



Centro studi PHILANTHROPY

Ricerca e consulenza
sul fundraising

Glossario del Fundraising

- **Accountability** Responsabilità da parte dell'organizzazione non profit di informare il donatore sull'utilizzo delle donazioni e sui costi del fund raising.
- **Amministrazione etica** La filosofia ed i mezzi attraverso i quali un'organizzazione non profit si rivela etica ed affidabile nell'utilizzo dei fondi donati. Comprende altresì la filosofia ed i mezzi attraverso cui il donatore esercita la propria responsabilità nell'utilizzo volontario delle proprie risorse. È il principio guida che sta alla base del fund raising per le organizzazioni non profit.
- **Analisi** Area di studio che tratta i fattori essenziali per il successo di un programma di fund raising; riguarda principalmente il caso per la raccolta fondi, le potenzialità della leadership e i settori da sostenere.
- **Apprezzamento** Aumento del valore di mercato di un bene oltre il suo costo originale o, nel caso di immobili, rispetto al valore catastale. Il termine può indicare anche un ringraziamento al donatore (vedi).
- **Archiviazione delle donazioni** Procedimento di registrazione delle informazioni relative a tutte le donazioni ricevute, ossia nome e indirizzo del donatore, ammontare della donazione, termini dell'erogazione se si tratta di una promessa di donazione, finalità ecc.
- **ASSIF**: Associazione Italiana Fundraiser. Fondata a Forlì (presso la Facoltà di Economia di Forlì, Università di Bologna) nell'ottobre 2000, l'ASSIF rappresenta il primo tentativo di dare risposta alla necessità di un coordinamento fra le crescenti professionalità sul fund raising in Italia. Conta circa un centinaio di soci suddivisi in tre categorie, senior, attivi e affiliati, a seconda della competenza nel campo del fund raising. (www.assif.it).
- **Associato** Persona o gruppo di persone che sostiene un'organizzazione non profit erogando donazioni per un ammontare prestabilito, svolgendo incarichi specifici di consulenza o sponsorizzando determinati eventi speciali.
- **Associazione alumni** Gruppo di ex utilizzatori del servizio (ex alunni, ex pazienti, ex tossicodipendenti, ecc), la cui finalità è mantenersi in contatto con la organizzazione non profit stessa, solitamente con finalità e intenti di raccolta fondi.
- **Budget** Dettaglio delle entrate ed uscite previste per un programma di fund raising, preparato in anticipo (è detto per questo anche "bilancio preventivo"). Nei budget, vengono illustrate le diverse categorie di spesa, ad es. il personale, le stampe, l'acquisto o il noleggio delle attrezzature, le spese di ufficio, l'affitto, le forniture, le spese postali, i costi degli eventi speciali, ecc.
- **Carta di credito etica** Una di carta di credito concessa in collaborazione tra un'organizzazione non profit ed una società finanziaria. La buona causa sostenuta dall'organizzazione non profit riceve una quota a titolo di donazione, mentre la banca o società finanziaria riceve le commissioni relative al credito e gestisce i risparmi prestati dal cliente/ donatore.
- **Campagna di raccolta** Un'operazione organizzata per raccogliere fondi a favore di un'organizzazione non profit.
- **Campagna di raccolta (costi)** Spese essenziali per la pianificazione e lo svolgimento di una campagna di raccolta, direttamente collegate alle previsioni contenute nel budget. Campagna di raccolta in occasione dell'anniversario: Operazione o programma di fund raising incentrato sull'anniversario della nascita di un'organizzazione non profit e basato sull'idea che la particolarità dell'occasione spingerà i donatori ad elargire donazioni straordinarie come "regalo di compleanno".

