

Mario Onnis, *Emergency Milano*

Comunicazione Esterna e Raccolta fondi

La presente non intende essere una relazione sulle tecniche di raccolta fondi attuate da Emergency. Se non altro perché in Emergency non esiste né un responsabile incaricato di tale attività né vi si dedica specificamente una parte della struttura dell'organizzazione. Ciò non significa che Emergency non raccolga fondi e non si adoperi per attirare finanziamenti: essi sono indispensabili per la realizzazione degli scopi che Emergency si prefigge, anche se non ne sono l'unica garanzia.

Appare opportuno citare l'**articolo 5** dello Statuto di Emergency che recita:

“L'associazione ha lo scopo di:

1. promuovere una cultura di pace e di solidarietà
2. promuovere l'affermazione dei diritti umani anche attraverso iniziative tese alla loro effettiva attuazione
3. intervenire nelle zone di guerra con iniziative umanitarie in favore delle vittime – in particolare civili – dei conflitti armati, dei feriti e di tutti coloro che soffrono altre conseguenze sociali dei conflitti o della povertà quali fame, malnutrizione, malattie, assenza di cure mediche e di istruzione
4. portare soccorso alle vittime di calamità naturali”.

All'**articolo 6** si esemplificano le finalità più particolari e se ne fa un elenco, seppure non esaustivo. Tra esse, mi pare opportuno citare la seguente:

“fornire informazioni sul contenuto e sulle motivazioni della propria attività, in particolare ai propri sostenitori.”

Infine, cito sempre lo Statuto, è significativo l'**articolo 8**:

“le risorse economiche per il funzionamento dell'associazione e per lo svolgimento delle attività umanitarie provengono dalle quote sociali da contributi, lasciti e donazioni di privati sostenitori, di enti o istituzioni, di organismi nazionali e internazionali e da sponsorizzazioni, nonché da attività commerciali marginali.”

Emergency realizza quindi attività di raccolta fondi, come del resto è ovvio. Si tratta ora di vedere “come”.

Con queste note mi propongo di:

- esporre alcune linee guida sulle quali si basa tale attività
- riferire di due specifiche esperienze

Gli scopi indicati ai punti 3. e 4. dell'articolo 5 dello Statuto sono perseguiti e realizzati attraverso la creazione e la gestione di ospedali, centri sanitari, posti di

primo soccorso e centri di riabilitazione (in essi, è bene ricordarlo, la cura e l'assistenza sono assolutamente gratuite).

Tutte queste strutture **devono durare nel tempo.**

Ancora: la "domanda" di cura e di assistenza (e quindi delle strutture elencate) è enormemente inferiore alla "offerta".

Ne deriva:

- la necessità di reperire fondi continuamente, a tempo praticamente indeterminato
- l'innescò di un processo a spirale: occorre raccogliere fondi per creare e gestire quelle strutture; più finanziamenti arrivano, più strutture si creano (o, comunque, si progettano), il che genera nuova necessità di finanziamenti, e così via.

Queste circostanze impongono sia la ricerca di sempre nuovi sostenitori, sia la fidelizzazione di quelli già acquisiti.

Le situazioni che Emergency affronta sono per lo più trascurate non solo dagli aiuti internazionali, ma anche dai mezzi di comunicazione (chi parla più della Cambogia, tanto per fare un esempio?). Solo sulla base di un'**informazione** che proponga la conoscenza di situazioni ignorate (o, comunque, trascurate) è possibile fondare e rendere fattibili gli interventi che Emergency compie. È questa la ragione per cui, oltre all'obbligo sancito dallo Statuto, parte integrante dell'attività dell'organizzazione è costituita dalla presentazione di Emergency, dei suoi valori fondanti, dei suoi criteri di comportamento e di azione. In altri termini, parte integrante dell'attività dell'associazione è la **comunicazione.**

La legittimità della richiesta di sostegno per Emergency **deve** fondarsi sulla conoscenza approfondita e diretta. Questa, a sua volta, consente ai sostenitori di svolgere un'attenta funzione di controllo del nostro operato. La cura che poniamo nel fornire informazioni sul funzionamento delle strutture esistenti, sullo stato dei lavori in corso e sui nostri progetti futuri, nonché la pubblicità capillare che diamo ai nostri bilanci, sia consuntivo sia preventivo, derivano da questa radicata convinzione. Questo è altresì il motivo per il quale i nostri importanti interlocutori, oltre ai cittadini intesi come singole persone, sono i soggetti plurali e collettivi (istituzioni, luoghi di lavoro, scuole, organizzazioni di vario tipo etc.).

