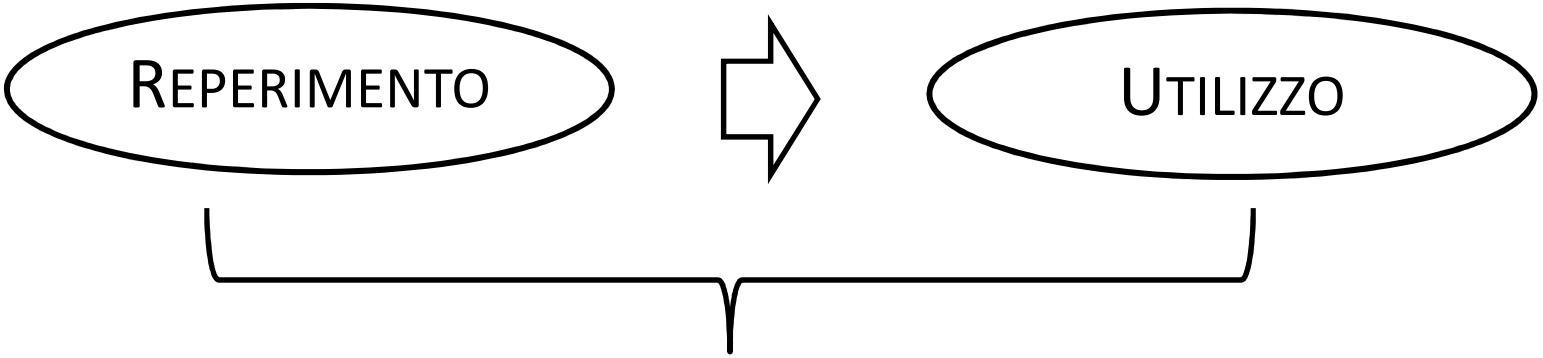
La gestione finanziaria nelle Aziende Non Profit

La gestione finanziaria nelle ANP (tra cui rientrano le ASD)

riguarda il …….



…… dei mezzi monetari necessari al perseguimento dei fini

istituzionali assegnati all'azienda

Il reperimento dei fondi nelle ANP_1

Nelle ANP il reperimento delle risorse finanziarie presenta tratti problematici, a causa, tra l'altro:

- ***della strutturale difficoltà di accesso alle forme tradizionali di finanziamento (rapporti con il mercato del credito)***
- ***del peculiare output dell'attività aziendale, che, generalmente, non genera mezzi monetari → Impossibilità di ottenere adeguate risorse dal disinvestimento della produzione, spesso non correlate con il valore delle risorse impiegate per ottenere i prodotti allestiti***
- ***difficoltà organizzative interne: si assiste, infatti, alla mancanza di professionalità e di funzioni specifiche nell'organizzazione delle aziende non profit***
- ***mancanza o insufficienza degli incentivi fiscali alle donazioni private***

Il reperimento dei fondi nelle ANP_2

Inoltre, l'attuale contesto sociale, economico e finanziario è caratterizzato:

- ***da un proliferare, in tutti i settori, delle aziende non profit***
- ***da un progressiva riduzione delle risorse a disposizione da parte dei soggetti tradizionalmente deputati a sostenere le attività sociali (enti pubblici e donatori privati, soprattutto di origine bancaria)***

necessità di implementare ed attuare un'efficace strategia di <u>FUND RAISING</u>

Le possibili forme di finanziamento nelle ANP_1

Le possibili fonti di ottenimento di risorse finanziarie per le aziende non profit derivano da …..

- ***<u>Finanziamenti pubblici</u>, sotto forma di:***
  - ***Sovvenzioni / contribuzioni***
  - ***Convenzioni per lo svolgimento di attività di pubblico interesse (contracting-out)***
  - ***Fornitura gratuita di beni e servizi***
  - ***Agevolazioni fiscali***
- ***<u>Finanziamenti comunitari</u>, relativi a particolari progetti:***
  - ***con finanziamenti a fondo perduto***
  - ***con contributi per l'ottenimento di crediti agevolati***
- ***<u>Donazioni private</u>***

Le possibili forme di finanziamento nelle ANP_2

Le possibili fonti di ottenimento di risorse finanziarie per le aziende non profit derivano da …..

- ***<u>Disinvestimento dei prodotti e servizi realizzati</u>:***
  - ***a condizioni di mercato***
  - ***a condizioni particolari (ad es., a prezzo «etico» o che copre i soli costi)***
- ***<u>Contributi delle Fondazioni di origine bancaria</u>***
- ***<u>Mercato dei capitali</u>***
  - ***tradizionale (finanziamento bancario)***
  - ***strumenti di finanza etica***

Il FUND RAISING$_1$

Gli studiosi hanno elaborato molteplici definizioni di «FUND RAISING», che vanno oltre al tenore letterale del termine → RACCOLTA FONDI

Il «FUND RAISING» è stato definito, ad esempio, come …….