- **Campagna di raccolta (leadership):** I volontari principali, essenziali per il successo di qualunque organizzazione che faccia fund raising, che rappresentano uno dei tre fondamenti del successo della raccolta fondi, insieme al caso per la raccolta fondi e alle fonti di donazioni. I leader di una campagna di raccolta offrono e mantengono vivi l'entusiasmo e la passione necessari a motivare tutta l'organizzazione non profit.
- **Campagne di raccolta mailing + telemarketing:** Tecnica di fund raising (spesso definita "phone & mail") che combina l'utilizzo del mailing (vedi) e del telemarketing sociale (vedi) in modo sofisticato, valendosi di fundraiser e manager retribuiti; sollecitazione telefonica sostenuta da una componente di mailing per la conferma delle promesse di donazione fatte a voce.
- **Campagna di raccolta (materiali):** Materiali necessari ai fundraiser, tra cui: dati relativi all'organizzazione non profit, liste di potenziali donatori, e numerosi altri documenti essenziali per un funzionamento efficace della campagna di raccolta; comprende anche stampati (ad es, depliant) utilizzati per promuovere la campagna.
- **Capitale** Il termine designa il capitale di un fondo o di una fondazione, rispetto ai relativi interessi e remunerazioni.
- **Caso per la raccolta fondi** Motivazioni attentamente meditate per cui un'organizzazione non profit merita di ricevere donazioni: si concentra sulle risorse, sulle potenzialità di migliorare i servizi, sulle esigenze e sui piani futuri di un'organizzazione non profit. Spesso viene definito più brevemente "caso per il fund raising".
- **Cause related marketing (marketing della buona causa)** Situazione in cui un prodotto o servizio sono collegati ad una causa di rilevanza sociale. Anche un'impresa profit può fare marketing sociale, allocando una parte dei profitti ad una buona causa promossa da un'organizzazione non profit.
- **Certified Fundraising Executive(CFRE)** Certificazione offerta ai fundraiser dall'Association of Fundraising Professionals, sulla base delle performance rese nel campo della raccolta fondi, delle conoscenze nel settore, dell'esperienza nel campo del fund raising (minimo 5 anni), degli studi effettuati e del servizio prestato all'interno della professione.
- **Coinvolgimento** Lo sforzo calcolato, sempre intrapreso dagli uffici fund raising, per stimolare interesse ed entusiasmo nei potenziali donatori e volontari, attraverso la partecipazione attiva all'operato dell'organizzazione non profit: rappresenta un'estensione delle attività di sensibilizzazione.
- **Collegamenti, capacità, interesse** Assioma del fund raising in base a cui occorre, analizzando collegamenti, capacità ed interesse delle persone nei confronti delle organizzazioni non profit, separare i potenziali donatori dalle persone per cui la possibilità di donare rappresenta soltanto un'ipotesi ("suspects").
- **Collegamenti, coinvolgimento, sostegno** Assioma del fund raising in base a cui occorre individuare, tra i donatori di un'organizzazione non profit, quelli che possono collaborare attivamente in qualità di fund raiser, sulla base dei loro collegamenti, del loro coinvolgimento e del sostegno offerto all'organizzazione non profit.
- **Comitato consultivo** Un gruppo di persone influenti e carismatiche che danno lustro all'organizzazione non profit sostenendone il programma di fund raising e promuovendo gli obiettivi strategici ed operativi del programma stesso.
- Comitato per la campagna di raccolta Commissione leader per l'organizzazione di un programma di fundraising, detta anche commissione direttrice o comitato per la campagna. È responsabile della leadership di un'operazione di fundraising.
- **Commissione fund raising** Un consiglio di leader volontari, solitamente responsabili del piano generale di fund raising di un'organizzazione non profit per quanto riguarda le politiche e le decisioni fondamentali.
- **Consiglio di amministrazione:** È composto da persone selezionate (ad esempio da altri dirigenti o associati) in base allo statuto e si occupa dell'elaborazione delle politiche e della supervisione del management di un'organizzazione non profit.
- **Consulente del fund raising** Professionista che lavora in proprio oppure per una società specificatamente finalizzata ad offrire consulenza alle organizzazioni non profit su tutti gli aspetti del fund raising.
- **Contabilità (linee guida)** Linee guida predeterminate che stabiliscono i criteri per la gestione della contabilità di tutte le donazioni ricevute.
- **Contabilità (procedure)** Le procedure stabilite per garantire che tutte le donazioni siano sottoposte ad una adeguata contabilità, ben amministrata ed erogate secondo i criteri contabili approvati.
- **Convalida dei bisogni** Approvazione di una lista in cui figurano tutte le voci relative al fabbisogno economico dell'organizzazione non profit: nella migliore delle ipotesi, tale fabbisogno deve essere studiato e convalidato da un organo direttivo e da altri volontari che rivestano un ruolo centrale per il successo di un'organizzazione non profit.



Centro studi PHILANTHROPY

Ricerca e consulenza
sul fundraising

- **Convinzione** È il fatto di credere nell'organizzazione non profit: occorre manifestare il fatto di credere e di essere dediti all'organizzazione non profit donando e dare il buon esempio prestando volontariato.
- **Costituenti:** Tutte le persone che sono in qualche modo connesse con l'organizzazione non profit che richiede donazioni: sono costituenti gli associati, i donatori, i partecipanti (passati e presenti), i clienti e i parenti dei clienti.
- **Data di chiusura** Data prestabilita per il raggiungimento di determinati obiettivi di una campagna di raccolta: è una delle tante date fondamentali nella scaletta di un'operazione di fund raising.
- **Data di spedizione** Data in cui vengono spedite le lettere per il mailing all'ufficio postale.
- **Depennamento** Eliminazione di nominativi da un indirizzario di potenziali donatori per il mailing per cause di morte, mancanza di interesse o altre ragioni.
- **Direttore del fund raising** Un professionista impiegato da un'organizzazione non profit per dirigere, consigliare e gestire le operazioni di fund raising.
- **Do ut des** Significa "dare qualcosa in cambio di qualcos'altro": nel fund raising, è il procedimento attraverso cui un donatore elargisce una donazione in cambio di specifici privilegi o servizi (ad esempio pubblicità)
- **Documento Buona Causa (DBC):** Documento che illustra la buona causa, usato per sensibilizzare o attrarre la leadership che andrà a svolgere il fund raising o per sollecitare grandi donazioni.
- **Donazione** Trasferimento volontario ed irrevocabile di qualcosa di valore senza contropartita (ossia, senza ricevere alcunché di materiale in cambio) al momento della donazione o in futuro. Se il donatore presume di ricevere qualcosa in cambio, la transazione in questione non è una donazione. Si veda anche donazioni anticipate, grandi donazioni, piccole donazioni e grandi donazioni.
- **Donazioni anonime** Donazione di cui, per esplicito volere del donatore, può essere segnalato soltanto l'ammontare: il nome del donatore non deve essere divulgato.
- **Donazioni anticipate** Donazioni elargite o promesse prima dell'apertura ufficiale di una campagna di raccolta. Le donazioni anticipate vengono richieste prima di annunciare la campagna di raccolta, in quanto il successo o il fallimento di quest'ultima possono dipendere dall'ammontare delle donazioni anticipate.
- **Donazioni aziendali** Donazioni sotto forma di liquidi, attrezzature, beni in natura ed altro da parte di imprese profit a favore di organizzazioni non profit, talvolta per mezzo di appositi programmi che possono passare per una fondazione d'impresa.
- **Donazioni aziendali (programma di)** Programma di erogazione elaborato e gestito da un'impresa profit. Il programma non comprende necessariamente la creazione di un fondo o di una fondazione e l'ammontare donato annualmente può essere direttamente collegato ai profitti dell'anno precedente. Alcune imprese profit erogano donazioni tratte dai profitti, dal budget operativo o dalle fondazioni che fanno riferimento all'azienda stessa.
- **Donazioni consistenti** Termine generico utilizzato per indicare le donazioni di fascia alta, i cui limiti precisi variano da un'organizzazione non profit all'altra. L'importanza di queste donazioni viene sottolineata in tutte le campagne di fund raising.
- **Donazioni collegate (matching gifts)** Donazioni erogate a condizione che ne vengano elargite altre di pari ammontare da parte di un altro donatore entro un dato periodo: la donazione collegata può essere una o più, ad esempio nel caso in cui un'impresa doni una data somma a condizione che l'organizzazione non profit raccolga lo stesso ammontare attraverso donazioni erogate dal proprio personale.

