche raccolte nelle chiese e alcuni esempi pratici che fungano da strumenti dai quali prendere ispirazione. Poiché la contribuzione non è un fatto solo contabile, ma piuttosto un elemento profondamente legato alla relazione, alla comunicazione alla formazione e alla partecipazione ciascun paragrafo si sofferma su una delle azioni relazionali legate al tema della contribuzione: Formare; Comunicare; Aggiornare; Registrare; Chiedere; Raccogliere; Condividere; Includere; Discutere; Ringraziare.

Aprono e chiudono l'opuscolo due punti – Programmare e Valutare – che inquadrano gli strumenti all'interno di una cornice più ampia, che il gruppo di lavoro propone come suggerimento di lavoro alle chiese pur non avendo trovato esempi in questo senso.

## PARTE TERZA



# Il Fundraising dell'Otto per Mille: non un fine ma un mezzo

Susanna Pietra

*Responsabile Ufficio Otto per mille*

La ricerca ad ampio spettro di risorse per lo svolgimento di attività sociali, assistenziali, culturali, che in generale non hanno finalità di lucro, è sempre più vitale per il moltiplicarsi dei bisogni sociali di vaste categorie di cittadini e per la progressiva riduzione delle tradizionali fonti di finanziamento, soprattutto di tipo pubblico.

Avviene così in ogni parte del mondo, a prescindere dai modelli socio-economici.

Nei Paesi anglosassoni sono soprattutto i grandi imprenditori privati a sostenere interventi umanitari e di sviluppo su vasta scala. Allo stesso tempo il coinvolgimento del singolo cittadino è molto rilevante. La filantropia, intesa come azione di grandi donatori strutturati o di singole persone motivate, è un elemento fondante della cultura e del vivere comune nei Paesi di lingua inglese, anche quando è in funzione di marketing aziendale o di risparmio fiscale. La cultura della donazione, che ha il suo fondamento morale nella contribuzione ecclesiastica, ha alimentato la vita delle Chiese protestanti e delle opere sociali a essa collegate, per una visione ecclesiologica orizzontale e non verticale. Si tratta di una radicale diversità, difficilmente esportabile alle nostre latitudini.

In Italia, infatti, le attività sanitarie e socio-assistenziali sono sempre state intese come la manifestazione del potere dello Stato o della Chiesa cattolica. Tra questi due soggetti, soltanto nelle regioni più ricche del Paese, si è nel tempo marginalmente affermata la presenza di “mecenati” legati al mondo imprenditoriale, per attività innovative o per specifici bisogni spesso legati a vicende personali dei donatori. Insomma, nessuna strategia alternativa ma semplice integrazione nel sistema pubblico.

Sotto questo profilo, invece, almeno fino ad un certo punto e in territori circoscritti, si registra “l’anomalia” delle chiese protestanti, i cui membri sostengono direttamente la vita delle chiese e delle attività diaconali che esse riescono a mettere in campo: questa è la loro essenza costitutiva, considerandosi autonome da qualsiasi forma di potere strutturato. Principio che non viene meno, nonostante i colpi della crisi economica, lo sfoltimento delle comunità e il progressivo invecchiamento dei membri di chiesa, tutti fattori che determinano una riduzione della capacità contributiva.

A partire dagli anni Settanta si è però registrata nel nostro Paese, sia nel mondo legato al cattolicesimo che in quello laico, un’ampia diffusione di un fenomeno associativo, teso ad assicurare servizi a persone in gravi difficoltà, quali tossicodipendenti, disabili, anziani ed immigrati, generalmente chiamato terzo settore. La presenza del terzo settore nell’economia complessiva delle politiche di welfare si giustifica in base alla sua presunta capacità di fornire un valore aggiunto in termini di efficienza, efficacia ed equità nell’offerta di beni e servizi garantita dai finanziamenti statali, da altri enti erogatori o dal mercato. Questo valore aggiunto va verificato di volta in volta perché è relativo e può anche trasformarsi in un disvalore.

Negli anni Settanta e Ottanta, in presenza d’ingenti risorse pubbliche, il valore aggiunto è stato quello di saper leggere i nuovi bisogni sociali e di dare una spinta innovatrice e riformatrice agli assetti obsoleti di politica sociale, aggregando decine di migliaia di persone nella condivisione di obiettivi solidaristici, dando così vita al fenomeno del volontariato.

Negli anni Novanta, invece, il contributo delle organizzazioni del terzo settore è stato soprattutto di tipo economico, nel senso che l'affidamento di servizi è stato motivato dalla necessità di razionalizzare e contenere la spesa pubblica: quindi affidamento di servizi tramite contratto per ridurre i costi e rendere flessibile la pubblica amministrazione.

Da allora fino ad oggi la battaglia per la riduzione dei costi è stata centrale per il rarefarsi delle risorse finanziarie pubbliche, del fenomeno del volontariato e della "gratuità" nel servizio, e per la diminuzione delle donazioni da privati. Le azioni messe in campo sono state quelle tipiche delle riorganizzazioni aziendali: specializzazione, taglio dei costi amministrativi, fusioni, contenimento dei costi del personale, flessibilità del lavoro, creazione di grandi consorzi per la partecipazione ad appalti rilevanti, lobbying per lo sviluppo delle attività (con tutti i rischi connessi). Sono nate grandi realtà aziendali, alcuni servizi sono d'eccellenza, ma in generale ne ha sofferto la progettualità, l'innovazione e l'autonomia di questo settore, che potrebbe trasformarsi in un immenso parastato, per il legame indissolubile con la Pubblica Amministrazione. Con queste trasformazioni non esiste più l'universalità del servizio, nel senso che ad avere servizi migliori e più diffusi sono i territori più ricchi, con amministrazioni migliori ed una società civile più articolata e sensibile, mentre per gli altri rimangono solo i titoli di coda. È difficile invertire questo senso di marcia, ma l'Otto per Mille può fare almeno un'azione di testimonianza efficace: perché non incentivare la nascita di servizi innovativi da parte di realtà locali, in alcuni limitati territori del nostro sud, mettendo a bando un po' dei nostri fondi destinati alla presentazione spontanea di progetti di terzi?

In questo quadro, un'importanza notevole ha assunto l'istituzione dell'Otto per Mille proveniente dalla denuncia dei redditi degli italiani. Il modo in cui la Chiesa Valdese utilizza quest'opportunità statale è assai peculiare. Infatti, si è deciso di non destinare queste risorse per il culto, ma di riservarle ad attività socio-assistenziali, culturali e umanitarie anche di quelle realtà associative non appartenenti al mondo della chiesa stessa. E di utilizzarle non solo per interventi in Italia, ma di vincolarne una parte ad attività all'estero, in paesi più svantaggiati del nostro o colpiti da calamità naturali. Insomma,

abbiamo concepito l'Otto per Mille come una risorsa allo sviluppo del terzo settore, avendo come obiettivi le persone che hanno bisogno e la qualità del servizio che gli enti erogatori prestano, più che le esigenze delle strutture stesse, siano esse associazioni o cooperative sociali.

L'Otto per Mille quindi è così diventato, quasi senza accorgersene, oggetto del fundraising del terzo settore e al tempo stesso artefice di un proprio fundraising nei confronti degli italiani che fanno la dichiarazione dei redditi, affinché con una firma possano destinare il loro Otto per Mille alla Chiesa Valdese. Gli strumenti adoperati sono molteplici: le campagne pubblicitarie, la comunicazione stampa e video, quella sui social, le attività di pubbliche relazioni, gli incontri nelle città tra chiese ed associazioni finanziate, i rapporti istituzionali in Italia e all'estero, il monitoraggio dei progetti. Un flusso continuo di attività per testimoniare concretamente che le ingenti risorse che ci sono state affidate sono ben amministrare e che il percorso di fiducia nei nostri confronti può continuare e che i numerosi impegni che abbiamo assunto possono essere sostenuti. Perché il fundraising, indipendentemente da chi lo fa "non è la scienza della raccolta dei fondi ma è la scienza della sostenibilità finanziaria di una causa sociale. Esso è un mezzo e non un fine" (H.A.Rosso & Ass. Achieving excellence in fundraising- A comprehensive guide to principles, strategies and methods, 1991).

E dunque è una conseguenza degli obiettivi e dei benefici sociali che un'organizzazione intende raggiungere. Al centro del fundraising c'è la persuasione e il convincimento, lo scambio volontario tra soggetti che condividono un medesimo obiettivo, basato sulla fiducia reciproca. Ecco perché il fundraising, anche nella nostra chiesa, comporta una funzione di governance, cioè la definizione di principi, di modi e di procedure per la raccolta e la gestione dei fondi.

Progettare e realizzare un'attività sociale rivolta a terzi è una cosa ben diversa dalla diaconia comunitaria. Nel primo caso si entra in un mondo che vuole essere sempre più professionale, che comporta adempimenti di legge, obblighi contabili, responsabilità nei confronti delle persone che prestano la loro attività, prestazioni che debbono essere date da specialisti. Non ba-

stano una felice intuizione e la disponibilità magari di fondi iniziali: servono sostenibilità finanziaria e professionalità. L'ansia di fare e magari la giusta aspirazione ad un lavoro da parte dei soggetti proponenti spesso generano confusione e condannano l'iniziativa al fallimento. Nel caso della diaconia delle chiese, che vuol dire attività di sostegno economico e non alle singole persone – quelle che conosciamo, che sono legate in qualche modo alla realtà territoriale, il nostro prossimo insomma, – il protagonista è il membro di chiesa abilitato a questa funzione, volontario per definizione, che utilizza i fondi provenienti dalle entrate della chiesa, sotto il controllo del tesoriere e del concistoro. Fondi sempre insufficienti per le numerose attività delle chiese, in primo luogo per il mantenimento degli stabili, degli arredi e degli strumenti musicali, come organi e pianoforti. Il rischio è che molti possano pensare che la scorciatoia finanziaria, la soluzione a ogni problema economico delle chiese sia la presentazione di un progetto Otto per Mille. Così non è, e nemmeno può essere: ce lo vietano le regole che ci siamo dati e che hanno valore normativo, ce lo impedisce il vincolo che abbiamo contratto con i sottoscrittori dell'Otto per Mille, ce lo impedisce il buon senso. Una chiesa che proclama l'autonomia da ogni potere costituito, come può vivere di una rendita pubblica? E se diminuiscono le contribuzioni e aumenta l'uso interno dei fondi Otto per Mille, una qualche riflessione la chiesa la deve fare.

La prima regola per ogni organizzazione è quello di fare solo quello che è possibile fare ed è sostenibile nel tempo, con le risorse disponibili. Ma altre risorse possono essere reperite e dobbiamo imparare a farlo, come chiese locali, come diaconia valdese e anche come Otto per Mille.

Ad esempio, utilizzare fondi regionali per i restauri, per la manutenzione dei centri storici o fondi comunali per iniziative specifiche; oppure avere la capacità di utilizzare fondi europei, fare del crowdfunding per progetti innovativi, coinvolgere charity italiane e straniere in nostri progetti, fare progetti comuni con altri Otto per Mille, utilizzare i nostri fondi come volano per collaborazioni internazionali complesse nei paesi in via di sviluppo. L'elenco potrebbe continuare, ma tutto ci dice che è tempo di ripensare alle nostre attività, al modo di finanziarle, di aprirci al mondo così come è e non come vorremmo che fosse, e che vivere di rendita rischia di diventare un peccato molto grave.



## PARTE QUARTA



# Il fundraising da azione accessoria a processo indispensabile e ri-generativo

Catia Drocco

*Professionista e Consulente di Fundraising,  
fondatrice del network Romboli Associati*

L'ultimo censimento Istat ha rilevato 6.782 organizzazioni non profit operanti in ambito religioso con 2.846 addetti e 154.670 volontari attivi; un popolo di enti e persone che, spinto da motivazioni ideali, ogni giorno opera per sostenere attività di culto e attività di solidarietà sociale legate alla propria fede. Le risorse umane che si mettono in gioco in questo senso sono veramente molteplici e sono forse la principale e più preziosa risorsa a disposizione. L'agire sociale degli Enti Ecclesiastici e delle organizzazioni religiose è però, oggi più che mai, chiamato ad attrezzarsi per dare risposta a sempre maggiori e diversificati bisogni da una parte, e a garantire la sostenibilità economica dall'altra. A questo si aggiunge il bisogno di queste tipologie organizzative di trovare importanti risorse per mantenere il proprio patrimonio immobiliare e culturale, e non ultimo per garantire la piena libertà religiosa senza vincoli alcuni.

Il passaggio, ormai pienamente in atto, dal welfare distributivo al welfare generativo crea inoltre necessariamente modelli che devono produrre al proprio interno le risorse per sostenere le proprie attività.

Lo scenario del terzo settore sta cambiando velocemente e nuove sfide si presentano di fronte a chi vuole lavorare in questa dimensione organizzativa

in cui **non basta più saper fare bene il bene**, ma è necessario saper costruire processi che sappiano generare un vero, concreto e tangibile cambiamento positivo.

Da alcuni anni vi è stato poi un incremento del numero di realtà che hanno avuto accesso al beneficio dell'8x1000 concesso dallo Stato Italiano alle istituzioni religiose riconosciute nel concordato Stato – Chiesa. Questo impone alle organizzazioni religiose di strutturare la propria capacità di raccogliere fondi e di comunicarne la destinazione ed il loro utilizzo con precisione e professionalità al fine di non perdere preferenze ed acquisire nuovi sostenitori. Inoltre, le opere sociali legate alle confessioni religiose, necessitano di raccogliere risorse aggiuntive a quelle provenienti dall'8x1000 per poter diversificare le fonti di entrata e dar risposta ai numerosi bisogni che in questa epoca di crisi (non solo economica) si presentano presso le singole realtà. Il saper fare fundraising è quindi determinante per poter sviluppare la capacità di risposta ai bisogni manifestati.

Il fundraising può essere un processo di sviluppo organizzativo necessario e non più solo accessorio a patto che sia concepito non come una mera raccolta di fondi, ma aggiunga sempre un valore, quello della relazione. Al centro, non c'è solo la donazione, qualunque sia la sua natura, ma le persone: il donatore e il beneficiario. **Il dono**, infatti, **migliora chi dona e aiuta chi riceve**; questi due soggetti non sono due controparti, ma stanno insieme per perseguire la stessa missione semplicemente con ruoli diversi.

Fare fundraising è uno stile di vita, un cambiamento di mentalità, è divenire attivi strumenti di relazioni sociali da instaurare e coltivare nel tempo.