«l'insieme di tutte le sollecitazioni che le organizzazioni non profit mettono in atto per raccogliere soldi, beni materiali e tempo dei volontari»

tale definizione mette in luce l'obiettivo dell'attività di fund raising

«la nobile arte di insegnare alle persone la gioia di donare»

tale definizione pone in luce la natura di reciprocità relazionale dello scambio, data dal fatto che in cambio delle risorse donate, il donatore riceve beni relazionali di valore indipendente dalla sua donazione (riconoscimenti formali, informazioni sul progetto, ecc.)

Il FUND RAISING$_2$

Riprendendo i tratti essenziali delle definizioni precedenti, con il termine «FUND RAISING» si può definire ……

«il complesso di <u>attività strutturate</u> al fine di costituire <u>rapporti durevoli di collaborazione</u> tra l'azienda non profit e soggetti terzi che possono <u>apportare all'azienda stessa risorse monetarie e non</u>»

Il «FUND RAISING» pertanto:

- ***si propone di strutturare il rapporto azienda non profit-donatore sulla base di alcuni "principi" di condivisione della "buona causa" sostenuta, di comunicazione e di appartenenza al fine di strutturare un rapporto durevole***
- ***non si configura come una relazione di finanziamento in senso tecnico (né con vincolo di capitale né con vincolo di prestito), ma come uno scambio relazionale***

Il ciclo del FUND RAISING

Tenendo presente quella che può essere definita come la «Buona Causa» dell'attività dell'ente, il ciclo del fund raising si può articolare in una serie di attività successive ……

1. ***Identificazione e formulazione della «mission» della ANP***
2. ***Formulazione degli obiettivi specifici (formulazione di progetti specifici funzionali alla mission)***
3. ***Analisi dei "mercati" dei possibili donatori***
4. ***Scelta degli strumenti mediante i quali raccogliere risorse (es.: eventi, mailing, sponsorizzazioni, ecc)***
5. ***Messa in opera dell'attività vera e propria***
6. ***Valutazione dei risultati e avvio di un nuovo ciclo di fund raising***

L'implementazione del «Fund Raising»

L'attività di «FUND RAISING» non può, pertanto, essere improvvisata, bensì deve essere PIANIFICATA, ORGANIZZATA e GESTITA; di conseguenza, affinché abbia successo deve rispettare alcune caratteristiche:

- ***chiara individuazione della "buona causa" da perseguire, in coerenza con la mission dell'organizzazione non profit***
- ***stesura di un efficace «Documento di Buona Causa», nel quale viene presentato non solo l'obiettivo della campagna, ma anche gli strumenti individuati per perseguirlo, le caratteristiche e la "filosofia" dell'organizzazione, ecc.***
- ***programmazione dettagliata degli obiettivi operativi e correlazione tra gli stessi ed il fabbisogno di risorse specifiche (monetarie e non)***
- ***attenta analisi dei possibili donatori e scelta di corretti strumenti per raggiungerli***
- ***creazione di uno staff di operatori (volontari e non) che si occupa della campagna***
- ***verifica in itinere ed ex post dei risultati raggiunti in relazioni agli obiettivi proposti***

Il «Documento di buona causa»$_1$

Indipendentemente dalle modalità con le quali viene redatto, costituisce un tassello fondamentale per il successo di una campagna di Fund Raising, in quanto:

- ***è un documento che riassume una serie di informazioni utili per rappresentare l'azienda non profit nei confronti dei cosiddetti «Stakeholders» (donatori, volontari, personale retribuito, sponsor, pubblica amministrazione, ecc.)***

- ***rappresenta l'espressione della causa, ovvero di tutte le ragioni per le quali si dovrebbe contribuire alla promozione dell'azienda non profit → deve esplicitare, pertanto, la vision e la mission dell'ANP***

Il «Documento di buona causa»$_2$

In tale documento devono essere illustrati:

1. ***Cenni sulla nascita e lo sviluppo dell'associazione***
2. ***Vision e Mission***
3. ***Obiettivi strategici***
4. ***Obiettivi operativi***
5. ***Programmi e servizi***
6. ***Organi di governo***
7. ***Personale***
8. ***Strutture o meccanismi di erogazione dei servizi***
9. ***Aspetti economico - finanziari***
10. ***Pianificazione, sviluppo e valutazione dell'organizzazione***