Tutto ciò significa che è per noi un obiettivo irrinunciabile il **coinvolgimento** degli interlocutori (al di là del fatto che essi siano o no anche nostri finanziatori). Coinvolgimento che ci preoccupiamo di stimolare facendo leva sullo spirito di solidarietà piuttosto che sulla predisposizione alla beneficenza.

Provando a sintetizzare si potrebbe affermare che ci basiamo:

- sulla puntuale informazione su cosa è, cosa fa, dove e come opera Emergency
- sulla condivisione cosciente dei nostri valori fondanti
- nei limiti per ciascuno possibili, sull'impegno personale. Ci attendiamo e sollecitiamo

l'attività di volontario; non si richiedono solo finanziamenti, ma anche la messa in

campo di tempo/esperienza/competenze. Come già detto, **solidarietà** oltre la beneficenza.

Ottenere il finanziamento diventa a questo punto una **conseguenza** delle varie attività nella realizzazione delle quali tutta la struttura di Emergency è impegnata (da quella primaria di assistenza e cura ai feriti e ai malati, all'operato dei nostri rappresentanti nel territorio, alle iniziative di comunicazione, all'organizzazione o partecipazione ad eventi).

Insomma: la decisione di finanziare Emergency è un effetto...indotto.

Un aneddoto esemplificativo: ci è capitato di fare campagne di informazione su nostri specifici progetti di intervento senza indicare gli estremi dei nostri conti correnti postale e bancario. Ci hanno intasato i centralini e la posta elettronica per sapere come sostenerci finanziariamente!

In questo senso si può affermare che tutti i membri di Emergency sono "raccoltori di fondi" ed in questo senso va interpretato il fatto che, almeno a tutt'oggi - lo abbiamo già detto - non esiste in

Emergency una persona (o una parte della sua struttura) specificamente incaricati della raccolta dei fondi.

Evidentemente ciò comporta dei problemi. Un possibile, non esaustivo elenco dei quali può essere il seguente:

- difficoltà di prevedere, anno dopo anno e con accettabile approssimazione, l'entità dei finanziamenti
- sfasamento di tempi tra la specifica iniziativa (che, ribadisco, è quasi sempre portata a termine *in primis* all'informazione) e l'arrivo dei fondi che la finanziano
- difficoltà nel verificare che ci sia garanzia di compatibilità etica tra le attività della fonte di finanziamento e la filosofia, i valori, la cultura di Emergency. È questo il motivo per cui, ad esempio, non intratteniamo rapporti "a pioggia" via posta tradizionale o elettronica, stante l'impossibilità di selezionare i destinatari in base ai criteri suddetti
- impossibilità di impedire – e questo in particolare per le aziende, le organizzazioni e le istituzioni pubbliche – che la "molla" per la donazione sia **esclusivamente** un ritorno di immagine (o addirittura una "ripulitura" della propria immagine) e non il senso di responsabilità sociale.

Un tale ribaltamento di priorità (prima l'informazione e la ricerca di consenso, poi la ricerca dei fondi necessari per realizzare le iniziative statutarie) garantisce a nostro avviso la condivisione e la diffusione dei valori e delle idealità che contraddistinguono l'Organizzazione.

Per dare conto di questa "ricaduta valoriale" della nostra attività e dell'ampliamento della capacità di operare di Emergency, vengo ora alla descrizione, volutamente sintetica, di due specifiche esperienze. La prima ha preso come ambito di sviluppo un territorio, la seconda ha individuato come terreno di azione una serie di aziende pubbliche e private.

1. L'azione sul territorio

L'ambito di intervento ha riguardato una cittadina di poco più di 25.000 abitanti e dei suoi dintorni. Si tratta di una cittadina piuttosto ricca, con un robusto tessuto di aziende (grandi, piccole e medie) pubbliche e private, e con una forte presenza di organizzazioni sociali di vario tipo (in particolare del volontariato), nella quale operava, dal 1997, un piccolo gruppo di Emergency.

Ambito cronologico dell'intervento: dal febbraio 2000 al marzo 2001.

