

Centro Studi sul *Non Profit*



**IL FUNDRAISING E IL PEOPLE RAISING
POLITICO IN ITALIA, STATI UNITI D'AMERICA
E REGNO UNITO:
II^a ANALISI COMPARATIVA – anno 2013**

(Ricerca completata in data 30/08/2013)

ABSTRACT

(La ricerca completa è composta da 20 grafici)

**Di Raffaele PICILLI
e Flavio GIORDANO**

Il **fundraising** è un insieme di principi e di tecniche che servono alle organizzazioni nonprofit per reperire risorse da utilizzare per sostenere le proprie attività istituzionali.

In Italia, l'utilizzo delle tecniche di fundraising è ormai abbastanza diffuso. Ne fanno maggiormente uso le organizzazioni di volontariato e in maniera residua, altri soggetti quali per esempio: ospedali, università, musei, scuole, biblioteche. Le tecniche di fundraising e people raising politico, rappresentano una novità in Italia e sono ancora poco conosciute e ancor meno utilizzate.

Il tema di questa ricerca è stato la comparazione dell'utilizzo di tecniche di fundraising da parte dei partiti politici in Italia, Stati Uniti d'America e Regno Unito. Per l'Italia è stata considerata una popolazione di venti tra partiti e movimenti politici, quattro gli Stati Uniti e tre per il Regno Unito.

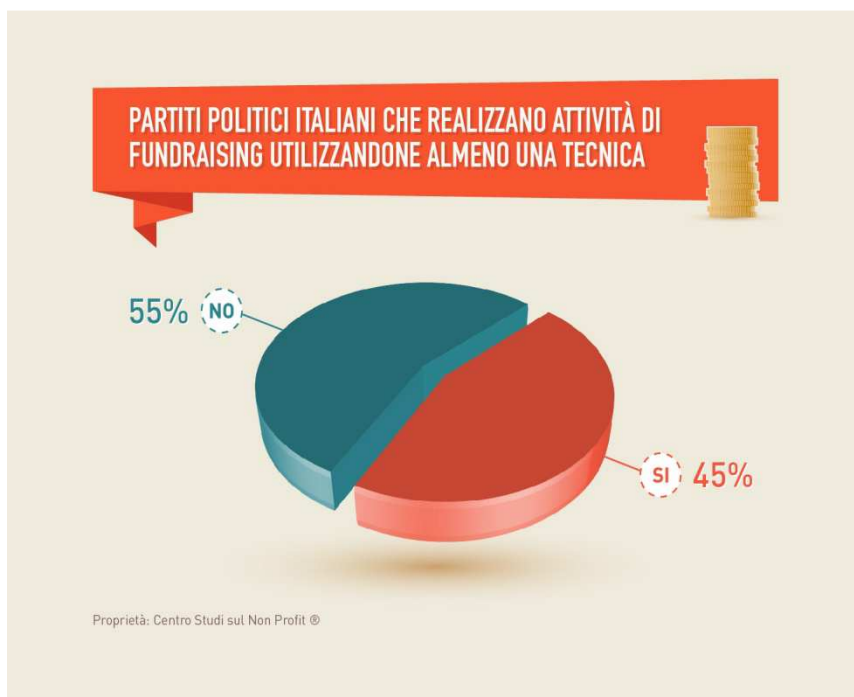
Alcune considerazioni:

Nel dicembre 2010, Il **Centro Studi sul Non Profit** e il network di professionisti **Raise the Wind**, hanno pubblicato la prima ricerca comparativa sul "**fundraising per la politica in Italia, Stati Uniti d'America e Regno Unito**". Ad agosto 2013, è stata completata la seconda edizione. Nel periodo intercorso tra le due analisi, la crisi di fiducia dei cittadini nei confronti dei partiti politici italiani ha subito un notevole incremento.