Se nel passato tutto ciò era il prodotto di impegno e buona volontà, di azioni non continuative e a volte improvvisate o implementate solo nel momento del bisogno, oggi questa predisposizione e questi sentimenti non sono più sufficienti. È necessario essere preparati, formati e informati. È necessario che il fundraiser non sia solo più un bravo esecutore di tecniche, ma che prima di tutto sappia contagiare l'organizzazione come moltiplicatore sociale e sappia generare, e misurare, l'impatto del proprio agire.

La vera sfida non è ricevere una donazione, ma essere in grado e farsi garanti della sua trasformazione in un positivo cambiamento: **ogni euro donato deve poter generare un tangibile valore sociale.**

Quale quindi il ruolo del fundraiser all'interno delle organizzazioni che dovranno affrontare il cambiamento del Terzo Settore, complice anche la riforma che ne detterà importanti mutamenti, nei prossimi anni a venire?

L'ufficio fundraising non può essere solo quello “*a sinistra in fondo al corridoio*”, ma ha un ruolo chiave che necessariamente deve porsi trasversalmente a tutto il contesto organizzativo. Chi si occupa del fundraising deve poter interagire con ogni livello della struttura in una comunicazione che trova il suo punto forte nei concetti del confronto, dello scambio, dell'interazione continua.

**Il fundraising** svolge un ruolo centrale ai fini della sopravvivenza dell'organizzazione: **è l'investimento per la causa che va necessariamente fatto per poter perseguire la mission.**

Occuparsi del fundraising, progettare, condividere, implementare azioni a questo correlate, è da considerarsi una vera e propria attività; non è qualcosa che si può improvvisare né tantomeno qualcosa che può restare isolato dal resto dell'organizzazione.

L'area fundraising viene generalmente rappresentata negli organigrammi delle organizzazioni come qualcosa che sta a latere dell'organizzazione stessa, qualcosa che è in contatto con il board, ma che comunemente viene posizionata sulla stessa linea delle attività amministrative o a queste similari.

Occuparsi di fundraising non significa unicamente occuparsi della dell'organizzazione della cena sociale, della lotteria di beneficenza, della comunicazione intesa come produzione di materiale - volantini o manifesti - o dell'implementazione di strumenti di fundraising, ma significa aiutare nella identificazione dei Pubblici, fornire un metodo di comunicazione verso questi, aiutare l'organizzazione a competere per l'affermazione dei valori della stessa.

Fare fundraising influenza il comportamento dei gruppi organizzativi, genera benefici magari non tangibili immediatamente, ma piuttosto cambiamenti a lungo termine; per questo **il fundraiser non è il responsabile del “comitato delle feste di beneficenza”, ma un moltiplicatore dell’azione sociale.**

Per tutta la complessità che comporta organizzare un’area fundraising e gestirla nel modo più efficiente possibile, è bene che le risorse umane dedicate abbiano in primis gli strumenti e le competenze necessarie ed inoltre che l’area sia riconosciuta e legittimata non solamente dall’organo del consiglio direttivo, ma da tutta la struttura organizzativa e che da questa possa costantemente “alimentarsi” e poter generare un proficuo scambio che innesci un contagio positivo soprattutto rispetto ad una mission che continuamente andrà condivisa ed, eventualmente, ridefinita.

I concetti chiave che possiamo individuare per descrivere le principali mansioni di cui devono occuparsi le risorse umane dedicate al fundraising sociale sono essenzialmente:

1. gestire un insieme di attività sinergiche e complementari tra loro, studiate in funzione della mission e compatibili con le risorse disponibili, con i mezzi e l’ambiente operativo;
2. generare strategie di marketing finalizzate all’autofinanziamento attraverso la raccolta di adesioni e di fondi da individui, imprese, enti, ecc. integrando tale strategia all’attività istituzionale e facendolo in modo coordinato, continuativo e non occasionale;
3. creare azioni relazionali di reciprocità e di scambio con i pubblici di riferimento, principalmente con soci e donatori potenziali e effettivi;
4. utilizzare regole precise e corrette metodologie e tecniche per promuovere l’organizzazione, la sua causa e la sua mission, creando e organizzando consenso, partecipazione, adesione e raccolta fondi a sostegno di programmi, progetti e interventi;

5. informare, sensibilizzare, educare, promuovere la cultura della solidarietà, della responsabilità e della condivisione sia verso i pubblici esterni sia verso i membri dell'organizzazione stessa.

I presupposti per un fundraising di successo probabilmente sono, oggi ancora di più che in passato, tutti da ricercare nel ruolo che l'organizzazione è disposta a dare all'attività di fundraising; in questo senso è lecito domandarsi se fare fundraising significhi in qualche modo anche occuparsi della cultura organizzativa.

Ritengo che la risposta sia molto più affermativa di quanto si tenda a pensare, ma capire il "quanto" debba farsene carico il fundraiser è tema tutt'altro che risolto.

Spesso nella letteratura delle discipline che studiano la dimensione organizzativa si fa riferimento all'immagine dell'iceberg per rappresentare quanto il 90% di parte sommersa influenzi in maniera profonda le scelte che vengono prese nel restante 10% che emerge; cultura, clima interno e identità, ad esempio, sono elementi di studio che non possono essere ignorati nell'analisi interna di un'organizzazione. Pensiamo a quanto questo sia ancora più vero quando quelle organizzazioni sono **Organizzazioni Mission Oriented**.

Ma cosa c'entra questo con il fundraising? Purtroppo, per i fundraiser, c'entra.

Le dinamiche organizzative che stanno nella parte sommersa dell'iceberg influenzano la definizione di un piano di sviluppo, la comunicazione, le relazioni, il posizionamento dell'organizzazione nella comunità di riferimento. E lo fanno senza risparmiare nessun livello.

Questo per dire che un buon piano fundraising che viene elaborato solamente (e in certi casi potrebbe comunque essere un buon inizio!) entrando e uscendo da riunioni con gli organi direttivi, ma che non tiene conto, quantomeno nell'ordine di idee, che un mare profondo esiste e che prima o poi andrà esplorato, non può contenere tutti gli elementi per un presupposto di successo.

Il ruolo di chi opera nell'area marketing sociale – e si occupa quindi in sintesi di fundraising, comunicazione e people raising – se riesce ad avere consapevolezza, ad indagare e lavorare anche sulle leve che agiscono nella parte sommersa dell'iceberg poi ne coglierà i frutti. Frutti che non sono unicamente legati a dati quantitativi, ma anche e soprattutto qualitativi: appartenenza, coinvolgimento, motivazione, costruzione dell'identità, empowerment.

Di contro, ignorare il sommerso porta, spesso, a dover fare i conti con una scarsa o assente partecipazione sociale, una residuale motivazione a ingaggiarsi nelle attività di comunicazione e raccolta fondi, spaccature generazionali (volontari/soci storici e nuovi) e di visione, scelte sbagliate della governance, piani di sviluppo costruiti su obiettivi non reali e non condivisi che poi innescano tipicamente attività di fundraising lontane dalla realtà organizzativa e quindi fallimentari sul medio-lungo periodo.

Succede quindi che il fundraiser fallisca, anche se ha pianificato bene e implementato altrettanto bene le tecniche del manuale.

L'organizzazione è un organismo vivente complesso. Quelle non profit poi, hanno una dimensione di bellezza e di potenzialità esplosiva, ma vanno vissute nella loro totalità. È compito del fundraiser? Certo non solo suo, ma altrettanto certamente forse non può non occuparsene.

Anche gli iceberg seguono il principio di Archimede!

“...un corpo immerso in un fluido riceve una spinta dal basso verso l'alto pari al peso del fluido spostato...”

Nel linguaggio della fisica il peso è una forza; nel linguaggio del fundraiser forse si tratta di valutare quanto peso dare alla forza che la cultura organizzativa esercita nel proprio lavoro e soppesare il giusto sforzo per fare in modo che **il fundraising agisca come leva di crescita** prima di tutto verso l'interno, per poter essere poi catalizzatore di un processo di vero cambiamento.

# L'attività di raccolta fondi nell'ambito della Diaconia Valdese Fiorentina: il fundraising istituzionale

Elisabetta Mantelli

*Ufficio comunicazione e sviluppo DVF*

Nel 2006 con l'unione delle opere diaconali “storiche”, E. Gould, S. Ferretti e il Gignoro e la costituzione della Diaconia Valdese Fiorentina è stato istituito un ufficio “trasversale”, a me affidato, che si sarebbe dovuto occupare di sviluppo e di comunicazione, attraverso un'operatività da costruire nella sua declinazione pratica. In corso d'opera, le attività dell'ufficio hanno interessato l'ambito della raccolta fondi (fundraising), fino a quel momento abbastanza sconosciuto a livello di opere fiorentine, se non per alcune iniziative intraprese precedentemente dall'istituto Gould su bandi ed interventi riferibili essenzialmente a finanziamenti su lavori di ristrutturazione degli stabili.

Dieci anni fa, il fundraising era una pratica già molto conosciuta in altri paesi europei e anche in Italia stava prendendo campo, incentivata negli anni successivi dalla crisi economica che ha interessato anche il terzo settore; a livello fiorentino, l'idea di “chiedere” i finanziamenti a sostegno dei progetti della Diaconia è stata facilitata per l'ufficio sviluppo dalla possibilità di conoscere da vicino i progetti e le proposte di nuove idee che sarebbero potute diventare tali. La *prossimità* dell'attività di raccolta fondi con l'attività di progettazione ha di fatto creato una cornice naturale che, per il tipo di attività socio-assistenziali della Diaconia Valdese, cioè in buona parte “strut-

turate” e di medio-lungo periodo, si è indirizzata di fatto verso un ambito specifico, tecnicamente definito con il termine “fundraising istituzionale”, di tipo pubblico e privato.

Il fundraising istituzionale circoscrive uno degli ambiti della raccolta fondi *tour court*, relativo alla possibilità di chiedere soldi che gli enti pubblici e privati, ad esempio le fondazioni, mettono a disposizione per cofinanziare progetti e servizi, quasi sempre attraverso lo strumento di bandi che ne definiscono i requisiti per l'accesso.

Lavorare al fundraising istituzionale ha sicuramente significato per la Diaconia Valdese Fiorentina ipotizzare un *investimento iniziale*: l'attività di ricerca dei bandi e la formalizzazione delle richieste implicano infatti un impegno di tempo che può essere valutato sul piano della redditività soltanto “ex post”. Oltre all'investimento in ore di lavoro, sia nell'attività di ricerca dei bandi che nella formalizzazione delle richieste, è stato inoltre necessario dotarsi di uno strumento essenziale alla prima fase di ricerca, cioè l'abbonamento ad un portale/banca dati specializzato sui bandi in essere. In questo momento in DVF viene utilizzato un portale a pagamento (nonprofitonline), che aggiorna una sezione con i bandi aperti, a livello regionale, nazionale, ministeriale ed europeo, sia che si tratti di finanziamenti pubblici che privati. Questa ricerca è stata inoltre implementata nel tempo con gli accessi diretti ai siti delle fondazioni, delle associazioni e degli enti locali, con i quali l'Ente ha avuto modo di collaborare negli anni attraverso la propria attività istituzionale.

Nel corso delle attività di ricerca dei bandi, ho quindi utilizzato contestualmente sia il sito specializzato che l'accesso diretto ad una lista di contatti, costruita progressivamente, sostenendo la ricerca grazie ad un file di report molto semplice ed utile a mantenerla costante e periodica. Per esperienza, la costanza e la periodicità costituiscono gli elementi chiave per non “perdere” la pubblicazione di bandi interessanti e accessibili o comunque per intercettarli in tempo utile. L'esperienza di consultazione di una banca dati specializzata ha comunque evidenziato l'opportunità di ricorrere comunque al sito istituzionale dell'Ente titolare del bando per non incorrere, come è

realmente successo, in errori quale una scadenza (deadline) trascritta male che hanno vanificato il lavoro a seguire.

Una volta appurato che il bando abbia i requisiti per essere accessibile, è infatti fondamentale soffermarsi sulla natura dei soggetti ammissibili, si rende necessario una fase di lettura e di studio accurati di tutte le parti di cui si compone, contestualmente alla lettura delle FAQ, le domande poste più frequentemente dagli utenti, usualmente aggiornate nell'arco della durata del bando. Sempre per esperienza diretta, i riferimenti che solitamente vengono inseriti in calce ai bandi per eventuali quesiti specifici funzionano tempestivamente e lo stesso discorso vale per le problematiche legate all'utilizzo delle piattaforme informatiche obbligatorie, in alcuni casi, per la formalizzazione delle richieste.

## **Avere un buon progetto, o quantomeno costruirlo rapidamente**

Individuato il bando, è necessario passare alla fase di abbinamento con il progetto che abbia le caratteristiche giuste per essere finanziato e che quindi risponda alle linee guida del bando, soprattutto relativamente ai requisiti di contesto (definizione del bisogno e motivazione del progetto) e agli obiettivi generali che il bando intende perseguire. Nell'esperienza di lavoro di questi anni, difficilmente ho avuto a disposizione dei progetti "belli e pronti" che aderissero ai requisiti richiesti. Le situazioni dove queste combinazioni sono state più semplici da ottenere si sono verificate nei progetti di acquisto di beni e di attrezzature specifiche oppure nei progetti di ristrutturazione o di adeguamento degli immobili: non a caso, tra i progetti risultati statisticamente tra i più finanziati nel corso degli anni.

Nei casi di progetti socio-assistenziali più complessi, dove cioè sono presenti diverse attività e voci di spesa che concorrono a costituire una struttura di progetto coerente al raggiungimento di obiettivi prefissati, solitamente si è ricorsi ad una rimodulazione di un progetto o di più progetti preesisten-

ti se non la scrittura ex novo di un progetto finalizzato alla richiesta di finanziamento. Un'evenienza che costituisce una criticità non trascurabile, soprattutto se a ridosso con scadenze ravvicinate, in parte ovviabile con la scrittura del progetto “sincronizzata” alla formalizzazione delle richieste. Quest'ultima operazione implica solitamente la rispondenza a dei paragrafi e alla lunghezza dei testi predefinita che inevitabilmente finiscono di fatto per farla coincidere con la scrittura vera e propria del nuovo progetto (un lavoro che può avere comunque una sua utilità, al di là dell'esito del finanziamento).