Obiettivi dell'iniziativa:

- far conoscere Emergency, le sue attività e la possibilità di impegnarsi in essa come volontari
- illustrare il progetto della costruzione dell'ospedale di Emergency in Sierra Leone dotato, tra l'altro, di una sala operatoria da attrezzarsi (con una spesa preventivata di 80.000 U.S.A. \$, tutti da raccogliere)

Caratteristiche generali dell'iniziativa:

- ha ottenuto il patrocinio del Comune
- ha voluto coinvolgere tutte le componenti della realtà locale (istituzioni pubbliche, aziende pubbliche e private e loro dipendenti, banche, artigiani, commercianti, scuole, organizzazioni sociali e sportive, singoli cittadini)
- si proponeva un obiettivo, dal punto di vista dell'impegno strettamente finanziario, di una non trascurabile consistenza.

Caratteristiche metodologiche dell'intervento:

- si sono organizzati specifiche occasioni di informazione (conferenze, partecipazione ad assemblee pubbliche, nelle scuole e nei luoghi di lavoro)
- è stato richiesto (obiettivo ampiamente soddisfatto) il sostegno degli organi di informazione locale
- si è suddivisa la realtà locale in "segmenti" in modo da massimizzare l'efficacia dell'intervento su ciascuno di essi; al loro interno si sono individuati e contattati personalmente precisi rappresentanti
- si è mantenuto uno stretto rapporto con la sede centrale di Emergency
- si sono organizzate specifiche iniziative pubbliche a sostegno della iniziativa, sia nella sua fase di lancio, sia in itinere, sia alla sua conclusione
- si è rivelato di fondamentale importanza il poter disporre di persone che, in loco, fossero sufficientemente conosciute e godessero di stima e fiducia.

Risultati:

- grande diffusione della conoscenza di Emergency
- successiva nascita di iniziative (solo alcune) "spontanee" di sostegno ad Emergency
- infoltimento e rafforzamento motivazionale del gruppo locale di Emergency
- raccolta di circa 90.000 U.S.A. \$ (di una somma, quindi, superiore ai preventivati 80.000)
- aumento, nel tempo, del numero dei sostenitori locali di Emergency, come testimoniano i versamenti volontari giunti da questa zona fino ad oggi

2. L'iniziativa nelle aziende

La seconda specifica esperienza riguarda luoghi di lavoro, sia pubblici sia privati, e i loro dipendenti.

Obiettivi:

- diffusione della conoscenza di Emergency
- illustrazione di uno specifico progetto di Emergency (di volta in volta, l'acquisto di ambulanze e fuoristrada; sostegno alle spese di gestione di singoli reparti di nostri ospedali ecc.)

Caratteristiche metodologiche:

- l'opera di informazione è avvenuta tramite la distribuzione di materiale informativo cartaceo e la proiezione di videocassette e diapositive e mediante la partecipazione ad assemblee in orario di lavoro
- i "canali" utilizzati sono stati le conoscenze personali, i delegati sindacali, i responsabili dei CRAL, i rapporti con figure "carismatiche" all'interno dell'azienda
- è stata attivata una forma di collaborazione da parte dell'ufficio personale delle aziende
- è stata proposta come modalità di eventuale finanziamento la trattenuta sullo stipendio mensile, liberamente e riservatamente sottoscritta mediante una delega all'azienda
- è stato proposto alla proprietà di partecipare al finanziamento (verificatosi, nella maggior parte dei casi, con una somma pari a quella raccolta tra i dipendenti).

Caratteristica di fondo di un'iniziativa di questo genere:

- i lavoratori partecipano come singoli individui e in modo anonimo ma, e questo ci appare particolarmente significativo, anche come gruppo sociale omogeneo (i versamenti hanno come soggetto e causale "i dipendenti de...").

Difficoltà principale:

- trovare, tra gli aderenti ad Emergency (che sono per lo più studenti e lavoratori), persone con il tempo e l'esperienza necessari allo scopo.

Risultati raggiunti (nell'arco di circa due anni):

- sono stati significativi sia il numero di aziende contattate (più di sessanta) sia il corrispondente ambito geografico di azione
- sono stati coinvolti circa 15.000 lavoratori
- in alcune aziende l'esperienza è stata spontaneamente ripetuta a distanza di tempo
- sono stati raccolti finora circa 200.000 euro.

Milano, 24 marzo 2004