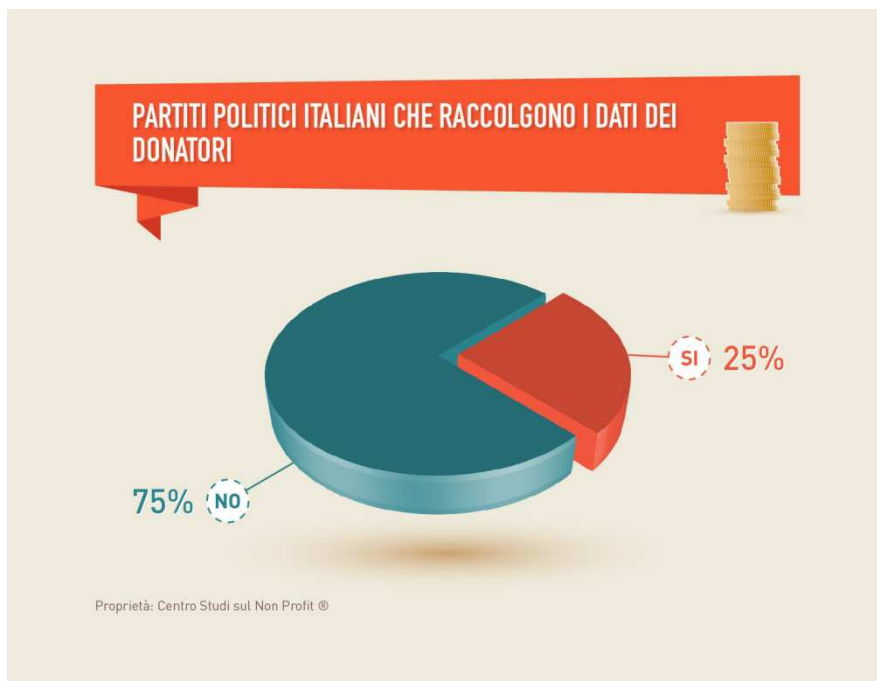
Nella pubblicazione del 2013 sono stati presi in considerazione venti partiti rispetto ai diciotto considerati del 2010. E' risultato evidente che, in circa tre anni, rispetto al fundraising e al people raising, in Italia c'è stato un modesto avvicinamento al modello anglo-americano. Si è osservato che, per esempio, all'interno delle *home page* dei siti web di alcuni partiti, lo spazio che invita alla donazione risulta ben evidenziato con colori che catturano immediatamente l'attenzione rispetto al resto del sito, inoltre, vengono anche suggerite al potenziale sostenitore varie forme di sostegno.

In Italia, sono ancora pochi i partiti politici che adottano almeno una tecnica di fundraising, tra questi mancano soprattutto i partiti più piccoli, anche extraparlamentari.

Analizzando i dati pubblicati nel 2013, la percentuale di partiti che **utilizza almeno una tecnica di raccolta fondi** si attesta al 45% segnando un trend in leggero aumento, infatti nel 2010 erano il 44%.



La maggior parte dei partiti italiani non recepisce ancora come fondamentale la fidelizzazione del donatore con relativo e necessario passaggio da donatore occasionale a donatore periodico. Del resto, solo il 25% dei partiti **raccoglie i dati** dei propri donatori, percentuale immutata rispetto ai dati del 2010.