Sempre per esperienza diretta, nel corso di questi anni, gli abbinamenti migliori tra i bandi di finanziamento ed i progetti sono stati quelli che hanno corrisposto alla disponibilità di un progetto finanziabile “organico e strutturato” – e con questi termini intendo un progetto che a prescindere dalle caratteristiche (un servizio, una singola attività o anche semplicemente un piano di acquisti) – che abbia le caratteristiche di completezza, budget e preventivi di spesa compresi. Solitamente, i progetti socio-assistenziali, anche complessi, sono stati finanziati per delle somme che coprivano utilmente delle attività specificamente caratterizzate nel progetto complessivo: l'erogazione di un numero preciso di borse lavoro per persone in misure alternative alla carcerazione, la copertura sulle 24 ore dell'accoglienza per le minori straniere non accompagnate, un corso di nordic walking per donne operate al seno, etc. Diversamente, la rimodulazione di un progetto o di più progetti insieme, se non la scrittura ex novo di un progetto che alla prova finale, è risultata come una “sommatoria” di attività, non ha sortito esiti positivi, almeno fino ad oggi.

## La cura della formalizzazione e l'utilità delle attività di rendicontazione: “si fa tardi un giorno per volta”

Nell'ambito del mio lavoro sui bandi, relativamente alla fase della formalizzazione e dell'inoltro delle richieste, la preoccupazione fondamentale è, e credo debba essere, l'attenzione a non compiere errori di natura formale.

In questi dieci anni di attività, su circa una sessantina di richieste di finanziamento proposte, ne sono risultate finanziate una trentina ma l'indicatore che ritengo più appropriato al tipo di lavoro che svolgo credo sia l'assenza di errori formali e quindi l'ammissibilità della richiesta, dato che la finanziabilità o meno della stessa dipende da una serie di variabili, esterne ed interne, quali la qualità del progetto, la qualità della rete e dei partneriati, gli indicatori di realizzazione e di risultato, l'importanza della problematica sociale che il progetto affronta, e via discorrendo. Nel corso di questi anni, è capitato che in tre occasioni le fondazioni e gli Enti deputati abbiano richiesto un'integrazione della documentazione, senza che questo abbia poi fortunatamente determinato l'esclusione dalla selezione oppure il ricorso a "soccorsi istruttori".

Le condizioni ideali per un buon lavoro di fundraising istituzionale, soggetto a pochi errori formali, è direttamente proporzionale al tempo entro il quale la richiesta fondi viene terminata prima della scadenza del bando: affinché questo avvenga l'ideale è lavorare ad una formalizzazione *progressiva* della richiesta fondi, sia per quanto attiene il lavoro sulle piattaforme informatiche che la produzione della documentazione obbligatoria. Con il termine *progressivo* mi riferisco ad un lavoro che permetta di ritornare sul formulario e gli allegati da produrre a più riprese, evitando la chiusura dei lavori all'ultimo giorno utile, evenienza che valuto come un "punto a sfavore" della richiesta: l'improvvisazione, a mio avviso, traspare eccezionalmente bene all'occhio allenato di un valutatore esperto.

A questo punto del contributo vorrei aprire una parentesi, apparentemente fuori tema, ma che invece torna spesso come un elemento di auto riflessione sul tema di questo contributo. Agli esordi dell'attività di "fundraiser" ho avuto modo di fare un'esperienza sul campo molto difficile ma indubbiamente altrettanto formativa. In coincidenza con le primissime richieste di finanziamento del 2006, tra cui il primo bando sugli oneri di urbanizzazione secondaria del Comune di Firenze a cui la DVF ha partecipato e la richiesta di fondi inoltrata all'American League of Florence per l'acquisto di un sollevatore per la Casa di Riposo il Gignoro, si rese necessario procedere alla rendicontazione di un contributo, richiesto nel 2005 dall'Istituto Gould per lavori

sugli stabili di palazzo Salviati e concesso dal Monte dei Paschi di Siena. Pena la decadenza del contributo stesso, le operazioni di rendiconto sintetizzate in una mezza paginetta di comunicazioni si rivelarono dense di adempimenti impegnativi. Sia si trattasse di documentazione burocratica, prodotta anche da Enti terzi, che di documentazione di spesa o di operazioni legate alla comunicazione, il tutto ha contribuito “indirettamente” a farmi comprendere cosa prevedere e curare adeguatamente nella trasmissione di una richiesta di fondi ordinata, realistica e completa.

Il collegamento che inevitabilmente stabilisco quando penso ai termini “raccolta fondi e rendicontazione” è determinato dal fatto che stimare, ad esempio, erroneamente, o non stimare affatto delle attività e le relative voci di budget, potrebbe compromettere l'erogazione del finanziamento, oltre che penalizzare il progetto stesso. Cimentarsi sugli aspetti documentali del rendiconto di quel contributo ha condizionato poi successivamente nella necessità di guardare con occhio diverso ogni sezione da compilare delle richieste successive: ogni singola voce di budget, ogni obiettivo/attività/indicatore, ogni attività di comunicazione dichiarata devono essere immaginati sia nella loro realizzazione pratica che nella fase di produzione del rendiconto.

Un discorso analogo vale per le variazioni apportate “in corso di opera” ai progetti sui quali sono stati deliberati dei contributi: il ridimensionamento della realizzazione di un progetto, necessario per la delibera di un finanziamento inferiore rispetto al budget proposto può essere utilmente effettuato attraverso strumenti quali i “piani esecutivi di progetto”, adottati ad esempio dalla Fondazione CR Firenze. Inoltre, l'esperienza diretta sul campo evidenzia che una comunicazione formale e tempestiva con gli uffici deputati degli enti erogatori può contribuire a “ricontrattare” le scadenze dei finanziamenti e quindi “salvare” il contributo o una parte di esso. Un Ente che è in grado di spendere un contributo deliberato a proprio favore acquista una credibilità da parte dei finanziatori che, in una sorta di circolo virtuoso, può facilitare la deliberazione di finanziamenti successivi.

## Enti finanziatori e progetti finanziati

Nel corso di questi anni, la Diaconia Valdese fiorentina ha inoltrato 58 richieste di fondi; il 100% delle quali è risultato ammissibile e circa il 50% è risultato cofinanziato, per un importo complessivo che si aggira sui 325.000,00 euro. I progetti che sono stati presentati su fondi ministeriali non sono mai stati finanziati, pur risultando ammissibili. Sono state presentate richieste fondi dagli importi più disparati; da finanziamenti minimi di 1.000 euro fino a un massimo di 345.000 euro. Il progetto che ha ricevuto l'erogazione più alta è stato un progetto presentato nel 2007 al Comune di Firenze – dipartimento di urbanizzazione secondaria, sul modulo Alzheimer della Casa di Riposo il Gignoro, per il quale fu deliberato un importo complessivo di 109.063 € in tre annualità.

In questi anni, la DVF ha interessato alle proprie attività 24 enti/fondazioni/associazioni diverse:

- Comune di Firenze–Direzione urbanistica
- Fondazione Monte dei Paschi di Siena
- American International League of Florence
- Ente Cassa di Risparmio di Firenze (adesso Fondazione CR Firenze)
- Dipartimento della Gioventù
- Chiesa luterana di Firenze
- Ministero dell'interno– Fondo U.N.R.R.A.
- Regione Toscana– Direzione generale politiche formative, beni e attività culturali
- Comune di Firenze– Direzione servizi sociali e sport
- Prefettura di Firenze
- Ministero delle Pari Opportunità
- Unicredit Foundation
- Società della Salute di Firenze
- Fondazione Cassa di Risparmio di Pistoia e Pescia

- Comune di Firenze -Quartiere 2
- Dipartimento politiche per la Famiglia
- Fondazione Enel Cuore
- Aviva Community Found
- Ministero dell'Interno – Fondo Fami
- Corri la Vita Onlus
- Banca d'Italia
- Johnson&Johnson (Corporate Foundation)
- S. Komen Italia (Private Foundation)
- Regione Toscana – settore integrazione socio-sanitaria

Come accennato in apertura, i progetti che sono risultati maggiormente finanziati sono sicuramente i piani di acquisto di materiali, di beni e di attrezzature specifiche oppure i progetti di ristrutturazione o di adeguamento degli immobili. In secondo luogo ho potuto verificare che hanno avuto un esito positivo i progetti che presentavano una risonanza sociale forte ed in linea con i temi di attualità del momento – malattia d'Alzheimer, anziani fragili, minori stranieri non accompagnati e vittime di tratta, persone in misure alternative al carcere- o che incontravano precisamente gli ambiti e le problematiche perseguite dai bandi. Infine, la recente esperienza a cui la DVF ha partecipato e relativa del progetto “Alfabeti e linguaggi per la cittadinanza: percorsi sperimentali per l'inclusione dei cittadini stranieri”, promossa in qualità di capofila da Oxfam Italia Intercultura ha evidenziato, a mio avviso, quale debba essere la qualità della struttura del progetto, il grado di complessità delle attività proposte ed il calibro della rete dei partenariati necessari per partecipare ad un fondo di finanziamento a carattere nazionale.

## Infine

“Imparare facendo” fundraising ha successivamente aperto la strada a dei moduli di formazione specifica per la sottoscritta ed ulteriori esperien-

ze collegate per la DVF, tra le quali una “gestione minima” dei donatori, la promozione del 5 per mille, un orientamento specifico della comunicazione istituzionale, per necessità legate alla gestione dei contributi, l’individuazione di prospettive che potrebbe interessare l’Ente in futuro, quali i legati testamentari ed i fondi europei.

Infine, l’attività di fundraising istituzionale si sta orientando negli ultimi tempi verso avvisi pubblici e gare utili per finanziare la sperimentazione di nuovi servizi, come ad esempio il modulo a Bassa Intensità Assistenziale presso la Casa di Riposo il Gignoro (2014), l’avviso pubblico sulla continuità assistenziale per il sostegno della domiciliarità, promosso dalla Regione Toscana ed i vari fondi di finanziamento dei servizi per i rifugiati e per i minori stranieri non accompagnati. Avvisi, bandi e gare per i quali le competenze acquisite nel corso delle attività di fundraising istituzionale sono risultate molto utili.

### **Bibliografia:**

*Sono a disposizione l'ufficio comunicazione e sviluppo della Diaconia Valdese Fiorentina*

R. Alunni, M. Crescenzi, I. Liberti, A. Milanini, S. Al Aflak, *Valori, reti e strumenti innovativi per la trasformazione sociale*

ASVI, Ciccardini, *Raccolta fondi istituzionale e a progetto*

John Baguley, *Principi e Tecniche di Fund Raising, the fund raising school*

Laura Bonomi, *Fondi Pubblici e Fondi privati*, ASVI 2007

Laura Bonomi, *Ciclo del Fund raising*, ASVI 2007

*How to get and manage European funds for projects in the fields of social and health services and education?* - Bruxelles 19-22 of September 2011

Beppe Cacòpardo, *Principi e tecniche di Fundraising, pianificazione strategica e operativa*

Mara Garbellini, *Fund Raising Management – Corso avanzato*. Fund raising School

Susanne Irwin-Wells, *Chiedere e ottenere grandi donazioni. Come realizzare la strategia di fund raising rivolta ai grandi donatori*, 2007, Edizione Philanthropy

Francesca Mangano, *Principi e tecniche del Fund Raising*

Slexandra Storari, *Fund raising e tecniche di redazione dei progetti comunitari nel Terzo settore*

Ucodep, *Fundraising strumenti e prospettive*,

Francesca Zagni, *Principi e tecniche di Fund Raising*

# Progettazione e fundraising

Paola Paschetto

*Project manager Diaconia Valdese Coordinamento Opere Valli*



“Progettare” e “proiettare” nascono entrambi dal latino “proicere”, “gettare avanti”, ma ciò che si “proietta” è un desiderio intenzionato a modificare l’immagine dell’Altro e del proprio rapporto con l’Altro, mentre ciò che si “progetta” è una domanda che non mira a modificare l’Altro, ma il mondo, il senso del mondo, insieme con l’Altro (Napolitani D., Individualità e gruppalità, Bollati Boringhieri, Torino, 1987).

La **progettazione sociale** è soprattutto un processo condiviso all’interno di un lavoro di squadra e di comunità.

Progettare nel sociale significa che qualsiasi progetto vogliamo realizzare non si realizza nel vuoto, ma in un contesto fatto di persone che hanno idee, rappresentazioni, sentimenti, desideri e sogni; su un territorio in cui sono in svolgimento o si sono svolti progetti che hanno prodotto effetti.

Il progettare nel sociale ha l'esigenza di produrre un cambiamento, da una situazione data ad una nuova, desiderabile. Un fare nel sociale, che però, è frutto di un incontro con altri, di un pensare che produce nuove "realità" condivise, coincide con un processo che consta di fasi e strumenti, utilizzati insieme alle persone che sono coinvolte nel progetto.

Il progettare nel sociale non è un evento ma un'esperienza che viene intrapresa insieme ad altri, cercando di immaginare un futuro possibile, pensabile e realizzabile, cioè il senso e il valore dell'incontro con l'altro, il senso e il valore della speranza, di un agire generativo che produce cambiamenti, novità, vivacità.

"Non c'è progetto se non c'è desiderio", sostiene Luigi Pagliarani, psicologo e padre fondatore della psicosocioanalisi italiana: se non c'è desiderio, difficilmente le cose si realizzano, si muovono, cambiano.

Quindi nella progettazione sociale è necessario sviluppare percorsi conoscitivi in cui effettivamente siano presenti più attori sociali, in cui realmente più individui e gruppi arrivino a prendere parte attiva all'analisi e alla comprensione dei fenomeni su cui ci si propone di intervenire.

Se è vero che l'iniziativa del progettare parte da qualche soggetto, sicuramente in seguito non è possibile operare senza tenere conto degli "altri".

Per "altri" si intende: i beneficiari diretti del progetto, sempre di più risulta fondamentale andare verso una progettazione "con" gli altri e non "per" o "su"; i beneficiari indiretti, la comunità - il cittadino; ed infine chi compone il team progettuale o meglio chi si occupa di azioni del ciclo di progetto.

## I progetti si avviano insieme

Molto spesso si tende a sottovalutare l'attività di **comunicazione relativa al progetto**. Questa attività, invece, è molto importante, per una serie di motivazioni, non ultima la capacità di attrarre risorse umane ed economiche, ma anche per dare visibilità in primis al progetto e in seguito all'ente non profit e alle sue azioni, per sensibilizzare e coinvolgere la comunità rispetto al progetto specifico.