- **Donazioni da conto corrente bancario** Metodo di fund raising in base al quale il donatore dà istruzioni alla propria banca affinché deduca una somma mensile dal proprio conto corrente in favore di un'organizzazione non profit.
- **Donazioni differite** Si veda "Donazioni pianificate"
- **Donazioni in beni immobili o titoli** trasferimenti di beni immobili o titoli mobiliari, qualora essi siano ceduti stabilmente ad un'organizzazione non profit, possono beneficiare di sgravi fiscali.
- **Donazioni in memoria** Donazioni elargite per perpetuare la memoria di un defunto. Non vanno confuse con le donazioni "in onore di", che possono essere corrisposte anche quando la persona è ancora in vita.
- **Donazioni in natura:** Donazioni che consistono in attrezzature o altri beni a cui il donatore può eventualmente attribuire un valore monetario per richiedere sgravi fiscali.
- **Donazioni in onore di:** Donazioni volte a perpetuare la memoria di una persona, di una famiglia, di un'impresa o di un'organizzazione: ricevendo la donazione, l'organizzazione non profit beneficiaria si impegna ad onorare il nome della persona a cui la donazione è intitolata nelle forme più appropriate.
- **Donazioni in sequenza** principio cardine del fund raising, in base a cui le donazioni di una campagna vanno ricercate "dall'alto in basso", ossia, occorre ricercare le donazioni nelle fasce alte della tabella dei range all'inizio della campagna di raccolta, e scendere gradualmente alle donazioni meno consistenti.
- **Donazioni "modello"** Donazioni, solitamente ricevute all'inizio di una campagna di raccolta, che servono a stabilire trend o parametri di donazione per altre persone di cui si sa o si ipotizza la capacità di elargire donazioni di una certa consistenza.
- **Donazioni natalizie** Pratica diffusa tra le organizzazioni non profit e consistente nella ricerca di donazioni, specialmente attraverso operazioni di mailing, negli ultimi due o tre mesi dell'annosolare, nell'aspettativa che i potenziali donatori approfitteranno delle festività natalizie per donare, oppure che coglieranno all'ultimo minuto l'occasione di beneficiare delle detrazioni fiscali previste sulle donazioni.
- **Donazioni non rinnovate** Si tratta di donazioni non ripetute nonostante le dovute sollecitazioni da parte dei fundraiser.
- **Donazioni non vincolate** Donazione elargite ad un'organizzazione non profit ed utilizzabili a discrezione dei dirigenti o dei consiglieri di amministrazione.
- **Donazioni ordinarie** Erogazione di una donazione semplice ad un'organizzazione non profit ricevente senza condizioni o termini di scadenza.
- **Donazioni per l'avvio della campagna Grandi donazioni**, generalmente corrisposte da una fondazione o da un donatore abbiente, per l'avvio di un programma o di un progetto.
- **Donazioni pianificate** Donazioni per cui il donatore dà disposizioni in vita, ma i cui benefici principali non arrivano all'organizzazione non profit per un certo periodo di tempo, di solito fino alla morte del donatore o del beneficiario subordinato. Per lanciare una campagna di donazioni pianificate, occorre applicare una sana pianificazione personale, finanziaria ed immobiliare ai progetti di una persona in materia di donazioni da elargire in vita e per disposizione testamentaria.
- **Donazioni principali** Si tratta solitamente del secondo range delle donazioni all'interno di una campagna di raccolta, e servono ad incentivare ulteriori donazioni consistenti da parte di altri soggetti.
- **Donazioni revocabili** Donazioni (solitamente di immobili) che possono essere revocate in tutto o in parte per tutta la vita del donatore, che ne conserva l'usufrutto vitalizio. Alla morte del donatore, il trasferimento di proprietà a favore dei beneficiari è automatico, con un notevole risparmio in termini di costi amministrativi. È possibile nominare come beneficiaria un'organizzazione non profit.
- **Donazioni vincolate** Donazioni elargite per una particolare finalità, resa esplicita dal donatore. Può trattarsi anche di grandi donazioni elargite a condizione che l'organizzazione non profit riceva altre donazioni, o sotto forma di donazioni collegate (vedi) o con altre formule, in genere in un periodo di tempo specificato, con l'obiettivo di stimolare l'attività di fund raising in generale. Sono donazioni vincolate anche le donazioni in memoria o in generale tutte le tipologie di donazione che vengono erogate per un uso specifico.
- **Effetto "leva"** Capacità di influenzare qualcun altro a donare o a prestare volontariato.
- **Etica** L'insieme delle considerazioni morali che riguardano le attività di un'organizzazione non profit. Comprende anche i principi e metodi etici suggeriti dalle associazioni professionali di fundraiser che garantiscono la professionalità nelle relazioni con i clienti.
- **Evento speciale** Strumento di fund raising che prevede l'organizzazione e la realizzazione di un evento speciale per scopi benefici; tutti i ricavi oltre alla quota necessaria a coprire le spese vengono devoluti all'organizzazione non profit.



