

# FORUM COOPERAZIONE 2012

## Consultazione tematica preparatoria

Contributo inviato all'attenzione del gruppo:

	<b>TEMA:</b> Cooperazione e gratuità: volontariato, terzo settore e no-profit
7	<u>Parole chiave della discussione:</u> società civile, ONG, idoneità, giovani, scuole, commercio equo e solidale, enabling environment (quadro giuridico), 5x1000 e deducibilità, filantropia, fundraising, cooperazione "popolare", opinione pubblica, advocacy

<b>AUTORE</b>	Massimo Coen Cagli
<b>ENTE/ORGANIZZAZIONE</b>	<b>Scuola di Roma Fund-raising.it</b> Rappresenta una delle maggiori realtà italiane di formazione, assistenza e ricerca nel campo della sostenibilità delle organizzazioni sociali e dei servizi alla collettività. <a href="http://www.scuolafundraising.it">www.scuolafundraising.it</a> ; <a href="http://www.blogfundraising.it">www.blogfundraising.it</a>
<b>EMAIL</b>	<a href="mailto:m.coencagli@fund-raising.it">m.coencagli@fund-raising.it</a>
<b>Telefono</b>	<b>0697613541</b>
<b>DATA</b>	7 luglio 2012

<b>TEMA PROPOSTO</b> (breve descrizione)	Valorizzare la cooperazione di comunità e popolare, quale peculiarità italiana, può incrementare la capacità di raccolta fondi per la cooperazione. Essa propone ai mercati un ulteriore modello di aiuto internazionale in grado di conquistare e fidelizzare nuovi donatori con nuove modalità. Uno strumento per rilanciare anche la cooperazione decentrata.
---	--

### Note per la compilazione

*Il presente template deve essere utilizzato per redigere il contributo da sottomettere al gruppo di interesse. L'autore dovrà compilare i campi su sfondo grigio in pagina 1; il testo del contributo potrà essere scritto liberamente nelle pagine seguenti secondo la strutturazione in 3 paragrafi già impostata e per un totale di **3.000 battute**. Il form completo dovrà essere inviato all'indirizzo email corrispondente al gruppo. Saranno presi in considerazione solo i contributi completi, conformi al formato stabilito e che saranno ricevuti entro il termine ultimo del 10 luglio 2012.*

*Per maggiori dettagli si rimanda all'indirizzo Internet <http://www.cooperazioneintegrazione.gov.it>.*

## **I. Stato dell'arte dell'Italia rispetto al tema proposto**

Il fund raising per la cooperazione in Italia ha diversi anime e relativi modelli.

1 – fund raising comunitario, fondato sul sostegno di comunità locali alle azioni religiose e laiche di impegno civile

2 – fund raising “di stato” che di fatto ha promosso lo sviluppo di una identità “parapubblica” delle storiche ong italiane in quanto fornitrici di competenze per la realizzazione di progetti.

3 – conseguentemente alla crisi economica e istituzionale degli anni '90 si è affermato un modello di ONG orientato al marketing, veicolato anche dall'arrivo di sigle internazionali della cooperazione e dalla tendenza di VIP e grandi filantropi ad operare autonomamente con proprie campagne.

Oggi si assiste ad una polarizzazione del fund raising, tra un approccio “massimalista” basato su un forte marchio, una azione di marketing di massa e la semplificazione delle cause sociali e un approccio “minimalista” basato sull'intervento puntuale e una “filiera” donatore-organizzazione-beneficiari molto corta ma caratterizzato da spontaneismo e da una scarsa capacità di fare rete e sistema (i donatori nelle ultime indagini manifestano insofferenza verso l'eccessiva frammentazione e sovrapposizione tra organizzazioni).

## II. Valore aggiunto dell'approccio italiano

La dimensione comunitaria del fund raising appare essere una specificità e un valore tipicamente italiano. Lo è stato anche nel caso della cooperazione decentrata che però oggi ha esaurito la sua spinta innovativa.

La società civile ha riservato una grande attenzione all'impegno internazionale, che si è concretizzato in una azione comunitaria fondata su un legame diretto con le comunità beneficiarie. Ciò produce non solo risorse economiche (nel 2010 la cooperazione popolare e comunitaria ha raccolto 600 milioni euro, contro i 350 delle grandi campagne delle ONG e i 130 erogati effettivamente dalla DGCS-MAE), ma anche risorse umane, competenze, beni, servizi legati alle eccellenze italiane coinvolgendo soggetti privati e sociali atipici rispetto a quelli tradizionalmente riconosciuti nel settore della cooperazione.

### III. Raccomandazioni specifiche

- mappare attraverso una ricerca-azione il settore della cooperazione di comunità e popolare, valutando le sue caratteristiche economiche e organizzative e definendo fattori di ostacolo e facilitazione per un suo consolidamento e sviluppo
- operare un rafforzamento delle capacità manageriali e di fund raising “alle radici dell’erba” basate su un modello italiano compatibile con la propria identità e le proprie caratteristiche (anche in quanto risultato della ricerca di cui sopra)
- dare forza ad un “marchio italiano” della cooperazione di comunità che metta in evidenza le citate peculiarità positive promuovendole verso i differenti mercati del fund raising
- favorire la messa in rete delle organizzazioni e lo sviluppo di una cultura consortile che salvi le identità specifiche ma ottimizzi il loro intervento in una policy condivisa.
- rilanciare la cooperazione decentrata come politica locale che promuova e faciliti la attivazione della società civile per la cooperazione popolare e di comunità