La comunicazione sociale è uno strumento di conoscenza e di persuasione utilizzato da soggetti pubblici e privati del non profit per coinvolgere la persona (cittadino, consumatore, donatore) e spingerla all'azione, rendendola partecipe dei problemi ma anche delle soluzioni.

Gli obiettivi principali della comunicazione sociale sono: informare e aggiornare, portare all'attenzione del pubblico un concetto positivo, un progetto sociale, un intervento da condividere, un'azione responsabile; stimolare e motivare, proporre nuovi modelli di comportamento; stimolare azioni destinate a contribuire ad una causa sociale.

Collegata alla progettazione e alla comunicazione sicuramente c'è anche **la ricerca fondi**.

Fundraising significa convincere le persone a donare per una causa sociale, far sì che il dono possa cambiare le cose, garantire la sostenibilità di questa causa sociale.

Fare fundraising spinge l'organizzazione no profit in un percorso virtuoso che la porta ad aprirsi all'esterno, a coinvolgere le persone nella propria causa sociale, a interagire con soggetti diversi.

Fare fundraising è principalmente una questione di relazione, non di soldi, che sono il risultato e mai il fine, come dice H. A. ROSSO, (1991) in *"Achieving excellence in fundraising – A comprehensive guide to principles, strategies and methods"*, "Il fundraising non è la scienza della raccolta dei fondi ma è la scienza della sostenibilità finanziaria di una causa sociale. Esso è un mezzo e

non un fine. Pertanto, è una conseguenza degli obiettivi e dei benefici sociali che una organizzazione intende raggiungere”.

**Progettare - comunicare - ricercare fondi** sono tre aspetti dello stesso processo sociale, quel processo che vuol mettere non solo al centro la persona, ma vuole che le persone siano loro stesse il motore e la propulsione del proprio cambiamento e che diventino attori protagonisti. Un progetto sociale che vede nella relazione lo strumento per far avvenire un cambiamento sociale.

Le possibilità per sostenere un progetto sono molteplici.

Sono varie le modalità con cui è possibile raccogliere fondi. Il fundraising, per sua natura, non si fonda solo sulla tradizionale colletta (raccolta di donazioni di più persone) ma anche su un complesso di modalità di raccolta da utilizzare nei confronti di ogni possibile “mercato” del fundraising pubblico e privato: eventi, sponsorizzazioni, presentazione di progetti a bandi di concorso, 5xmille, ecc.

Rispetto alla presentazione di progetti a bandi anche in questo caso sono molteplici le possibilità: attraverso bandi a livello europeo, nazionale, regionale e locale, attraverso premi (Award).

Cos'è un bando? È il documento formale che invita a presentare dei progetti, fornendo regole e istruzioni ben precise rispetto all'ambito di intervento, ai beneficiari da raggiungere, al contesto in cui svolgerlo, a chi può partecipare. A monte del bando c'è una dotazione finanziaria messa a disposizione dall'ente promotore.

La partecipazione a dei bandi permette di garantire, in caso di vincita, l'avvio del progetto, mentre per la sostenibilità a lungo tempo deve essere garantita da altri tipi di finanziamento: rette, convenzioni o la raccolta fondi.

La Diaconia Valdese - Coordinamento Opere Valli persegue per i propri progetti sociali entrambe le vie sia quella del fundraising di creazione di eventi piuttosto che di sponsorizzazioni (vedi il progetto **XSONE**) sia la partecipa-

zione a bandi di svariata natura.

Nel periodo di riferimento settembre 2015 – dicembre 2016 sono stati presentati i seguenti progetti ai seguenti bandi:

1. **AREA PREMI**

***EFID – “In giro con la demenza” – 2016***

Tema: Alzheimer e turismo sostenibile

Finanziato: €12.000,00

***RSA INNOVATION AWARD – 2016***

Tema: Progetto Brainer

Finanziato: Non previsto finanziamento, ma visibilità in un convegno a portata nazionale

2. **AREA ANZIANI**

***FONDAZIONE CRSaluzzo 2015***

Tema: Anziani

Finanziato: €1.000,00

***FONDAZIONE CRSaluzzo 2016***

Tema: Anziani

Finanziato: € 500,00

***ACEA 2015***

Tema: Ambiente

Finanziato: € 500,00

***ACEA 2016***

Tema: Ambiente

Finanziato: € 500,00

***COMPAGNIA DI SAN PAOLO – Intrecci – 2016***

Tema: Casa – cura – comunità

Non Finanziato: € 0,00

### 3. **AREA DISABILITÀ**

#### **FONDAZIONE CRT – Vivo Meglio – 2016**

Capofila: Diaconia Valdese Coordinamento Opere Valli – Partner: ASL TO3, CISS, Associazione 4810

Tema: Disabilità, progetto a favore del centro autismo

Finanziato: € 12.000,00

### 4. **AREA GIOVANI e VOLONTARIATO INTERNAZIONALE**

#### **ERASMUS PLUS – Azione Chiave 1**

##### ***Mobilità dei giovani e degli operatori giovanili: EUROPE FOR ALL?***

Capofila: Diaconia Valdese Coordinamento Opere Valli – Partner: Francia, Portogallo, Ucraina, Macedonia, Libano

Tema: Scambio giovanile e training per operatori

Finanziato: € 98.359,00

#### **ERASMUS PLUS – Azione Chiave 2 – Partenariati strategici – Cooperazione per l'innovazione e lo scambio di nuove prassi – Ambito GIOVENTU' – 2016**

Capofila: Diaconia Valdese Coordinamento Opere Valli – Partner: Eurodiaconia + 4 membri Eurodiaconia + 1 Università

Tema: Metodologie nel lavoro con i giovani in ambito europeo

Finanziato: € 60.000,00

#### **ERASMUS PLUS – Azione Chiave 1**

##### ***Mobilità dei giovani e degli operatori giovanili: YOUTH FOR INCLUSION***

Capofila: Diaconia Valdese Coordinamento Opere Valli

Tema: Scambio giovanile e training per operatori

Finanziato: in attesa di sapere i risultati

### 5. **AREA SCUOLA**

#### **BANDO ISTITUTO PORRO – PINEROLO**

Bando promosso dall'Istituto di scuola secondaria superiore "Porro" di Pinerolo

Tema: percorso socio sanitario

Finanziato: €7.000,00

***ERASMUS PLUS – Azione Chiave 2 – Partenariati strategici – Cooperazione per l'innovazione e lo scambio di nuove prassi – Ambito SCUOLE***

Capofila: I Circolo Pinerolo – Partner: Buniva, Diaconia Valdese Coordinamento Opere Valli, 2 partner esteri

Non Finanziato: € 0,00

**6. AREA INNOVAZIONE SOCIALE**

***EASI – Programma UE per l'occupazione e l'innovazione sociale***

Capofila: Eurodiaconia – Partner: Diaconia Valdese Coordinamento Opere Valli, Diaconia tedesca, Diaconia Svezia

Tema: sperimentazione figura case manager/inclusione soggetti svantaggiati

Non Finanziato: € 0,00

***ALCOTRA – Alpi Latine Cooperazione Transfrontaliera – Innovazione***

Capofila: Provincia Torino e Provincia Savoia (Francia)

Partner: Coldiretti, Diaconia Valdese Coordinamento Opere Valli, Centro simile a Villa Olanda a Chamonix

Tema: Agricoltura sociale come opportunità di inclusione in aree rurali

In attesa dei risultati

***CRT- INIZIATIVA LAVORO***

Capofila: Diaconia Valdese Coordinamento Opere Valli

Tema: Inserimenti lavorativi

Finanziato: € 30.000,00

***COMPAGNIA DI SAN PAOLO – Housing Sociale***

Tema: Housing sociale per soggetti svantaggiati

Finanziato: € 90.000,00

**7. AREA ALTRO**

***BENICULTURALI – progetto MigrArti – cinema***

Tema: Migrazioni

Finanziato: €3.800,00

## Spunti bibliografici

Antonello Bove *"Project Management: la metodologia dei 12 step"* - Hoepli

Domenico Castaldo *"Project Risk Management"* - Franco Angeli

Edward De Bono *"Sei cappelli per pensare"* - BUR

Marion E. Haneys *"Project management: dall'idea all'attuazione"* - Franco Angeli

Paul Watzlawick, Janet Helmick Beavin, Don D. Jackson *"Pragmatica della Comunicazione Umana"* - Astrolabio

# XSONE

Paola Paschetto

*Project manager, ufficio stampa – Cov*

Monica Onnis

*Giornalista, ufficio stampa – Cov*

**XSONE** è un calendario annuale di incontri, eventi, convegni, spettacoli, momenti di sensibilizzazione su tematiche sociali e sanitarie, intervallato da momenti artistici-culturali volti a sensibilizzare la società su problemi sempre più presenti e, nello stesso tempo, a proporre strategie all'avanguardia per farvi fronte. Tra queste anche la raccolta fondi tramite il coinvolgimento di realtà aziendali dislocate sul territorio in cui **XSONE** opera.

È un'icona, proprio come le bolle colorate usate nella comunicazione grafica, che rievoca emotivamente il fulcro dell'operato quotidiano della Diaconia Valdese: la relazione tra le persone. Una relazione fatta di corpi, parole, odori, emozioni, sguardi e storie che si intrecciano. Un progetto, **XSONE**, realizzato grazie alla collaborazione con Enti pubblici e privati, con il sostegno da parte di aziende che ne condividono le finalità sociali e la responsabilità verso il territorio e i cittadini. Un rapporto di rete che negli anni si è costruito con queste realtà permettendo di creare eventi con anime diverse, facendoli confluire in un unico progetto.

## Perché nasce XSONE?

**XSONE** nasce dal desiderio di sensibilizzare la comunità su tematiche sociali sulle quali da anni la Diaconia Valdese – Coordinamento Opere Valli lavora in modo diretto attraverso strutture e servizi territoriali ( Asilo dei Vecchi – San Germano Chisone, Casa delle Diaconesse – Torre Pellice, Rifugio Re Carlo Alberto – Luserna San Giovanni, Uliveto – Luserna San Giovanni, Servizio Giovani e Territorio, Servizio Vengo io da te, Servizio Migranti)

Dopo anni di lavoro diretto si è ritenuto importante fare in modo che alcuni temi diventassero poco per volta patrimonio comune per rompere l'isolamento sociale che alcune patologie o condizioni sociali portano a chi direttamente vive quel momento temporaneo o permanente di disagio (per esempio nella patologia dementigena come l'Alzheimer).

Ma **XSONE** nasce anche con l'intento di fare cultura nonché di creare un contesto di comunità dove sia il singolo cittadino che i piccoli o grandi esercenti del territorio possano partecipare alla diffusione di questo nuovo concetto. Un concetto che tende a mettere insieme soggetti rappresentativi di una comunità locale (cittadini privati, associazioni, istituzioni, operatori economici e sociali) con l'obiettivo di migliorare la qualità di vita della comunità, attivando energie e risorse e promuovendo la cultura della solidarietà e della responsabilità sociale, investendo nel proprio sviluppo, attivando risorse proprie e condivise per realizzare progetti ed interventi per il territorio.

## Quanto si è diffuso XSONE e quali i territori toccati

**XSONE**, nato nel 2014 e giunto nel 2017 alla sua quarta edizione, ha avuto uno sviluppo graduale a livello territoriale arrivando ora ad una diffusione capillare sul territorio toccando comuni o territori quali: Pinerolo e comuni limitrofi del pinerolese; Val Pellice; Valli Chisone e Germanasca; Cumiana, Rivoli, Torino, Saluzzo.

Inoltre **XSONE** si fregia di importanti collaborazioni e patrocini che ne san-

ciscono l'identità, riconoscendolo quale progetto culturale e sociale sul territorio. Tra gli enti, la ASL TO3 il C.I.S.S. di Pinerolo e l'Unione Montana dei Comuni Valli Chisone e Germanasca mentre tra i collaboratori, La Bottega del Possibile e la Coldiretti. Importante anche le media partnership con Radio Beckwith Evangelica e Riforma con i quali già da anni si porta avanti un lavoro di sinergia e collaborazione.

## Quali tematiche

**XSONE** si struttura in quattro macro aree portanti: convegni; momenti di sensibilizzazione e prevenzione; feste all'interno di strutture e servizi; spettacoli.

Molteplici sono le tematiche toccate in questi quattro anni all'interno dei convegni, a cominciare dalle **Demenze** e dall'**Alzheimer**, con doppio sguardo sia clinico sia innovativo e l'apertura del Rifugio Re Carlo Alberto alla "Comunità Amichevole alla demenze". Questo ha consentito un'apertura internazionale alla struttura con la possibilità di ospitare professionisti dall'Europa e facendo da apri-pista per raggiungere l'importante riconoscimento di "*Dementia Friendly Val Pellice*", ossia quello di un territorio amichevole alle demenze. Si prosegue con gli **Autismi** e gli esperti da tutta Italia che hanno fornito uno sguardo epidemiologico entrando in merito alle nuove metodologie utilizzate; la **Violenza di Genere** con il convegno che, a seguito del lavoro capillare portato avanti nelle scuole, vuol essere un momento di riflessione e confronto tra esperti del settore e operatori che direttamente si occupano di tale problematica; l'**Agricoltura Sociale**, in linea con le start up (Cascina Carlo Alberto Val Pellice e Val Chisone, Cose Buone) che la Diaconia Valdese-Coordinamento Opere Valli ha attivato in campo di agricoltura sociale e i convegni che vogliono essere momenti di sensibilizzazione della cittadinanza sul *welfare* generativo e sulla possibilità di fare *welfare* attraverso l'agricoltura. E ancora, le **Migrazioni**, perché il territorio ha bisogno di confrontarsi sulle varie prese in carico delle persone migranti e di creare rete intorno a questo problema sociale; gli **Anziani** (*target group* primario della

Diaconia Valdese) per mettere a confronto le realtà esistenti sul territorio e, infine, le **Nuove Metodologie** con convegni mirati a far conoscere le innovazioni utilizzate come lo Snoezelen e il Brainer.

I momenti di sensibilizzazione e prevenzione sono eventi che hanno la funzione di informare la cittadinanza così da renderla poco alla volta co-partecipe. I temi trattati sono stati quelli della **Violenza di Genere**, attraverso veri e propri spettacoli teatrali creati ad hoc e attraverso la Rassegna di cortometraggi realizzati all'interno di ogni istituto scolastico coinvolto nel progetto; il **Cyberbullismo**, con dibattiti serali e la presenza di esperti esterni; l'**Alzheimer**, con la presentazione del libro *“Ambasciatori per l'Alzheimer: una comunità che accoglie”* realizzato con l'Associazione culturale “La Bottega del Possibile” e il liceo Artistico Buniva di Pinerolo; gli **Autismi**, presentazione del libro *“Il bambino che parlava con la luce”*; il tema delle **Migrazioni** (spettacolo e realizzazione di video) e quello dell'**Omofobia** (spettacolo teatrale), entrambi realizzati con l'Istituto Alberti-Porro di Pinerolo.