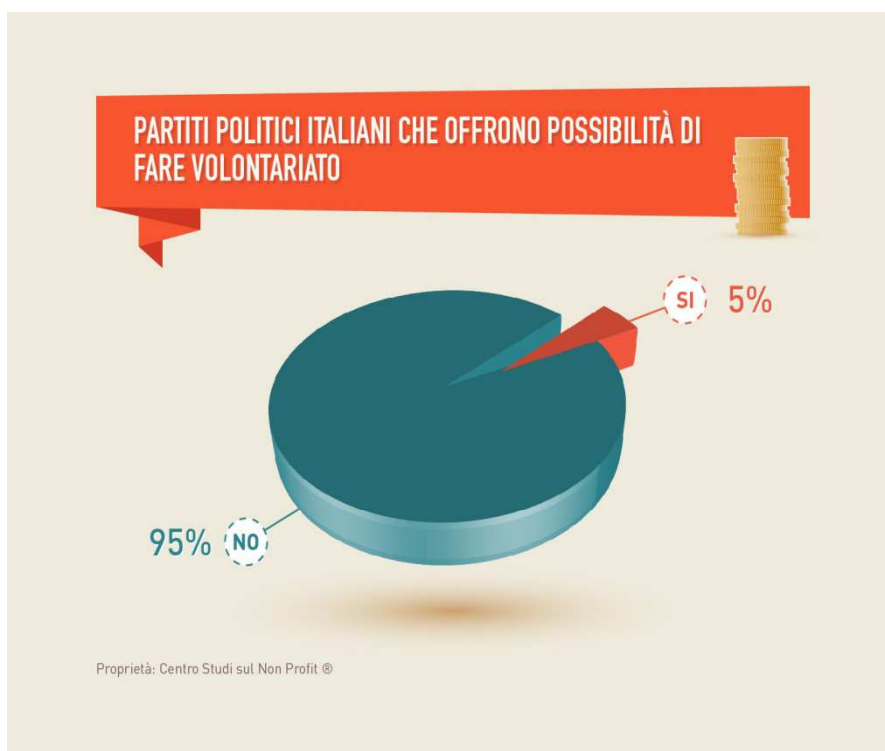


La **carta di credito**, che rappresenta lo strumento di transazione più diffuso *on line*, è utilizzata per la raccolta delle donazione solo dal 35% dei partiti, mentre soltanto il 10% propone al donatore un importo preciso per la donazione.

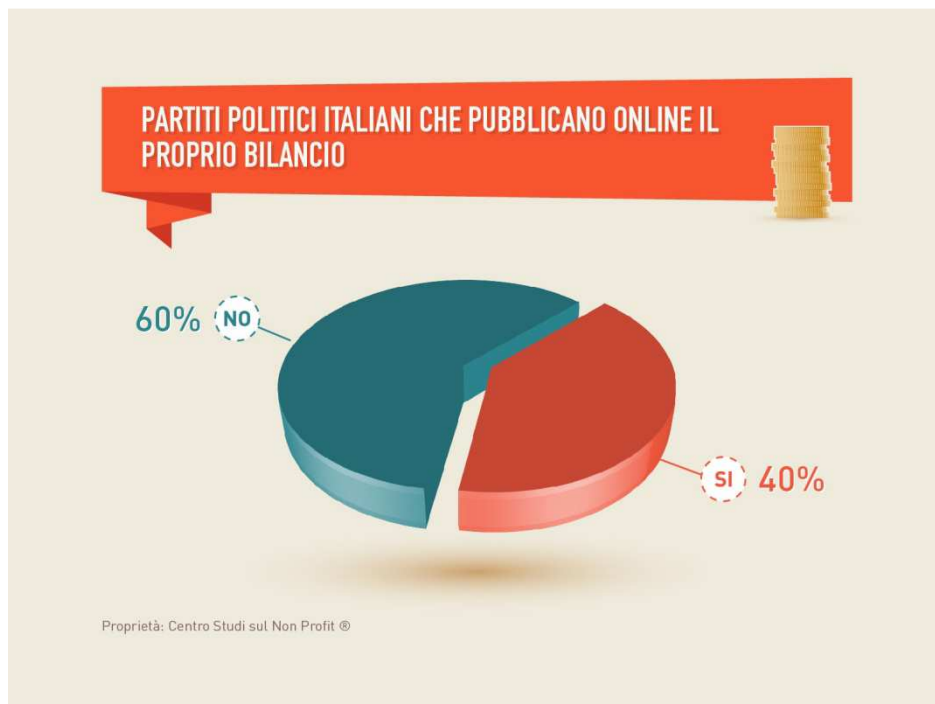
Il **bonifico bancario**, utilizzato dal 40% dei partiti per accettare donazioni, ha sicuramente guadagnato in termini di utilizzabilità con la diffusione dell'*home banking*. Per quanto riguarda l'uso del bollettino di **conto corrente postale**, eseguibile anche *on line*, la sua percentuale di utilizzo da parte dei partiti, si ferma al 30%.