Centro studi PHILANTHROPY

Ricerca e consulenza
sul fundraising

- Fabbisogno Nell'ambito del fundraising, indica il fabbisogno economico di un'organizzazione non profit per realizzare gli obiettivi operativi di una campagna di raccolta intensiva o per proseguire il programma di fundraising ordinario. Si può parlare di fabbisogno in termini di:
 - Capitali: indica edifici ed altri immobili, ad esempio nuove costruzioni, aggiunte, ampliamenti, ristrutturazioni o acquisizioni di proprietà immobili. Talora ricade nel fabbisogno in termini di capitali anche l'acquisto di attrezzature o la creazione di fondi o fondazioni;
 - Fondi: fondi da aggiungere alla dotazione iniziale, intaccato soltanto per sostenere fondi, progetti speciali ecc.;
 - Programma: base economica annuale per i costi di esercizio: sono i fondi necessari come complemento alle entrate ordinarie, per sostenere le attività dell'organizzazione non profit;
 - Progetto: si riferisce al programma dell'organizzazione non profit oppure all'acquisizione di attrezzature non particolarmente dispendiose.
- Fabbisogno approvato fabbisogno stabilito, analizzato ed approvato dagli addetti al management e dall'organo direttivo, nonché dai volontari, ed universalmente riconosciuto come valido ed adatto al funzionamento dell'organizzazione non profit.
- Fasce di donatori Suddivisione, arbitraria, ma spesso realistica, dei donatori in gruppi o categorie a seconda delle potenzialità in termini di donazioni, elaborata sulla base delle donazioni pregresse e di altri criteri.
- Fase Stadio o periodo specifico di una campagna di raccolta, come stabilito inizialmente da uno studio di fattibilità o con altri mezzi idonei, e come previsto dallo scadenario della campagna stessa, in cui si avranno:
 - Fase iniziale;
 - Fase intensiva;
 - Fase conclusiva, altrimenti dette Fasi I, II e III.
- Filantropia Termine usato principalmente negli Stati Uniti per indicare un'azione volontaria per fini di pubblica utilità: comprende il volontariato, le organizzazioni non profit e le donazioni.
- Filantropo Termine usato principalmente negli Stati Uniti per indicare, in generale, chiunque faccia una donazione, ma specialmente una persona abbiente, nota per la sua particolare generosità nei confronti del non profit.
- Flusso di cassa Entrate previste per sostenere le attività di un'organizzazione non profit; nelle raccolte di capitali o in tutte le altre situazioni in cui si ottengono promesse di donazioni, indica anche le previsioni sugli incassi annuali provenienti dalle donazioni e dalle promesse di donazione.
- Fondazione Organizzazione creata grazie ai fondi donati da una persona, da una famiglia, da un'impresa o da una comunità per sostenere altre organizzazioni non profit, che si rivolgono alle fondazioni per ricevere grant a sostegno dei loro programmi e progetti.
- Fondazione bancaria Nasce dal processo normativo di riforma del sistema bancario avviato con la "Legge Amato", seguita dal Dlgs. 20 novembre 1990, n. 356 "Disposizioni per la ristrutturazione e per la disciplina del gruppo creditizio". La riforma prevedeva la trasformazione delle Casse di Risparmio e degli Istituti di Credito Pubblico in Società per Azioni, delle quali gli istituti bancari preesistenti avrebbero detenuto la proprietà del capitale sociale. In luogo del vecchio istituto di credito pubblico si trovano così due soggetti distinti: la Banca S.p.A e la Fondazione bancaria, o "ente conferente" come viene denominata dalla normativa.
- Fondazione comune di diritto privato Si veda Fondazione italiana.