Le feste delle strutture e dei servizi sono momenti in cui si vuole “aprire le porte” alla cittadinanza: da sempre le strutture sono aperte e accessibili, ma questi momenti vogliono rimarcare maggiormente questa disponibilità di scambio in cui le persone del territorio possono entrare e le persone che abitano le case escono proponendo attività. Ultima macro area è quella degli spettacoli: appuntamento fisso di **XSONE** è infatti l'apertura con un concerto che coinvolga oltre alla cittadinanza anche le chiese locali e la chiusura con uno spettacolo inerente tematiche sociali.

## I numeri di XSONE

Abbiamo scelto di utilizzare un'infografica per raccontare i numeri di **XSONE** che, nell'arco di tre anni (il 2017 è in pieno svolgimento), è riuscito a tessere una rete di collaborazioni, cooperazioni e partnership, nonché a coinvolgere un bacino di utenti sempre più ampio, assolutamente importante sul territorio.

E i numeri parlano da soli!



Rispetto all'aspetto economico **XSONE** ha potuto essere avviato, come spesso accade per i progetti innovativi, grazie ad un contributo da parte dell' **8XMILLE delle Chiese Valdesi e Metodiste**. Fin dal primo anno però ha cercato subito di fare fundraising sul territorio in un'ottica di sostenibilità del progetto.

La tabella seguente descrive l'incremento del numero di sponsor, nei diversi ruoli, in questi 4 anni:

	Main sponsor	Sponsor ufficiale	Sponsor sostenitori	Sponsor simpatizzanti
<b>Primo anno</b>	0	1	8	0
<b>Secondo anno</b>	3	2	12	0
<b>Terzo anno</b>	5	2	4	11
<b>Quarto anno</b>	5	3	14	15

Di conseguenza il primo anno **XSONE** vede il contributo di circa 5.000,00€ per arrivare al quarto anno con un contributo pari a circa 25.000,00€

## Perché sponsorizzazione o fundraising sociale

Henry Rosso, fondatore della prima scuola di *fundraising* al mondo, sosteneva che il *fundraising* è l'arte di insegnare alle persone la gioia di donare.

Questa “gioia di donare” fonda il suo significato nel fenomeno della responsabilità sociale diffusa che spinge i soggetti sociali e collettivi ad effettuare investimenti di risorse per il raggiungimento di comuni benefici sociali.

La sponsorizzazione sociale si ha quando avviene un collegamento tra un'impresa sponsor e un'attività avente carattere di utilità sociale.

L'impegno sociale delle imprese profit molto spesso non è frutto di pura beneficenza oppure di un escamotage per aggirare il carico fiscale, ma di una vera e propria responsabilità sociale che nasce dall'esigenza dell'impresa di raggiungere non solamente l'immediata soddisfazione dei propri clienti, ma il loro benessere di lungo periodo, attraverso un miglioramento dello standard e della qualità della vita. L'impresa che si muove in forza di una responsabilità sociale è una realtà aziendale che, perseguendo i propri obiettivi e interessi, si propone di contribuire al miglioramento della qualità della vita dei propri stakeholders (clienti, dipendenti e altri portatori di interessi), nonché dei membri della società in cui opera, coinvolgendosi attivamente in programmi e azioni di utilità sociale.

La sponsorizzazione sociale può essere un efficace strumento di raccolta fondi. Tuttavia, per quanto possa apportare all'interno dell'ente non profit importanti risorse e competenze, non si tratta certamente di uno strumento privo di rischi. Intessere rapporti con il mondo imprenditoriale significa anche dover affrontare situazioni delicate, creare una fidelizzazione con lo sponsor, comunicare molto bene qual è lo scopo sociale e la *mission* che sta dietro e fa da motore a tutto quanto.

Come sostiene J.M. GREENFIELD “Il *fundraising* non coincide solo con il momento della raccolta di fondi, ma va inteso come processo di sviluppo dei fondi. Tale processo va dalla trasformazione di idee progettuali in progetti concreti (management strategico), al coinvolgimento dell’ambiente esterno sul progetto (comunicazione); questo coinvolgimento può portare, infine, al trasferimento di risorse finanziarie. Il fundraising è capacità di coinvolgere risorse su una causa sociale”

**XSONE** nasce con queste basi e anche con questo intento, cioè quello di far crescere, coltivare, ossia di sviluppare rapporti con le realtà profit del territorio sensibilizzandole in merito alla responsabilità sociale, affinché quanto si raccoglie possa trasformarsi in qualcosa di utile per tutta la collettività portando infine e con il tempo anche ad un cambiamento culturale dove la società si fa carico dei temi sociali.



# Il 5 per mille alla Diaconia Valdese

Davide Paschetto

*Responsabile ufficio volontariato CSD*

La Legge Finanziaria prevede la possibilità di destinare il 5 per mille delle proprie imposte a associazioni di volontariato e non lucrative di utilità sociale, associazioni e fondazioni di promozione sociale, enti di ricerca scientifica, universitaria e sanitaria, comuni e associazioni sportive dilettantistiche.

In questo elenco rientra la CSD Diaconia Valdese. Da alcuni anni infatti è possibile apporre la propria firma nella dichiarazione dei redditi nel riquadro “sostegno alle associazioni non lucrative di utilità sociale” insieme al codice fiscale della CSD.

Sono sempre di più gli enti non profit che beneficiano del **5 per mille**: nel 2016 circa 47mila soggetti, a cui si aggiungono oltre 8mila Comuni, con un incremento del 13% rispetto al 2013. Solamente 39 realtà, però, hanno percepito oltre un milione di euro e, tra questi, i primi dieci (per scelte espresse da parte dei contribuenti) si portano a casa il 27,6% degli importi assegnati (132,5 milioni). Fonte: Il Sole 24 Ore.

Quanto alle scelte dei contribuenti, sono 16,2 milioni quelli che hanno espresso una scelta con la dichiarazione dei redditi: 13,8 milioni hanno premiato una organizzazione specifica, indicandone il codice fiscale, mentre 2,4

milioni hanno espresso una scelta generica, limitandosi a firmare nel riquadro della categoria corrispondente. Fonte: Il Sole 24 Ore.

In questo scenario è evidente che per un ente come la Diaconia Valdese non sia facile mantenere o incrementare il numero di firme. Infatti, oltre ai “pesci grossi”, vi è ogni anno un numero sempre maggiore di enti che si inseriscono nelle liste del 5 per mille e, anche se di fatto poi ottengono un numero esiguo di firme, essendo molto numerosi, hanno comunque un impatto soprattutto sulle organizzazioni medio/piccole.

La Diaconia Valdese negli ultimi anni si è stabilizzata intorno alle 1500 firme in suo favore, per un importo di 45-50000 euro per anno.

Inutile fare un confronto con l'8 per mille valdese. Bisogna infatti tenere presente diversi aspetti: il fatto che non siamo gli unici Valdesi a richiedere il 5 per mille; che siamo in un terreno dove c'è una fortissima competizione; che ci sono molte altre “buone cause” (per l'8 per mille è più facile schierarsi) per le quali donare, che toccano la sensibilità delle stesse persone a cui potrebbe arrivare la CSD.

Dal 2010 La Diaconia Valdese ha comunque deciso di investire maggiormente nella promozione del 5 per mille e di dare valore alla scelta di ogni contribuente in suo favore, utilizzando i contributi ottenuti per fornire servizi aggiuntivi agli ospiti delle proprie strutture e non per la normale amministrazione e gestione. Questa scelta ha lo scopo da un lato di poter rendicontare in modo trasparente i fondi ricevuti dal 5 per mille (e di conseguenza dei contribuenti), e dall'altro di considerarli un “di più” che deve essere tale anche per i beneficiari ultimi dei servizi della Diaconia.

Questo progetto di gestione del gettito proveniente dal 5 per mille prende il nome di “surplus qualità”. Ogni anno le strutture della CSD-Diaconia Valdese presentano progetti che mirano a migliorare la qualità dei servizi e della vita all'interno delle strutture, sia per gli ospiti che per il personale di servizio. Questi progetti vengono valutati in una delle sedute della Commissione Sinodale per la Diaconia e approvati o meno, in tutto o in parte, in base al

gettito dell'anno in oggetto. Per dare un'idea concreta della tipologia di questi progetti, si può citare ad esempio “Chef e maestri pasticceri” dell'Asilo dei Vecchi di San Germano: il progetto ha offerto, attraverso la preparazione di ricette di piatti della tradizione e di nuova invenzione, un'opportunità di svago e di benessere psico-fisico agli ospiti andando a stimolare la memoria e i cinque sensi, attraverso la manipolazione, la scelta degli ingredienti e la valutazione dell'avanzamento della ricetta. Un altro progetto reso possibile dal 5 per mille è stato il progetto “Ospiti in movimento” del centro per disabili Uliveto. Il progetto ha offerto agli ospiti la possibilità di utilizzare il loro corpo (pur con le difficoltà causate dalle loro severe disabilità) e di sperimentare varie occasioni di movimento. Nonostante i loro limiti, gli ospiti della casa amano muoversi, divertirsi, esplorare nuovi contesti e nuove situazioni. Il progetto prevedeva le seguenti attività:

- Piscina e Terme: si sono svolte attività di rilassamento, di movimento e di fisioterapia, di gioco e di svago. Sono state organizzate delle uscite alle terme (Vinadio, Aquì Terme) per permettere agli ospiti di vivere una giornata rilassante e di beneficiare dell'acqua termale.
- Soggiorni estivi: si sono organizzati brevi periodi di soggiorno in parchi vacanza, per dare la possibilità agli ospiti di trascorrere alcuni giorni al di fuori della struttura e scoprire ed esplorare nuove realtà.
- Percussioni e danza africana: si sono attivati dei laboratori durante i quali gli ospiti hanno potuto suonare direttamente tamburi e djembè e muoversi al ritmo della musica, guidati da un'insegnante. Un altro progetto ancora, reso possibile dai fondi 5 per mille, è stato il progetto “Area Cinema”, del Rifugio Re Carlo Alberto. La proiezione di film serali è stata un'opportunità di svago e di socialità per gli ospiti della struttura. Soprattutto nel periodo estivo è possibile aprire la struttura ad esterni, parenti e amici e creare occasioni di incontro e socialità con gli ospiti attraverso la proiezione di film. Inoltre, poiché anche durante il periodo estivo è possibile che il clima sia freddo e che piova, si è provveduto a realizzare una struttura che permetta a ospiti della struttura ed esterni di stare al riparo durante la proiezione del film.

Questi progetti hanno un impatto su un numero relativamente alto di perso-

ne: ciascuno di essi vede coinvolti gruppi di almeno 10-20 persone anziane o disabili. Se consideriamo che ogni anno vengono sostenuti con il 5 per mille 8-10 progetti, possiamo considerare che i beneficiari vadano dagli 80 ai 200.

Per quanto riguarda la promozione, la Diaconia ha innanzitutto cercato di migliorare la comunicazione all'interno delle proprie strutture (con manifesti, card, volantini) ma è verso l'esterno che ha investito maggiormente, soprattutto con i canali del web. Dal momento che è possibile quantificare solo a distanza di anni l'efficacia di una campagna (i risultati della campagna 2017 li sapremo solo quando sarà già iniziata - e pianificata quindi - la campagna 2019), abbiamo testato varie opzioni e al momento quella che sembra dare i migliori risultati in termini di costi/benefici sembra essere la promozione web attraverso google adwords e facebook.

Una maggiore e più mirata comunicazione sulla CSD Diaconia Valdese in generale potrebbe portare benefici anche al 5 per mille nello specifico, in quanto, essendo un campo dove ci sono sempre più concorrenti, essere maggiormente visibili come ente può essere la risorsa migliore per essere ricordati al momento della firma sulla dichiarazione dei redditi.

# Il corso fundraising: la sperimentazione di buone cause nella CSD e nelle opere

Miriam Mourglia e Stefano Plescan  
*tirocinanti corso fundraiser*

L'incontro dei tirocinanti fundraiser con due delle Opere della Diaconia valdese che si occupano di assistenza agli anziani - l'Asilo dei Vecchi di San Germano Chisone e la casa di Riposo Il Gignoro di Firenze - è avvenuto nel mese di febbraio 2016. Due appuntamenti avvenuti in luoghi e momenti diversi, tra i tirocinanti della borsa di studio Professione Fundraiser e i responsabili delle strutture presenti sui territori a carico del Coordinamento Opere Valli e la Diaconia Valdese Fiorentina, hanno definito quali realtà diaconali potessero ospitare il tirocinio. La scelta è caduta sulle realtà di San Germano e Firenze per svariati motivi: una chiara attenzione alla raccolta fondi trasparente, ad esempio, dal sito dell'Asilo dei Vecchi di San Germano, che ha addirittura una sezione dedicata all'argomento, mentre il Gignoro è una struttura all'avanguardia per le sperimentazioni in campo di cura e assistenza agli ospiti e con eventi annuali di contatto con il territorio. Inoltre le due strutture erano geograficamente vicine ai luoghi di appartenenza dei tirocinanti, consentendo loro di seguire da vicino e costantemente l'andamento dei loro progetti.

Come già relazionato nel precedente articolo relativo al monitoraggio delle contribuzioni nelle Chiese laboratorio, i tirocinanti provenivano da una se-

lezione operata da una commissione composta da membri dei due enti. La capacità dei tirocinanti di entrare in relazione e cimentarsi in un percorso di progettualità condivisa con le due opere selezionate è stata loro garantita da due corsi di formazione paralleli: il primo a cura di membri della chiesa e della CSD, che ha consentito ai borsisti di avere una visione d'insieme della posizione che i valdometodisti hanno del dono, sia dal punto di vista prettamente teologico, sia dal punto di vista pratico.

Un secondo punto di vista è stato dato ai tirocinanti durante le lezioni tenute da docenti esperti nella consulenza sul *fundraising* per il terzo settore. Queste lezioni hanno consentito ai tirocinanti di avere uno sguardo d'insieme su quelle che sono le tecniche e strategie di raccolta fondi per gli enti non profit al giorno d'oggi.