Altro sistema per il finanziamento dei partiti è l'utilizzo di uno **shop** (con prodotti utilizzati per il merchandising) che viene utilizzata soltanto dal 5% dei partiti politici.

Inoltre, solo il 5% dei partiti chiede ai propri sostenitori di svolgere attività organizzate di **volontariato** a proprio favore.



Mentre, in tre anni, non si sono fatti grandi progressi rispetto al fundraising, si notano miglioramenti nella **comunicazione** e nel rapporto diretto tra partito e cittadino. Infatti, il 65% dei partiti utilizza social network quali Facebook, Twitter e Youtube, mentre, solo il 40% dei partiti pubblicano *on line* il proprio **bilancio**.



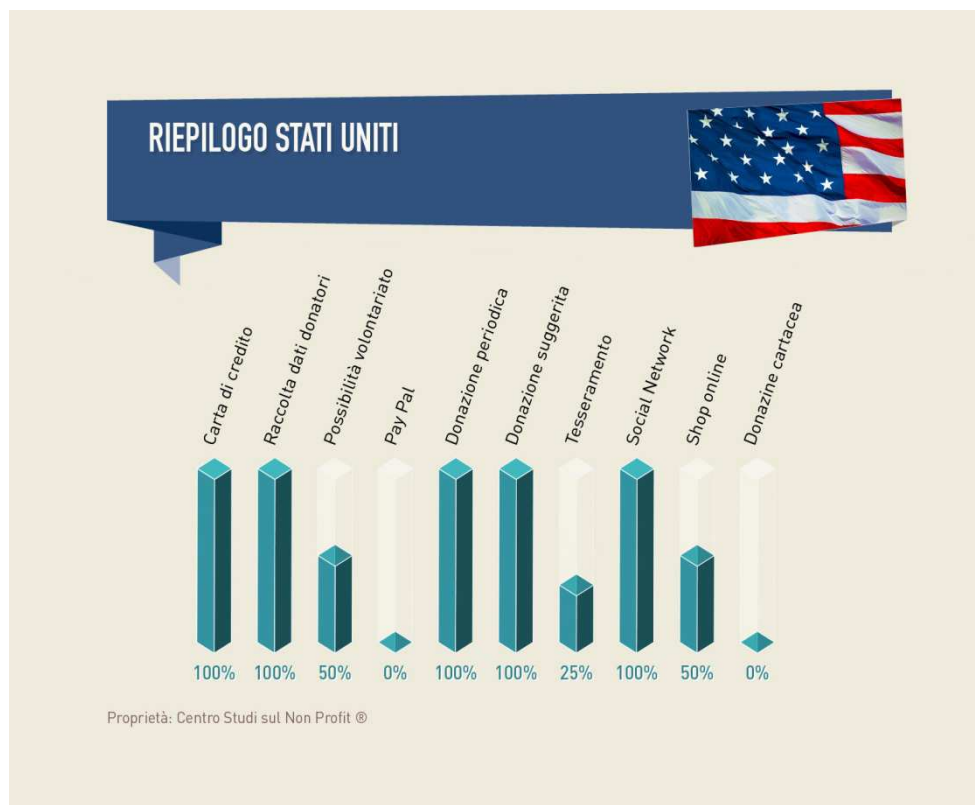
2.0 IL FUNDRAISING E PEOPLE RAISING POLITICO NEGLI STATI UNITI D'AMERICA

6

Nell'ambito di questa ricerca sono stati analizzati i quattro maggiori partiti operanti negli Stati Uniti d'America:

1. **Democratic Party**
2. **Republican Party**
3. **Green Party**
4. **Libertarian Party**

E' stato osservato che i partiti mettono in atto strategie di fundraising utilizzando quasi tutti gli strumenti e le tecniche oggi a disposizione.