ASSOCIAZIONE PHILANTHROPY

Piazzale della Vittoria 15, 47121 Forlì (FC)

partita iva e codice fiscale 03294700400

tel. 0543.374150 - fax 0543.374138

info@philanthropy.it

www.philanthropy.it

- Fondazione di comunità Fondazione dedicata in modo specifico a sostenere una particolare comunità attraverso erogazioni alle organizzazioni non profit e agli enti pubblici.
- Fondazione di erogazione o erogatrice (grantmaking foundation) Fondazione le cui finalità statutarie riguardano l'erogazione a terzi (ad es. organizzazioni non profit) di risorse finanziarie, denominate grant, per il perseguimento di scopi di pubblica utilità (ad es. promozione dell'istruzione a favore di studenti o ricercatori capaci e meritevoli).
- Fondazione d'impresa Fondazione creata da un'impresa per occuparsi delle richieste di donazioni provenienti dalle organizzazioni non profit a livello locale, regionale o nazionale. Pur intrattenendo stretti legami con l'impresa, la fondazione è un organismo indipendente, spesso governato da regolamenti e statuti autonomi (analoghi a quelli delle altre fondazioni private). Le imprese costituiscono fondazioni per poter investire nel terzo settore con fondi che sarebbero altrimenti soggetti a imposizione fiscale, nonché per massimizzare le detrazioni sulle donazioni.
- Fondazione ente lirico o musicale Fondazione promossa nell'ambito della riforma degli enti lirico-sinfonici. Si configura prevalentemente come grantseeking (ossia come fondazione che ricerca contributi benefici allo scopo di realizzare le proprie attività) piuttosto che come grantmaking foundation.
- Fondazione italiana Disciplinata dal Libro I del Codice Civile (artt. 12-35), deve perseguire scopi di pubblica utilità, ma l'oggetto (ossia la modalità concreta adottata per espletare lo scopo) può anche non essere definito, a differenza di quanto avviene per gli enti commerciali. La fondazione italiana è soggetta al controllo di un'autorità vigilante e può svolgere anche attività commerciali, purché attinenti al raggiungimento dello scopo statutario.
- Fondazione non riconosciuta Non è dotata di riconoscimento giuridico, per svariate cause, ad esempio perché la fondazione ha già iniziato ad operare in attesa di riconoscimento giuridico, o perché non ne ha ancora fatto richiesta, o ancora perché trattasi di fondazione puramente fiduciaria, ossia costituita su disposizione testamentaria in base a cui l'erede si impegna a destinare la rendita di un patrimonio a scopi di pubblica utilità.
- Fondazione operativa Fondazione che gestisce direttamente attività di pubblica utilità, in alternativa al grantmaking a favore di altre organizzazioni senza scopo di lucro.
- Fondazione regionale Fondazione che opera in un ambito geografico definito perseguendo finalità per cui lo Stato ha devoluto competenza alle Regioni.
- Fondo Capitale o risorse tenute in un fondo permanente volto a finanziare spese generali o vincolate per un'organizzazione non profit o per un particolare programma (si veda anche quasi-fondo e fondi fiduciari).
- Fondi fiduciari Fondi in denaro, titoli mobiliari o immobili gestiti da un amministratore fiduciario che si occupa della gestione (banca, agenzia immobiliare, avvocato) o gestiti da un'organizzazione non profit dietro un accordo di amministrazione fiduciaria in base a cui l'amministratore di impegna a produrre ritorni per i beneficiari.
- Fondo ex alunni Fondo organizzato da molte scuole ed università, sia pubbliche, sia private, per raccogliere donazioni annuali dagli ex alunni.
- Fondi vincolati Fondi il cui capitale e i cui dividendi sono vincolati alle linee guida stabilite dal donatore in relazione agli investimenti, all'allocazione o a entrambi.
- Formule per la donazione Sistemi, basati sulle esperienze passate o su altri criteri, volti a stabilire quante donazioni ci si possa aspettare dai donatori per un particolare programma di fund raising.
- Fundraiser professionista retribuito il cui compito è richiedere donazioni per le organizzazioni non profit, da libero professionista, alle dipendenze di una società di consulenza o di un'organizzazione non profit. Il termine indica altresì il volontario adibito alla funzione specifica di richiedere donazioni per una campagna di raccolta o per un programma di fund raising.
- Fundraiser per le associazioni ex alunni Un ex alunno di una scuola, di un liceo o di un'università, nominato per occuparsi di attività di fund raising come scrivere ai suoi ex compagni di scuola o di corso chiedendo donazioni per il fondo ex alunni oppure promuovendo una campagna di donazioni testamentarie.
- Fund raising per le piccole organizzazioni non profit Raccolta di piccole donazioni da parte di persone o gruppi di persone appartenenti alla comunità locale, spesso svolta in una sola città o tra persone che vivono nel quartiere in cui si eroga il servizio oppure tra i clienti. Tra le attività più diffuse nel fund raising per le piccole organizzazioni non profit figurano le lotterie, i banchetti pubblici, le aste, le pesche di beneficenza e le feste di quartiere.
- Gift card Modulo stampato utilizzato dai fundraiser nella ricerca di una promessa di donazione o di una donazione immediata.
- Governance Supervisione da parte dell'organo direttivo di un'organizzazione non profit.
- Grande donatore Persona che elargisce una grande donazione a favore di un'organizzazione non profit; il termine funge altresì da classificazione arbitraria attribuita a chi elargisce donazioni superiori ad un



Centro studi PHILANTHROPY

Ricerca e consulenza
sul fundraising

determinato ammontare, calcolato dall'organizzazione non profit per riunire questa tipologia di donatori in un gruppo omogeneo e per indurre altre persone ad erogare donazioni altrettanto consistenti.