Alla luce delle competenze apprese, i tirocinanti si sono quindi cimentati, coordinati dalla d.ssa Barbara Imbergamo, nella sperimentazione sul campo. A differenza delle chiese, dove i tirocinanti hanno avuto appuntamenti in alcuni casi sporadici in altri casi molto frequenti, sulle opere si sono fissati incontri con cadenze ravvicinate e ogni riunione ha dato modo ai tirocinanti di sperimentare nuove sensibilità rispetto alle dinamiche di gestione di un progetto.

I progetti presentati dai corsisti hanno avuto l'obiettivo di andare a stimolare l'attenzione del pubblico locale rispetto all'Asilo di San Germano e il Gignoro, le due opere sedi di tirocinio. In entrambi i casi si partiva in situazione di leggero vantaggio essendo entrambe le opere fortemente radicate sul territorio. Questa caratteristica è infatti una delle prerogative fondamentali per la buona riuscita di una campagna di raccolta fondi o di ricerca volontari, entrambe attività che possono portare importanti possibilità di crescita per ogni organizzazione che le mette in atto. Una delle prime azioni realizzate dai corsisti è stata quella di trovare i punti di forza e di debolezza delle varie strutture: se il forte radicamento territoriale va a collocarsi nei *pro*, l'oggettiva difficoltà che alcune opere hanno nell'ambito della comunicazione verso l'esterno è sicuramente un *contro*. L'analisi svolta ha mostrato come il rendicontare verso l'esterno le eccellenti attività di intrattenimento

e cura svolte tra le mura delle due case di riposo sia ancora un procedimento difficile. Magari si fanno delle comunicazioni, anche molto efficaci, rivolte ad un pubblico “interno” ma vengono molto spesso dimenticati una serie di possibili interlocutori, che avrebbero ottime probabilità di sentirsi coinvolti dalle iniziative dell’opera, in quanto direttamente interessati dai suoi servizi caratteristici o corollari. La sfida che esse affrontano, quindi, è quella individuare strategie efficaci per incrementare le loro relazioni e impiegare le relazioni in già essere.

## Asilo di San Germano

Con l’Asilo di San Germano, i tirocinanti afferenti all’area delle Valli Valdesi hanno iniziato il loro lavoro tramite alcuni incontri di conoscenza con la direttrice dell’opera e il direttore del Coordinamento Opere Valli. Scopo di questi incontri è stata la costruzione di un percorso condiviso, teso ad individuare la miglior strategia di apertura al territorio delle realtà in oggetto. Gli incontri che si sono susseguiti hanno anche coinvolto altri membri dello staff di ASG, quali il vicedirettore e le responsabili dei servizi OSS ed Infermieristico. Durante uno di questi incontri è stata fatta compilare ai presenti una scheda che poneva domande quali finalità e caratteristiche dell’opera, valori di riferimento e futuro auspicato per la propria realtà lavorativa. Dall’analisi delle risposte, è stata redatta la *Mission* dell’Opera, una sorta di statement, che inquadra in poche righe lo spirito e le volontà per il futuro della casa di riposo:

“L’*Asilo dei Vecchi di San Germano* è una struttura residenziale della Diaconia Valdese. Da oltre 125 anni ci prendiamo cura degli *anziani* assistendoli, tutelando la loro salute e la loro dignità. Forniamo servizi di qualità, che comprendono animazione e riabilitazione, per offrire agli anziani la massima *autonomia*. Inoltre miriamo ad accompagnare i residenti terminali durante il *fine vita* nel miglior modo possibile. L’Asilo ispira la propria azione a valori quali fiducia, professionalità, umanità, giustizia nel trattamento, *accoglienza delle persone fragili*. Ci impegniamo per costruire un ambiente in cui si viva e si lavori volentieri.”

Sull'onda delle riflessioni emerse durante questi primi incontri e in accordo col le finalità espresse nella *Mission*, i tirocinanti, in collaborazione con la direzione dell'Opera e la responsabile progetti del COV, hanno preparato due progetti il cui scopo era di sviluppare in modo sinergico le relazioni con il territorio e avvicinarsi in modo graduale alla raccolta fondi, un campo di sperimentazione per i tirocinanti e in cui l'Opera stessa aveva il desiderio di svilupparsi. I progetti si sono svolti a partire da giugno e si concluderanno nel settembre 2017.

Il primo progetto, dal titolo *Raccontami una storia*, vuole aprire le porte dell'Opera ai bambini del territorio, organizzando momenti di lettura a loro dedicati una volta ogni tre settimane all'interno della struttura dell'ASG.

Lo scopo è di incrementare i contatti tra l'Asilo e il suo territorio, mostrando all'esterno momenti di vita dell'Opera e facendo "toccare con mano" agli ospiti esterni le iniziative portate avanti durante la quotidianità presso la casa di riposo. Portare all'interno i bambini per le letture significa favorire l'incontro di due generazioni. Gli anziani ospiti dell'Asilo leggono le storie e hanno così l'opportunità di trascorrere del tempo a contatto con i bambini. Alla lettura seguono attività programmate dalle animatrici della struttura, in collaborazione con la biblioteca di San Germano, partner del progetto, che fornisce i libri. Scopi finali sono la raccolta di anagrafiche "calde" che consentiranno ai responsabili della struttura di creare un indirizzario di persone già sensibilizzate alle iniziative dell'Asilo e quindi disponibili a contribuire alle raccolte fondi dell'opera. Inoltre, in una seconda fase, alle famiglie che frequentano gli appuntamenti di *Raccontami una Storia* verrà proposto di contribuire alla raccolta fondi istituita per il rifacimento del parco giochi già presente nel giardino dell'opera, che ad oggi presenta alcune problematiche strutturali. Questa raccolta fondi infatti potrebbe andare a contribuire alla creazione di un ambiente idoneo alla permanenza di bambini all'interno del perimetro della struttura, consentendo così l'inizio di un percorso di avvicinamento tra anziani ospiti e i bimbi del territorio che, come dimostrato da innumerevoli studi, potrebbero beneficiare dalla reciproca presenza in struttura.

Il secondo progetto vuole consolidare la partecipazione della popolazione del territorio alla Giornata dell'Asilo, festa dell'opera che si tiene a settembre. Come di consueto, questo tipo di iniziativa ha da sempre avuto anche lo scopo di raccogliere fondi. Tradizionalmente, la festa si svolge di domenica, dopo il culto. La giornata si articola intorno ad una serie di attività di raccolta fondi come ad esempio: una pesca per i più piccoli, banchetti di prodotti vari (sullo stile dei bazar delle chiese delle Valli Valdesi) e soprattutto una lotteria per gli adulti.

L'idea alla base del progetto è che, mediante la diffusione della lotteria dell'Asilo sarà possibile rinsaldare vecchie relazioni con il territorio ed intrecciarne di nuove. Per diffondere la lotteria dell'Asilo, sono stati distribuiti 90 biglietti gratuiti a 45 bambini del MEAG (Estate ragazzi della Diaconia Valdese) che vanno tutte le settimane in visita alla struttura nel periodo estivo. Lo scopo è quello di invogliare le persone del luogo a partecipare alla festa. Inoltre, nel corso della festa ci si propone di raccogliere i dati anagrafici di chi parteciperà alla festa e sarà interessato a ricevere aggiornamenti sulle attività dell'Asilo e le eventuali prossime Buone Cause da sostenere allo scopo di intrattenere rapporti di vicinanza e affezione con le persone contattate. L'uso della Buona Causa cioè il rifacimento del parco giochi, opportunamente comunicata, per le raccolte rende possibile ai donatori di "adottare" il progetto da sostenere con le proprie donazioni, rendendo più trasparente la raccolta e creando un esplicito legame tra donazione e progetto sostenuto.

## Gignoro

Dopo una breve illustrazione del progetto di tirocinio – che è stato accolto con entusiasmo da parte di tutti i partecipanti – la prima riunione operativa con il Direttore del Gignoro ed i responsabili di settore è stata dedicata ad un'analisi preliminare dell'identità della casa di riposo, con l'ausilio di una specifica scheda di raccolta dati, identica a quella utilizzata presso l'Asilo di San Germano. In seguito, sulla base di quanto raccolto, è stata restituita una dichiarazione di *Mission* che riassume i punti di vista emersi e che è stata

giudicata soddisfacente e corrispondente a quanto si era voluto comunicare.

In una successiva riunione, i tirocinanti hanno raccolto informazioni sulle prassi di raccolta fondi già in atto e sulla comunicazione rivolta ai donatori - effettivi o potenziali - della struttura, per costruire un'analisi del contesto esterno nel quale la casa di riposo opera, anche in termini di competitori sul *fundraising*. A questo punto, con l'accordo di tutti, si è stabilito che l'intervento dei tirocinanti sarebbe stato volto ad individuare la platea dei donatori specifici del Gignoro, ai quali rivolgersi per le future azioni di *fundraising*. Si è pensato, coordinandosi con la responsabile del database della DVF, che la tradizionale festa di primavera del Gignoro (tenutasi il 6 maggio 2017) e la festa delle Chiese evangeliche toscane per 500 anni della Riforma Protestante (in programma per il 21 maggio 2017) fossero due occasioni utili e già a portata di mano per raccogliere i dati anagrafici di persone che "gravitano" più o meno direttamente intorno al Gignoro e che, qualora già non lo fossero, potrebbero essere trasformate in donatori per i futuri progetti.

Le due feste, durante le quali i tirocinanti hanno presidiato un banchetto di raccolta anagrafiche, restituzione di informazioni agli ospiti e diffusione di materiale sulle iniziative della DVF e del Gignoro, sono state una utile occasione per fare esperienza delle modalità concrete di creazione di un database di donatori; inoltre, esse hanno offerto ai tirocinanti la possibilità di sperimentarsi all'interno di momenti di aggregazione promossi dall'Opera, dalla DVF e dalle Chiese evangeliche toscane. I punti di forza e le criticità che ne sono emerse evidenziano in egual misura le caratteristiche più "solide" ed apprezzate delle nostre Opere diaconali e quelle che sono - invece - le opportunità di reinventarsi, calandosi fino in fondo nel mondo odierno, con cui si esse si confrontano oggi.

## Fa la Cosa Giusta

Nel mese di marzo i tirocinanti hanno anche contribuito a presidiare lo stand della Diaconia Valdese alla fiera del consumo critico e del turismo consape-

vole “Fa la cosa giusta!” di Milano: questo ha consentito loro di sperimentarsi nel campo dei rapporti con il pubblico, mentre raccontavano l’impegno delle foresterie valdesi per il turismo responsabile. L’esperienza è stata molto stimolante e ricca di spunti di riflessione. La kermesse, durata tre giorni, è stata un’ottima vetrina per le foresterie e i suoi progetti a sostegno delle opere diaconali. Le persone che si fermavano allo stand hanno più volte dimostrato il loro interesse e la loro affezione nei confronti della Diaconia Valdese e della trasparenza con la quale rendicontra l’utilizzo dell’Otto per Mille

## Conclusioni

L’esperienza di tirocinio presso le Opere della Diaconia valdese ha impegnato i tirocinanti per oltre sette mesi, e li ha arricchiti di una nuova consapevolezza: quella dell’impegno verso il prossimo delle chiese valdesi e metodiste e della testimonianza evangelica che esse rendono attraverso le opere. Una testimonianza che, in virtù della sua stessa natura diaconale, deve distinguersi nettamente rispetto all’opera filantropica, pur meritoria, di una qualsiasi organizzazione *non profit*.



# Legacy fundraising

Ermanno Martignetti

*tirocinante corso fundraiser*

Il legacy fundraising è quella particolare forma di fundraising che ha come obiettivo strumentale quello della raccolta di donazioni sotto forma di lasciti testamentari (eredità o legati) a favore di Organizzazioni Non-Profit (ONP).

In Italia, è noto anche come “testamento solidale” ed è sotto questa etichetta che dal 2013 diverse ONP più o meno famose (da Amnesty International alla Fondazione Don Gnocchi, passando per Unicef e Telethon) e di dimensioni medio-grandi e grandissime (sia come numero di dipendenti e di volontari, sia come presenza sul territorio e quantità di servizi e beni erogati, sia come fondi a disposizione anche per investimenti in comunicazione) si sono riunite nel network Testamento Solidale<sup>1</sup> patrocinato dal Consiglio Nazionale del Notariato e con la partnership di diversi media, con lo scopo di promuovere in Italia una corretta informazione sullo strumento “testamento”, incentivare la cultura del lascito testamentario, in generale, e di quello “solidale”, cioè a favore delle ONP, in particolare.

In fatto di uso del testamento in generale, il contesto nel quale ci si muove in Italia è rappresentato da numeri molto bassi: infatti, secondo una pubblica-

---

1 [www.testamentosolidale.org](http://www.testamentosolidale.org)

zione della Hilborn, agenzia canadese di consulenza per le ONP, *The State of Legacy Giving in 2015*<sup>2</sup> nell'insieme degli Stati presi in considerazione, l'Italia si attesta nelle ultime posizioni, con il 9% di popolazione che ricorre al testamento per pianificare la divisione del proprio patrimonio dopo la morte<sup>3</sup>.

Dal confronto con i Paesi in cui più consolidata è la tradizione sul fundraising per le ONP emergono numeri molto più alti: la citata classifica è aperta dal Regno Unito con il 49% della popolazione che mettere per iscritto le proprie volontà, seguito da Canada (48%), Australia (45%) e Stati Uniti (43%).

In riferimento allo specifico tema del testamento solidale, una ricerca statistica commissionata dal network Testamento Solidale<sup>4</sup> ha evidenziato una situazione che non è delle più semplici: il 45% degli intervistati non conosce assolutamente la possibilità di disporre del proprio patrimonio a favore di una ONP con un lascito testamentario, mentre del restante 55%<sup>5</sup>, che conosce le opportunità che un testamento solidale offre, arriva effettivamente a redigere un testamento in cui siano compresi tra i beneficiari anche ONP solo l'8%<sup>6</sup>, il 32% dichiara che potrebbe farlo o che potrebbe pensarci e il 60%, invece, non ha mai preso in considerazione l'idea e ne esclude la possibilità.