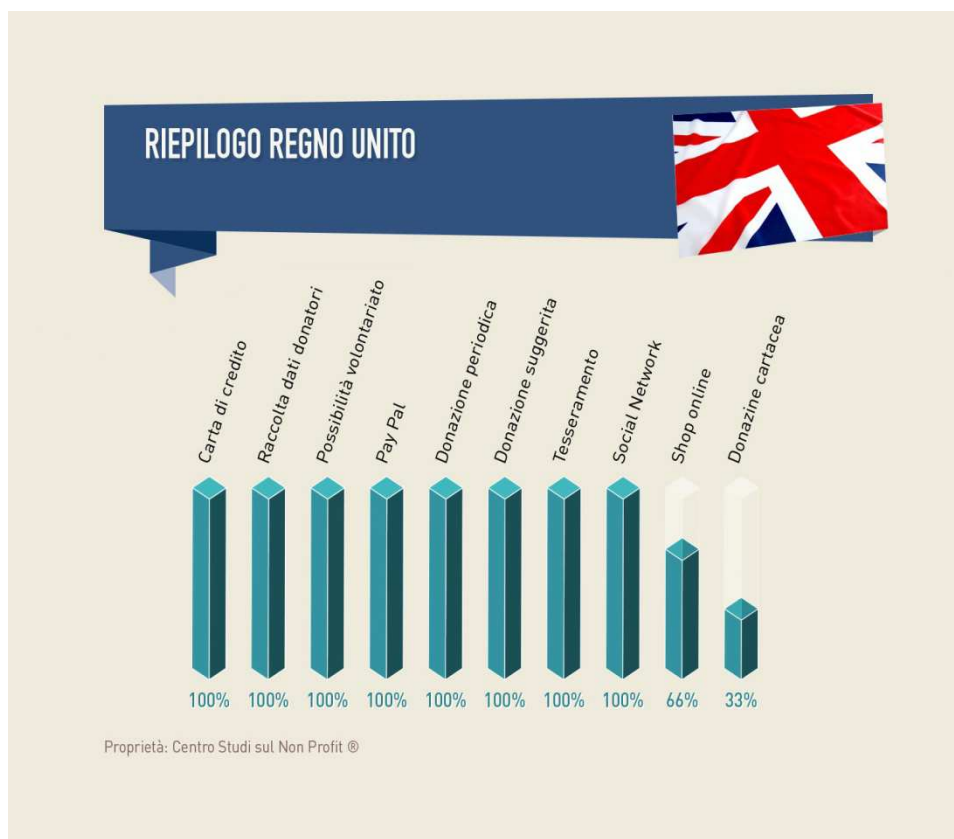


3.0 IL FUNDRAISING E PEOPLE RAISING POLITICO NEL REGNO UNITO

7

Nell'ambito di questa ricerca sono stati analizzati i tre maggiori partiti politici del Regno Unito:

1. Labour Party
2. Conservative Party
3. Liberal Democratic Party



CHI SIAMO

Il **Centro Studi sul Non profit** è un'organizzazione senza fini di lucro nata all'inizio del 2010. Le attività principali sono lo studio e la ricerca in ambito Nonprofit. I professionisti che collaborano alle attività del Centro lo fanno a titolo gratuito. Le attività di ricerca sono finanziate da privati.

email: centrostudiononprofit@gmail.com

Raise the Wind è un network di professionisti specializzati nell'offrire servizi al Nonprofit e agli Enti Pubblici. Fornisce consulenza in fundraising, people raising, comunicazione sociale e formazione. Dall'anno 2001, è attivo a Firenze, Roma e Salerno. Fondato e diretto dal *fundraiser* Raffaele Picilli, Raise the Wind può contare sull'apporto qualificato di professionisti impegnati da anni nel Terzo Settore.

Raise the Wind, nei suoi primi dodici anni di attività, ha formato oltre 10.000 operatori impegnati nel nonprofit e ha offerto consulenze per oltre 8000 ore lavorative.

web site: www.raisethewind.it

blog: www.beafundraiser.it

email: info@raisethewind.it