- Grande donazione Donazione significativa (l'entità può variare a seconda del fabbisogno e degli obiettivi strategici dell'organizzazione non profit); può essere ripetuta periodicamente.
- Grant Erogazione di fondi da parte di una fondazione, di un'impresa profit o di un ente pubblico.
- Gruppi di ringraziamento per i donatori Gruppi di donatori che hanno elargito somme analoghe, secondo categorie fissate dalle organizzazioni non profit.
- Inaugurazione Avvio formale di una campagna di raccolta o programma di fund raising, realizzato di solito con un evento speciale a cui sono invitati i grandi donatori, e spesso recante un annuncio delle donazioni già ricevute o promesse.
- Incassi Procedure d'ufficio volte a controllare la raccolta delle promesse di donazioni: comprendono l'archiviazione di documenti in relazione al saldo dovuto delle promesse di donazione, termini di pagamento, elenco dei pagamenti corrisposti e date.
- Incentivi fiscali Sgravi sulle imposte sui redditi, sulle donazioni e sulle imposte patrimoniali derivanti dall'aver sostenuto un'organizzazione non profit. Si veda anche sgravi fiscali.
- Indagine di mercato Il processo di raccolta, archiviazione e trattamento delle informazioni relative al marketing di beni e servizi.
- Individuazione Il processo di identificazione, tramite indagini, ricerche ed analisi, dei candidati più promettenti per diventare nuovi leader, volontari e donatori.
- Lascito: Disposizione testamentaria che conferisce un bene a persona diversa dall'erede legittimo, ad esempio ad un'organizzazione non profit. Un lascito può altresì essere portato ad effetto aggiungendo un codicillo ad un testamento esistente.
- Leadership Le persone più importanti all'interno di un'organizzazione non profit, di un programma o di un'operazione di fund raising, che spingono altri a prestare volontariato o a donare.
- Lettera di intenti Una lettera in cui si esprime una promessa di donazione in termini meno formali e burocratici rispetto ad una promessa vera e propria, usata dai potenziali donatori che vedono la promessa di donazione redatta su modulo come una sorta di contratto e si rifiutano di impegnarsi ad erogare pagamenti per svariati anni, a causa del suddetto aspetto contrattuale.
- Lettera di ringraziamento Lettera inviata da un'organizzazione non profit, o a suo nome, al donatore per esprimere gratitudine per una donazione, segnalandone l'utilizzo. Alcune lettere di ringraziamento sono standard, anche se è preferibile personalizzarle. Lista fredda Indirizzario di potenziali donatori non ancora preparati o sensibilizzati a sufficienza e che ancorano in trattengono rapporti diretti con l'organizzazione non profit.
- Mailing Spedizione di lettere ad un indirizzario di potenziali donatori, per acquisire nuovi associati o donatori.
- Mailing per l'acquisizione di nuovi donatori Un'operazione di mailing, in genere di grandi proporzioni, finalizzata a reclutare nuovi donatori tra gli appartenenti ad una lista fredda (vedi), spesso con più invii di lettere di sollecitazione in un certo periodo di tempo.
- Mailing per il rinnovo delle donazioni: Un'operazione di mailing rivolta ai donatori effettivi o agli associati per richiedere il rinnovo delle donazioni.
- Marketing della buona causa (cause related marketing) Situazione in cui un prodotto o servizio sono collegati ad una causa di rilevanza sociale. Anche un'impresa profit può fare marketing sociale, allocando una parte dei profitti ad una buona causa promossa da un'organizzazione non profit.

ASSOCIAZIONE PHILANTHROPY

Piazzale della Vittoria 15, 47121 Forlì (FC)