Se si guarda fuori dall'Italia la situazione è molto diversa: i dati della Hilborn ci dicono che nel 2015 il 19% dei pensionati inglesi e statunitensi prevedeva un lascito solidale nel proprio testamento. Un altro dato interessante, che dà idea di come sul fronte del testamento solidale anche in negli altri Paesi c'è ancora molto lavoro da fare, è che solo il 7% delle persone decedute nel 2015 nel Regno Unito ha poi effettivamente mantenuto nel proprio testamento una disposizione a favore di una o più ONP; negli USA la percentuale arriva

---

2 <https://hilborn-civilsectorpress.com>

3 Seguita da Spagna (8%) e Francia (5%). Interessante anche il dato della Germania che si attesta al 28% con un balzo al 50% per la fascia di popolazione con più di 50 anni.

4 Indagine realizzata nel 2013 per Testamento Solidale da GFK Eurisko e basata su un campione di quasi 1.500 individui rappresentativo della popolazione italiana over 55.

5 Secondo tale indagine, questa percentuale aumenta se la persona intervistata risiede al Nord, ha un titolo di studio più elevato, ha un reddito più elevato, non ha figli e partecipa regolarmente a riti religiosi.

6 Pari al 4,4% del campione totale

all'8%<sup>7</sup>.

In generale, lo scenario italiano è spiegabile sotto diversi punti di vista: la diversa legislazione in tema di successione ereditaria: nello specifico, il meccanismo della successione legale, la quale opera secondo quote fisse per determinate categorie di familiari, nonché l'esistenza del vincolo insuperabile delle quote di legittima per chi comunque decidesse di fare testamento, scoraggiano certamente le persone dal fare un ricorso più massiccio e consapevole al testamento, ma si potrebbe anche pensare che i professionisti del diritto (notai ed avvocati *in primis*) non si propongano ai loro clienti come figure di riferimento per la predisposizione di un assetto patrimoniale preciso per il momento successivo alla morte. A queste considerazioni, si aggiunga che il testamento è visto ancora come uno strumento il cui utilizzo può essere sensato per i grandi patrimoni. Inoltre, sembra essere il tema morte in sé a non essere percepito nella nostra cultura come facilmente affrontabile in quanto momento inevitabile della propria esistenza, in previsione del quale è consigliabile arrivare preparati anche sulla divisione dei propri averi tra i possibili eredi.

A fronte di questo panorama complesso e incerto, si comprende bene come la raccolta fondi attraverso i lasciti testamentari è uno dei campi di fundraising nei quali lo scenario italiano attuale si trova ancora particolarmente diviso tra grandi ONP che ne hanno intuito tutte le potenzialità, creando il network Testamento Solidale e investendo molto in termini di comunicazione ai propri potenziali donatori, e le piccole e medie Organizzazioni ONP che in buona parte tendono a non considerare affatto questo settore o si avvicinano ad esso con particolari difficoltà dovute a fattori interni: la chiarezza degli obiettivi di sviluppo dell'azione della ONP che una campagna lasciti richiede e, dunque, una pianificazione a lungo termine degli interventi da mettere in campo; molte ONP devono ancora entrare nell'ottica di una corretta valorizzazione della relazione con i propri donatori, che venga coltivata nel tempo all'insegna della correttezza, della trasparenza e di grazia ed equilibrio nel formulare le richieste di donazione, e non si limiti ad un rapporto

---

7 Sulle percentuali effettive in Italia non risultano al momento dati pubblici certi.

di sfruttamento “consumistico” che inizia e finisce con una donazione *una tantum*; i costi di una campagna lasciati rapportata all’indeterminatezza dei risultati che si potranno raggiungere con una operazione di questo tipo, la quale inizierà comunque a dare i suoi frutti solo in diversi anni (in media un primo ciclo si sviluppa su un arco temporale ragionevole di 5 anni), possono essere un ulteriore elemento di scoraggiamento soprattutto per quelle realtà che vivono nell’ansia perenne del bilancio in perdita.

L’esperienza particolare della CSD in tema di lasciti solidali rientra nell’esperienza media delle ONP italiane, che non prevede un approccio strategico dedicato a questo settore di raccolta. Ciononostante, per quanto è stato possibile ricostruire, negli ultimi 10 anni la Diaconia Valdese ha potuto beneficiare di 8 lasciti testamentari per importi di valore che si assestano in una forbice molto ampia compresa all’incirca tra € 60.000 e € 1.000.000. A questi se ne aggiungono altri 4 per importi minori compresi tra all’incirca € 5.000 e € 10.000.

I beneficiari dei lasciti solidali sono stati tanto la Commissione Sinodale, quanto la DVF e alcune singole opere (Asilo dei Vecchi di S. Germano, Casa delle Diaconesse, Gignoro).

La quasi totalità dei lasciti provenivano da persone con un forte rapporto con la Chiesa Valdese o la CSD.

Le difficoltà legate allo sviluppo di un legacy fundraising ben strutturato anche per la CSD possono essere superate, dunque, con una accorta programmazione e gestione dei diversi momenti della campagna.

Volendo individuare per sommi capi degli “step” per una campagna di legacy fundraising, essi possono essere riassunti in quattro fasi:

1. Analisi del contesto, attraverso una serie di dati statistici rilevanti per il territorio ed il pubblico di riferimento rispetto ai quali si va ad operare.
2. Programmazione della comunicazione, sia in termini di strumenti da scegliere (sito web dedicato, landing page dedicata, direct mailing, eventi,

etc.) quanto in termini di contenuti e tono, considerata la delicatezza delle questioni che ruotano attorno alla triade “patrimonio”, “famiglia” e “morte”.

3. Individuazione di una o più risorse umane dedicate: è necessario che, appunto, poiché il testamento è uno strumento delicato perché in esso il testatore dispone del proprio patrimonio a favore delle persone a lui più care per il momento successivo a quello della sua morte, la campagna di legacy fundraising possa contare su una attenzione costante da parte di una o più risorse ad essa prevalentemente (se non esclusivamente) dedicate, che abbiano la giusta sensibilità per avvicinarsi alla materia in questione, che la conoscano sufficientemente, che siano in grado di coltivare una relazione di lunga durata con l'eventuale donatore e che tengano scrupolosa traccia di ogni contatto relativo a richieste di informazioni e promesse di lascito, onde poter anche evitare all'ONP ogni coinvolgimento in eventuali liti giudiziarie tra eredi.
4. Implementazione del piano di comunicazione e verifica dei risultati raggiunti, specie in termini di contatti, richieste di informazioni e promesse di legati.

Mettere a punto e implementare in modo ordinato una campagna di legacy fundraising è un ulteriore tassello attraverso il quale la CSD può orientare l'azione sociale alla sostenibilità finanziaria della propria missione conferendo il giusto valore ad una donazione futura, rimandata al momento in cui il donatore non sarà più in vita, ma che sancisce in modo definitivo quel legame stretto che ha agevolato nel tempo gli interventi diaconali.



# INDICE

<b>Introduzione</b> .....	5
<b>Una chiesa è libera se autosufficiente</b> .....	7
<b>Sul dono come tale</b> .....	11
Il donatore gioioso .....	13
<b>Il fundraising: origini e interpretazioni possibili</b> .....	17
Alle origini del fundraising .....	20
Un poco di numeri .....	23
Le buone cause e gli strumenti per promuoverle .....	25
Perché dunque fare fundraising per le opere diaconali? .....	27
PARTE SECONDA	
<b>Il sostegno economico alla vita delle chiese: le contribuzioni</b> .....	31
<b>Parlare di contribuzioni: una testimonianza della Pastora Mirella Manocchio</b> .....	33

<b>Uno sguardo sulla decima</b> .....	41
<b>Storie di ordinaria contribuzione piccolo viaggio nelle chiese valdesi e metodiste</b> .....	47
Differenze .....	49
Partecipazione .....	50
Contribuzioni .....	51
Inclusione .....	53
Otto per Mille .....	54
Conclusioni .....	55
<b>Una buona causa della chiesa di Torino: la raccolta fondi per l'organo</b> .....	57
<b>10 buone cause per la contribuzione</b> .....	63
PARTE TERZA .....	65
<b>Il Fundraising dell'Otto per Mille: non un fine ma un mezzo</b> .....	67
PARTE QUARTA .....	73
<b>Il fundraising da azione accessoria a processo indispensabile e ri-generativo</b> .....	75
<b>L'attività di raccolta fondi nell'ambito della Diaconia Valdese Fiorentina: il fundraising istituzionale</b> .....	81
Avere un buon progetto, o quantomeno costruirlo rapidamente .....	83
La cura della formalizzazione e l'utilità delle attività di rendicontazione: "si fa tardi un giorno per volta" .....	84

Enti finanziatori e progetti finanziati.....	87
Infine .....	88
<b>Progettazione e fundraising</b> .....	91
I progetti si avviano insieme .....	93
<b>XSONE</b> .....	99
Perché nasce XSONE?.....	100
Quanto si è diffuso XSONE e quali i territori toccati .....	100
Quali tematiche .....	101
I numeri di XSONE .....	102
Perché sponsorizzazione o fundraising sociale.....	104
<b>Il 5 per mille alla Diaconia Valdese</b> .....	107
<b>Il corso fundraising: la sperimentazione di buone cause nella CSD e nelle opere</b> .....	111
Asilo di San Germano .....	113
Gignoro .....	115
Fa la Cosa Giusta.....	116
Conclusioni.....	117
<b>Legacy fundraising</b> .....	119



# Indice de I Quaderni della Diaconia n. 1

*Pubblicato il 20 agosto 2010*

Il Saluto del Presidente della CSD .....	5
Introduzione ai Convegni della Diaconia e ai Quaderni della Diaconia .....	7

## **Convegno 2009**

Introduzione .....	10
Anche la Diaconia trasforma <i>di Salvatore Ricciardi</i> .....	13
Diaconia, volontariato e comunità locale <i>di Eliana Briante</i> .....	26
Il Volontariato fra motivazioni e tempi di vita <i>di Roberto Locchi</i> .....	37
Manifestazioni del volontariato nella diaconia <i>di Davide Rosso</i> .....	49
Volontariato e organizzazione complessa <i>di Gabriele De Cecco</i> .....	58

## **Convegno 2010**

Introduzione .....	69
Cosa succede in Europa: le principali problematiche sociali <i>di Franca Di Lecce</i> .....	73
La diaconia evangelica nella società italiana <i>di Davide Rosso</i> .....	84
Aiuto sociale della chiesa protestante di Rubi <i>di Nathalie Reverdin Effront</i> .....	92
Il centro sociale di Den Haag <i>di Nienke van Dijk</i> .....	96
Collaboratrici provenienti dai Paesi dell'Europa dell'est: realizzare un mercato europeo equo in termini di cure e di assistenza <i>di Johannes Flothow</i> .....	99
Dare accoglienza e dignità <i>di Davide Rosso</i> .....	104
Trasformazione a Pachino <i>di David Zomer e Cinzia Caruso</i> .....	109

# Indice de I Quaderni della Diaconia n. 2

*Pubblicato il 4 marzo 2011*

## **Identità diaconale - La fede nella cura sociale Una riflessione da Eurodiaconia**

Introduzione: perché questo documento.....17

### **Capitolo 1**

Descrivere la nostra identità..... 21

### **Capitolo 2**

Punto di partenza .....23

### **Capitolo 3**

Gli elementi ..... 31

3.1 La creazione ..... 33

3.2 La fraternità.....37

3.3 La giustizia.....41

3.4 La Cura ..... 47

3.5 La Lode ..... 51

### **Capitolo 4**

Identità e prassi diaconale..... 53

Conclusioni.....59

Bibliografia..... 60

Membri del gruppo di lavoro ..... 60

# Tra modernità e globalizzazione

## Percorsi per una diaconia protestante

Introduzione ..... 69

### Capitolo 1: Per una diaconia protestante

1.1 Perché il prossimo? .....	73
1.2 Creazione e giustificazione .....	74
1.3 Una preziosa riserva critica .....	77
1.4 Inaspettate aperture .....	80
1.5 Umilmente, diaconia .....	82
1.6 Tensione escatologica .....	84

### Capitolo 2: Tra etica e teologia

2.1 La forza propulsiva della Riforma .....	87
2.2 La benedizione puritana .....	90
2.3 Reificazione della fede, pietisti e razionalisti .....	91
2.4 L'apice antropocentrico, teologia liberale e risveglio .....	93
2.5 Etica individuale come limite .....	96

### Capitolo 3: Tra società e lavoro

3.1 Quei pastori del Middle West .....	101
3.2 L'indiscreto positivismo della borghesia .....	102
3.3 Con chi ce l'ha Max Weber? .....	105
3.4 Mr. Taylor, un puritano .....	110
3.5 Alla ricerca dell'uomo smarrito .....	112
3.6 Il lavoro sotto Mammona .....	115
3.7 Il fascino contraddittorio della cooperativa .....	118

## **Capitolo 4: La morsa del sistema**

4.1 La grande costruzione sistemica.....	123
4.2 Il Toyotismo e lo Zen.....	125
4.3 Quality managment e creatività .....	128
4.4 Leadership e falsi profeti.....	131
4.5 Tra routine e imprevedibilità .....	133
4.6 Organizzazione come cultura.....	137
4.7 Materialismo storico e strani incontri.....	140
4.8 Un ecumenismo sistemico?.....	145
4.9 Le nostre chiese come sistemi?.....	148

## **Capitolo 5: Nella globalizzazione**

5.1 Ciò che ci accade .....	153
5.2 Guerra allo spazio .....	158
5.3 Le élite e lo sciame .....	162
5.4 Nuove e vecchie povertà.....	167
5.5 Consumo e idolatria .....	175

## **Capitolo 6: L'impossibile individuo**

6.1 Niente salvezza dalla società.....	183
6.2 Politica e talk-show.....	186
6.3 Liquefazione della modernità.....	191

# Indice de I Quaderni della Diaconia n. 3

*Publicato il 19 agosto 2011*

*Il discorso continua* ..... 5

**Convegno della diaconia marzo 2011** ..... 9

Creazione ..... 11

Fraternità: comunità aperte o chiuse? ..... 13

Giustizia ..... 17

Cura ..... 19

Prassi e identità diaconale ..... 23

**Tra modernità e globalizzazione**

**Percorsi per una diaconia protestante** ..... 27

*Nello scorso numero de I Quaderni della diaconia* ..... 29

**Capitolo 7: Welfare e sussidiarietà**

7.1 Magica sparizione del welfare state ..... 31

7. 2 Il peccato originale dello Stato moderno ..... 39

7. 3 Governance, l'araba fenice..... 45

7. 4 Sussidiarietà asimmetrica? ..... 49

7. 5 Volontariato e rispecchiamento..... 55

## **Capitolo 8: Manoscritti per un'alternativa**

8.1 Emancipazione e ri-socializzazione .....	59
8.2 L'immaginario sociale .....	65
8.3 La bottiglia di Adorno.....	73
8.4 Il vaso di Nietzsche.....	77
8.5 Cultura e imitazione .....	81
8.6 Etica del lavoro ed etica dell'operosità.....	87
8.7 Vita come opera d'arte?.....	93
8.8 La banalità del male.....	97
8.9 Il ritardo morale.....	103
8.10 I volti di Lévinas .....	109