partita iva e codice fiscale 03294700400

tel. 0543.374150 - fax 0543.374138

info@philanthropy.it

www.philanthropy.it

- **Mattone Termine** che si riferisce comunemente alle strutture edilizie che ospitano un'organizzazione non profit e alle campagne di raccolta finalizzate a raccogliere i fondi per acquistare una sede. Una campagna per il "mattone" è una campagna di raccolta per costruire una nuova sede.
- **Mercato** L'insieme delle potenziali fonti di donazioni, di nuovi associati o di clienti (sia persone fisiche, sia persone giuridiche).
- **Mission Dichiarazione di valori e convinzioni** che risponde alla domanda sul "perché" un'organizzazione non profit esiste, illustrando la sua ragione di esistenza. La mission non va confusa con l'espressione degli obiettivi strategici ed operativi.
- **Obiettivi strategici** Le azioni che l'organizzazione non profit si prefigge di realizzare, supportate da specifici obiettivi operativi: comprende anche l'ammontare dei fondi da raccogliere attraverso il fund raising.
- **Onorario Emolumenti per prestazioni professionali.** People raising Letteralmente "raccolta di volontari" per le organizzazioni non profit.
- **Piano generale di fund raising** Tutti gli elementi procedurali adottati da un'organizzazione non profit per raggiungere il fabbisogno della campagna di raccolta; un programma di fund raising che comprende obiettivi operativi, caso per la raccolta fondi, leadership, scadenario, personale necessario e budget; strategia complessiva o progetto completo per implementare con successo la campagna di raccolta
- **Piano strategico** Programma che spiega la strategia per il raggiungimento degli obiettivi strategici ed operativi entro un certo lasso di tempo e con spiegazioni dettagliate dei metodi, delle priorità e delle risorse.
- **Piccole donazioni** Tutte le donazioni appartenenti all'ultimo 5-20% dei fondi raccolti nel quadro di un'operazione di fund raising. **Posta Target Metodo di affrancatura cumulativa per il direct marketing**, usato anche dalle organizzazioni non profit per l'invio di pacchetti di mailing.
- **Potenziale donatore** Qualunque persona fisica, impresa, organizzazione, ente pubblico o fondazione che possa ragionevolmente voler elargire una donazione. L'idea fondamentale per identificare un potenziale donatore è da ricercarsi nella logica del sostegno che questi potrebbe voler prestare all'organizzazione non profit.
- **Presentazione Riassunto orale del caso per la raccolta fondi alla base di una campagna di raccolta**, solitamente presentato ad un grande donatore prima dell'appello alla donazione vero e proprio; in alternativa, riassunto scritto con particolare attenzione agli interessi del potenziale donatore, spedito oppure consegnato a mano nel quadro di un'adeguata sensibilizzazione, che può contenere proposte in relazione ai metodi più vantaggiosi per elargire una donazione.
- **Prime donazioni** Donazioni, generalmente elargite dai consiglieri di amministrazione o dai dirigenti di un'organizzazione non profit, che servono ad avviare una campagna di raccolta, dando l'impulso necessario all'inizio di un'azione di fund raising e creando un nucleo fondamentale di donazioni.
- **Profilo del donatore** Una descrizione contenente informazioni fondamentali su un donatore individuale, ottenuta attraverso una ricerca mirata.
- **Programma per la costruzione di una sede** Il fabbisogno e gli obiettivi specifici per raccogliere i fondi necessari a costruire una nuova sede o per ristrutturare le strutture esistenti, comprese le relative indicazioni architettoniche ed i progetti.
- **Promessa di donazione** Un impegno scritto, firmato e datato, ad elargire una donazione entro un lasso di tempo specificato, generalmente due o più anni, secondo termini stabiliti dal donatore, con rate mensili, trimestrali o annuali.
- **Proposta di donazione** Una richiesta scritta di donazione o di grant, comprensiva delle motivazioni del progetto o programma, dei nominativi degli autori e dei costi previsti.
- **Quasi-fondo** Un fondo il cui capitale può essere intaccato dal consiglio di amministrazione per le spese operative. All'interno di tali fondi confluiscono donazioni non vincolate che il consiglio di amministrazione stesso destina al fondo.
- **Quota** Percentuale del budget totale per il fund raising da assegnare ad una particolare divisione o unità organizzativa della campagna di raccolta.
- **Raccolta annuale** Programma di fund raising ripetuto annualmente: serve a raccogliere donazioni su base annuale o comunque ricorrente dai medesimi costituenti, e i proventi vengono normalmente usati per coprire i costi di esercizio.
- **Raccolta di capitali** Un programma di fund raising attentamente organizzato e strutturato dove operano volontari, personale retribuito e consulenti per raccogliere fondi per finalità specifiche da realizzarsi in un preciso arco di tempo, con un fabbisogno economico specifico. Permette ai donatori di promettere donazioni, da erogarsi anche nel corso di diversi anni.
- **Rapporto annuale** Rapporto annuale sulle condizioni economiche o gestionali dell'organizzazione non profit, redatto dal management.