## **Capitolo 9: La sfida delle utopie**

9.1 La convivialità di Ivan Illich .....	115
9.2 Sviluppo sostenibile?.....	121
9.3 Decrescita, l'ateismo economico .....	129
9.4 Il Nord, tra Nimby e banlieue.....	137
9.5 Il Sud, tra espropriazione e disconnessione .....	143
9.6 L'umanità plurale.....	149
Il laboratorio non chiude.....	153
Bibliografia prima parte.....	157
Bibliografia seconda parte.....	161

# Indice de I Quaderni della Diaconia n. 4

*Publicato il 24 agosto 2012*

<b>Atti del XXII Convegno della Diaconia</b> .....	5
Capitolo 1.1: Dignità e.....	7
Capitolo 1.2: Disabilità e annuncio dell'evangelo .....	13
Capitolo 1.3: La famiglia e i servizi del territorio.....	17
Capitolo 1.4: Opportunità lavorative per persone con disabilità presso il Caffé Empatia .....	25
Capitolo 1.5: Sessualità e diversamente abili.....	31
Capitolo 1.6: Disabili: integrazione nel tessuto urbano .....	47
Capitolo 1.7: Turismo accessibile e Foresterie valdesi .....	51
Capitolo 1.8: “Essere con” e “fare con” le persone.....	55
<b>Riflessioni sulla diaconia nell'ultimo decennio</b> .....	63
Capitolo 2.1: Prospettive della diaconia.....	67
Capitolo 2.2: La Diaconia Valdese – metodista e le sue prospettive.....	85
Capitolo 2.3: Relazione Commissione ad referendum al sinodo 2004 sulle prospettive della diaconia nella chiesa .....	159

# Indice de I Quaderni della Diaconia n. 5

*Publicato ad agosto 2013*

<b>Introduzione</b> .....	5
<b>Capitolo 1: La formazione per animatori con bambini e giovani</b> .....	7
1.1: Premessa.....	9
1.2: Che cos'è il gioco? Un tentativo di definizione .....	13
1.3: Giocando s'impara. L'importanza del giocare per l'apprendimento .....	17
1.4: Competere o cooperare? A che giochi giochiamo? .....	21
1.5: Educare all'ambiente attraverso la percezione sensoriale .....	25
1.6: Ritualizzare la violenza.....	33
1.7: Lo sviluppo del gioco.....	41
1.8: Spunti per una pedagogia del gioco.....	45
1.9: Mamma esco a giocare 3-5 anni: crescere giocando .....	51
1.10: Strumenti per l'animazione con i gruppi di bambini tra i 3 e i 6 anni .....	63
1.11: Spazio adolescenti: linee guida per il lavoro di aggregazione giovanile .....	71
1.12: Giovani in movimento. Programma di educazione non formale e mobilità giovanile .....	85
Bibliografia ludica.....	93

<b>Capitolo 2: Elementi sulla Chiesa e la Diaconia per chi presta il suo servizio presso le Opere valdesi</b> .....	99
2.1: Premessa .....	101
2.2: La Chiesa valdese e le sue Opere.....	103
<b>Capitolo 3: Clinical Pastoral Education (CPE). Un prezioso strumento per l'azione pastorale e diaconale</b> .....	111
Allegato A: Scheda “i corsi di Clinical Pastoral Education (CPE)” .....	121
Allegato B: Scheda “la cappellania clinica” .....	123
Allegato C: Scheda “linee guida e format per la stesura di un verbatim” .....	125
<b>Capitolo 4: La formazione dei direttori e dei responsabili</b> .....	129
4.1: Premessa .....	131
4.2: Evoluzione del ruolo di direttore .....	133
4.3: La funzione della formazione.....	135
4.4: Riferimenti.....	137
4.5: Ruoli e funzioni dei direttori/responsabili .....	141
4.6: Formazione del gruppo dei direttori/responsabili .....	143
4.7: Formazione individuale .....	145
<b>Capitolo 5: Progetto di valutazione e prevenzione dello stress in ambito lavorativo nelle Opere della Diaconia Valdese</b> .....	147

# Indice de I Quaderni della Diaconia n. 6

*Pubblicato ad agosto 2014*

<b>Introduzione</b> .....	5
<b>SEZIONE 1 - Strumenti</b>	
<b>Parole migranti. Per un lessico minimo delle migrazioni</b> .....	9
<b>La sensibilizzazione al tema dell'immigrazione e il ruolo delle chiese</b> .....	19
SCHEDA - I diritti di cittadinanza .....	24
SCHEDA - Sostegno al lavoro e alla formazione .....	26
SCHEDA - La detenzione amministrativa dei migranti .....	28
<b>Il percorso giuridico dei richiedenti asilo e rifugiati adulti in Italia</b> .....	31
Premessa .....	31
La procedura per la presentazione della domanda d'asilo in Italia .....	34
Quali sono i possibili esiti della domanda di asilo? .....	38
Conclusioni .....	40
<b>I progetti con richiedenti asilo e rifugiati della Diaconia Valdese fra Emergenza Nord Africa e SPRAR</b> .....	43
Emergenza Nord Africa .....	44
Progetti SPRAR a Torino, Torre Pellice e Vittoria .....	44

I nodi dell'accoglienza integrata.....	47
a. La relazione operatore utente .....	47
b. La permanenza nel progetto e le proroghe .....	49
c. Le strutture e le condizioni di accoglienza .....	51
d. L'équipe e il network .....	52
e. Assistenza sanitaria .....	54
f. Istruzione e formazione professionale.....	55
g. Volontariato e inserimento lavorativo .....	56
h. L'orientamento legale.....	60
i. L'uscita dal progetto e la ricerca di soluzioni abitative.....	61
<b>La mediazione culturale nell'esperienza dell'Associazione Mosaico - Azioni per i rifugiati.....</b>	<b>65</b>
<b>L'esperienza della Comunità Casa dei Mirti per minori stranieri non accompagnati .....</b>	<b>77</b>
<b>SEZIONE 2 - Documenti</b>	
<b>Culture e integrazione .....</b>	<b>87</b>
Nella globalizzazione .....	88
I modelli classici .....	89
I modelli europei .....	91
Assimilazione e multiculturalismo .....	92
Interculturalità e utopia .....	93
<b>Il progetto MIEU - Migration in Europe .....</b>	<b>97</b>
<b>Il Fondo Asilo e Migrazione (AMF) dell'Unione Europea .....</b>	<b>103</b>
Gli Obiettivi del Fondo Asilo e Migrazione .....	104

# Indice de I Quaderni della Diaconia n. 7

*Publicato ad agosto 2015*

<b>Introduzione</b> .....	5
<b>La situazione carceraria in Italia</b> .....	7
<b>Le misure alternative al carcere tra ideali risocializzativi e funzioni deflattive</b> .....	13
Quale impatto delle misure alternative nel sistema italiano? .....	15
Dove stiamo andando? .....	16
Sanzioni sostitutive e messa alla prova: gli albori di una nuova penalità? .....	19
<b>Casa e Mansarda del Melograno. Progetto Carceri della Diaconia Valdese Fiorentina</b> .....	21
Come è nato il progetto .....	21
Come si è sviluppato il progetto .....	23
Casa del Melograno .....	24
Ospitalità a Casa del Melograno .....	27
Considerazioni finali .....	30

<b>Breve storia (e filosofia) della giustizia riparativa</b> .....	33
La genesi .....	33
Le prassi riparative .....	35
Verso l'istituzionalizzazione .....	36
Le (in)compatibilità tra giustizia riparativa e sistemi penali.....	41
Un possibile consuntivo provvisorio .....	43
Fare riparazione a qualcuno: dalla mancanza al riconoscimento.....	46
<b>Servizi di Giustizia Riparativa del Centro Diaconale “La Noce”</b> .....	51
Percorsi di volontariato di riparazione simbolica del danno e lavori di pubblica utilità UEPE (Ufficio di Esecuzione Penale Esterna) .....	52
Percorsi di volontariato e di riparazione simbolica del danno USSM (Ufficio del Servizio Sociale per i Minorenni) .....	53
Lo Sportello di Ascolto per Vittime di reato .....	54
I Tempi .....	55
La relazione tra operatori.....	55
Attività di diffusione e di sensibilizzazione .....	55
Servizio di Ospitalità abitativa “Vale La Pena” .....	56
Gruppo di lavoro sulle carceri .....	59
Mediazione Sociale .....	60
Associazione Spondè. Casa del Diritto e della Mediazione .....	61
<b>L’assistenza pastorale a chi si trova in carcere</b> .....	63
Libertà religiosa in carcere.....	65
La pastorale carceraria. Alcune avvertenze a chi vuole impegnarsi in carcere. ....	67

Lo spazio .....	69
Il tempo .....	69
L'istituzione .....	70
L'assenza di gratuità .....	71
Conclusioni.....	73

## **I detenuti musulmani nelle carceri italiane.**

<b>L'esperienza di LIFE onlus a Ravenna .....</b>	<b>75</b>
---	-----------

## **Dalle prassi nazionali alle linee guida europee:**

<b>iniziative interessanti nella gestione penitenziaria .....</b>	<b>83</b>
---	-----------

Italia: poli universitari penitenziari .....	84
Francia: cyber bases .....	85
Inghilterra e Galles: user voice prison councils .....	85
Inghilterra, Galles e Scozia: assisted prison visits scheme .....	87
Francia: unità per le visite famigliari e stanze per le visite intime .....	88
Scozia: visite video.....	90
Polonia: seggi elettorali in carcere .....	91
Inghilterra: Grendon, una comunità terapeutica in carcere .....	93
Dieci raccomandazioni chiave .....	94

<b>Le prigionie e le pene nel mondo .....</b>	<b>99</b>
---	-----------

Sovrappopolazione e inflazione carceraria.....	99
Costo della detenzione .....	101
Come evitare questa fuga in avanti nel sistema carcerario? .....	101
Rendere giustizia .....	102
I diritti dei prigionieri .....	103
Costruire un'alternativa al carcere .....	103

<b>Storia dell'Associazione Internazionale dei Cappellani delle Carceri (IPCA)</b> .....	105
Le sfide per il futuro .....	109
Collaborare con l'IPCA porta dei vantaggi .....	109
La Mission .....	110
La Strategia .....	111

# Indice de I Quaderni della Diaconia n. 8

*Pubblicato ad agosto 2016*

Introduzione..... 5

## **La violenza sulle donne:**

**una panoramica introduttiva** ..... 9

La violenza sulle donne: una violazione dei diritti umani ..... 9

L'indagine dell'Unione Europea..... 10

Le forme della violenza ..... 10

La violenza domestica..... 12

La violenza durante la gravidanza ..... 13

Legittimazione e negazione del fenomeno ..... 13

Un cambiamento culturale ..... 14

La situazione in Italia ..... 15

Segnali positivi ..... 15

Segnali negativi ..... 16

Conseguenze della violenza ..... 17

Perché è così difficile chiedere aiuto? ..... 17

Violenza assistita ..... 17

Evoluzione normativa..... 18

Il centro antiviolenza Svolta Donna ..... 19

Alcuni dati..... 22

La casa rifugio..... 22

<b>Ancora violenza?</b>	
<b>Il rapporto tra libertà femminile e modernità</b> .....	23
<b>La violenza sulle donne: una riflessione teologica</b> .....	31
Silenzio .....	33
Violenza sessuale .....	33
Dominio .....	34
Vergogna .....	35
Complicità .....	35
Essere soggetto .....	36
Vulnerabilità .....	37
Giustizia riparativa .....	38
<b>La violenza sulle donne: l'appello alle Chiese Cristiane in Italia</b> .....	39
Contro la violenza sulle donne: un appello alle Chiese Cristiane in Italia .....	41
<b>La FDEI e la lotta contro la violenza sulle donne</b> .....	43
La nascita della FDEI .....	44
L'impegno contro la violenza verso le donne .....	44
Combattere contro la violenza: un'operazione spirituale .....	48
Combattere contro la violenza: un'operazione culturale .....	49
Violenza contro le donne: un problema che coinvolge le Chiese .....	51
Movimenti femminili evangelici e il tema della violenza .....	52
<b>#Mi Fido di Te un progetto della Diaconia Valdese</b>	
<b>Coordinamento Opere Valli</b> .....	55
<b>Consapevolmente differenti</b> .....	69

Introduzione .....	69
Il progetto.....	70
Gli incontri-laboratorio nelle classi .....	72
Incontri-dibattito con i genitori .....	73
Evento al Teatro Puccini di Firenze.....	74
Conclusioni: il progetto continua .....	76
<b>Progetto “Casa di donne” .....</b>	<b>77</b>
Premessa .....	77
Il progetto.....	78
<b>Dal silenzio alla parola. Storie di donne vittime di violenza.</b>	
<b>L’esperienza di “Casa di Batja”</b>	
<b>Comunità di accoglienza Mamme-Bambini .....</b>	<b>83</b>
Premessa .....	83
La Casa di Batja: il progetto.....	86
L’esperienza della Casa di Batja con donne vittime di violenza .....	88
Conclusioni.....	92
<b>Il “Progetto Donna” della Diaconia Valdese</b>	
<b>Coordinamento Opere Valli.....</b>	<b>95</b>
<b>Il Nautilus 1 e le vittime di tratta .....</b>	<b>105</b>
<b>La violenza sulle donne ed il traffico di esseri umani</b>	
<b>a scopo di sfruttamento sessuale.</b>	
<b>Le azioni di prevenzione e contrasto</b>	
<b>dell’Associazione Pellegrino della Terra a Palermo .....</b>	<b>111</b>
Brevi storie di donne .....	111

La tratta degli esseri umani: una forma di schiavitù moderna .....	113
Dal progetto migratorio al progetto di vita .....	115
La valorizzazione delle competenze .....	118
I “Bambini della Terra” .....	119
Il rimpatrio volontario assistito.....	120
Un'esperienza di accoglienza sperimentale per donne vittime della tratta .....	120
Il gruppo di lavoro.....	121





Finito di stampare: Agosto 2017