Centro studi PHILANTHROPY

Ricerca e consulenza
sul fundraising

- Rapporti coi donatori Programma pianificato per mantenere alto l'interesse dei donatori con ringraziamenti, informazione, coinvolgimento personale ecc.
- Rating si veda Valutazione.
- Relazione periodica Relazione, preparata periodicamente durante una campagna di raccolta da un fundraiser, da distribuire ai leader e ad altrirappresentati dell'organizzazione non profit, e da includere nella relazione annuale.
- Responsabilità La responsabilità dell'organizzazione non profit di tenere informato il donatore in relazione all'uso che verrà fatto della sua donazione, nonché in relazione ai costi di fund raising.
- Revisione dei conti Valutazione interna delle spese relative alle procedure di fund raising, realizzata dalla maggior parte delle organizzazioni non profit, di solito ad opera di uno specialista del fund raising o della revisione contabile.
- Richieste di informazioni Si tratta di lettere inviate da un'organizzazione non profit ad una fondazione o ad un'impresa profit per presentare un progetto per il quale si richiede un'erogazione, chiedendo alla fondazione o all'impresa profit di prendere in esame la richiesta di finanziamento e l'invio della relativa proposta di grant.
- Ringraziamenti ai donatori Politica e pratica del ringraziamento per le donazioni ricevute, da realizzarsi in primo luogo con l'invio immediato di un ringraziamento per cartolina o per lettera (vedi), e in secondo luogo con note personalizzate recanti l'espressione personale e diretta di gratitudine ai donatori, con la pubblicazione di una lista di donatori, o con altri mezzi adatti.
- Ringraziamento Riconoscimento formale o informale per una donazione o per il volontariato prestato; può svolgersi anche sotto forma di evento speciale, comunicazione o omaggio per ringraziare di una donazione o del volontariato prestato.
- Scadenario Piano per la gestione dei tempi di un programma di fund raising; calendario degli eventi pianificati, con termini di completamento delle attività specificate
- Screening L'assegnazione dei potenziali donatori ad ampie categorie (range) prima di condurre valutazioni più raffinate tramite il processo di valutazione (vedi).
- Sensibilizzazione: processo di promozione e/o incremento dell'interesse e/o del coinvolgimento da parte di un potenziale donatore o di un volontario; processo educativo finalizzato ad informare la persona in relazione ad un'organizzazione non profit e alle ragioni per cui essa merita di ricevere donazioni.
- Sensibilizzazione faccia a faccia: Sollecitazione di potenziali donatori svolta di persona a casa del donatore, nel suo ufficio o in altra sede.
- Servizi ausiliari o di supporto: Tutta la gamma delle attività necessarie a complemento dell'operazione di fund raising: procedure d'ufficio, videoscrittura, ricezione delle donazioni, invio di lettere e di ringraziamenti, management e preparazione del budget, revisione dei conti ecc.
- Sgravi fiscali Percentuali detraibili dalla denuncia dei redditi in relazione alle donazioni elargite ad un'organizzazione non profit. Nella maggioranza dei casi, gli sgravi fiscali fanno riferimento ad una parte della donazione, deducibile dall'IRPEF o IRPEG. Lo sgravio fiscale non va in alcun modo confuso con il valore della donazione: ad esempio, vi sono anche donazioni non deducibili dalla denuncia dei redditi, come quelle erogate a favore di associazioni non riconosciute.
- Strumento di fund raising Forma particolare di organizzazione ed esecuzione di un programma di fund raising, ad es. raccolta annuale, raccolta di capitali o mailing.

ASSOCIAZIONE PHILANTHROPY

Piazzale della Vittoria 15, 47121 Forlì (FC)

partita iva e codice fiscale 03294700400

tel. 0543.374150 - fax 0543.374138

info@philanthropy.it

www.philanthropy.it

- Studio di fattibilità Esame e valutazione approfondita delle capacità che ha un'organizzazione non profit di fare fund raising, realizzato da un consulente di fund raising e presentato sotto forma di relazione scritta, con la presentazione di svariate conclusioni, raccomandazioni e proposte.
- Sviluppo Tutti gli aspetti di un programma di fund raising (raccolta annuale, donazioni straordinarie, donazioni pianificate, pubbliche relazioni ecc.)
- Tabella dei range delle donazioni Tabella contenente dati sulle donazioni, che permette ai leader della campagna di raccolta di sapere, prima ancora di avviare la campagna, l'entità e il numero delle donazioni che saranno necessarie, per ciascuna fascia (range) di donatori, al fine di raggiungere gli obiettivi dell'operazione di fund raising. La tabella attira l'attenzione dei leader della campagna sull'ordine in cui occorre richiedere le donazioni.
- Telemarketing Raccolta fondi o vendita di prodotti o servizi per telefono.
- Tempistica Indicazione dei tempi più favorevoli per la realizzazione di determinati obiettivi di fund raising al fine di raggiungere risultati eccellenti.
- Terzo settore Termine usato per indicare tutte le organizzazioni non profit, distinguendole dagli enti pubblici e dalle imprese profit: chiamato anche settore indipendente.
- Testamento è il modo più comune per elargire un'ultima donazione per una buona causa che perpetuerà gli interessi e le propensioni perseguiti in vita dal donatore. Il testamento può essere "olografo" o "per atto di notaio": il testamento olografo deve essere scritto interamente di proprio pugno (non a macchina o al computer), datato (giorno, mese ed anno) e firmato. Può essere steso su qualsiasi tipo di carta e con chiara indicazione delle persone od enti beneficiari.
- Testimonial Personalità che presta il proprio nome per promuovere una buona causa; indica anche una categoria di grandi donatori a cui l'organizzazione non profit deve un ringraziamento speciale.
- Valore d'inventario Il valore di un patrimonio quale risulta dall'inventario di un'organizzazione non profit, che non coincide necessariamente con il valore di mercato.
- Valutazione (o rating): La stima della capacità di donare in relazione ad un potenziale donatore. La valutazione comprende una quantificazione dell'ammontare da richiedere per la donazione o promessa di donazione.
- Vendita a prezzo di favore Vendita di beni ad un prezzo inferiore a quello di mercato. È frequente che una persona venda qualche cosa di sua proprietà ad un'organizzazione non profit ad un prezzo di favore (ossia ad un costo stabilito dalla persona anziché dal valore di mercato), in modo tale che la transazione rappresenti in parte una donazione e in parte una vendita.
- Volontariato Volontà, da parte di privati cittadini, di collaborare volontariamente ad una vasta gamma di programmi e buone cause, sia nel fund raising, sia in altre attività.

Tratto e adattato da Principles and Techniques of Fund Raising (Indianapolis, The Fund Raising School 2002b) e da Glossary of Fundraising Terms (Alexandria, Va: Association of Fundraising Professionals 1996).