

Ogni buon testo e corso di fundraising prendono il via dal concetto di “mission”, cioè il motivo per cui la nostra organizzazione non profit esiste. Preservare il patrimonio naturalistico delle Prealpi per garantirne la biodiversità. Sostenere gli studenti dell’Università di Perugia meritevoli ma in difficoltà economica erogando borse di studio. Informare dei vantaggi economici, igienici e ambientali dati dall’uso dei pannolini lavabili. Ogni organizzazione non profit ha la sua.

Dichiarare la mission dovrebbe almeno: lasciare intuire quali valori ci spingono, far capire qual è il grande problema che vogliamo affrontare, accennare a come operiamo. Tante cose da riassumere in poche frasi! Capisci bene che per ogni organizzazione non profit chiarire la propria mission, cioè rispondere alla domanda “*Perché esisti?*”, è tra le prime, anzi la prima cosa da fare quando si vuole impegnarsi nella raccolta fondi.

Ma allora perché in questo blog trattiamo l’argomento “perché” (o “mission”) per terzo sui dieci post sulle 9P+1 del fundraising e non per primo?!? Presto detto: trovare una risposta dei “perché” così enormi è un lavoraccio, metterlo come primo step rischia di bloccarci su tutto il resto. Alcuni criticheranno questa presa di posizione, però credo che gran parte delle piccole e piccolissime organizzazioni non profit possano permettersi questa licenza.

50 sfumature di grigio...

Chiarire il “*perché?*” della propria onp è un processo che per essere completato richiede 5 minuti (accade quando non si prende sul serio la cosa perché “*è già tutto chiaro*”. Alla fine va bene qualsiasi risposta, fosse anche sbagliata!) oppure una quantità infinita di tempo. Per cui, **propongo una mediazione:** parliamo pure del perché (o *dei* perché) dell’organizzazione non profit. Se le risposte che emergono sono “bianco” e “nero”, allora fermiamoci a lavorarci su (*vedi il prossimo paragrafo!*). Invece, se le risposte sono del tipo “grigio topo”, “grigio canna di fucile”, “grigio cumulonembo” consiglio di andare avanti e a **trovare, strada facendo, una sfumatura di grigio che coincida con quanto viene espresso e messo in atto** non da infinite filosofie, bensì dal progetto o dai progetti della onp.

Una domanda, cento interpretazioni

Chiedersi “perché?” può essere rischioso per il governo della onp. L’esercizio consigliato è sempre lo stesso, tanto divertente quanto sadico: chiedere ad ogni consigliere del direttivo di rispondere a modo suo al fatidico “*perché?*”. Sarà la fiera delle interpretazioni, delle visioni, dei modi di intendere. Difficilmente, davvero, sentirai due risposte uguali. La discussione passerà da “*Noi siamo a favore dell’inclusione o contro l’esclusione?*”, a contrappunti del tipo “*Abbiamo iniziato per questi motivi: era il 1976 quando il sottoscritto assieme a...*” contro “*Da allora è cambiato tutto, non vedete? Quel che valeva ieri oggi non vale più...*”, a provocazioni come “*Mi trovo spesso a chiedermi, ha ancora senso fare quello che facciamo?*”, a tentativi rivoluzionari e bordate reazionarie. Qualcuno dovrà rendere possibile o almeno facilitare una sintesi. **Preparati a vederne delle belle.**

Niente è cambiato, anche se tutto è diverso

L’identità dell’organizzazione non profit negli anni cambia. Quello che resta identico di solito sono i valori alla base, ma spesso tutto il resto evolve: cambiano le priorità, le modalità operative, gli interlocutori, le forme organizzative... così cambiano anche le risposte a quello stesso “*perché?*” su cui ci interrogheremo di nuovo a distanza di anni. Posso nascere come associazione per i diritti delle famiglie con persone disabili e trovarmi al fianco di una nuova cooperativa di inserimento lavorativo pochi anni dopo. E magari più avanti far parte di un gruppo non profit che include una fondazione per il “dopo di noi”, emanazione dell’associazione iniziale. I motivi profondi

sono sempre gli stessi, ma alla domanda “*perché oggi fai quello che fai?*” dobbiamo saper rispondere in modo coerente con quanto stai attuando in concreto. **Aggiornare la propria mission è un’occasione per rinnovare con forza l’impegno nella comunità e per affermare l’unicità del nostro modo di operare** (sul punto, ti consiglio di tenere ben presente [l’importanza strategica dei progetti!](#)) e questo é un fattore di successo per il fundraising.

- **DA FARE SUBITO:** recupera il testo che enuncia la mission della tua onp. Leggilo e rispondi: é comprensibile? Rispecchia a tuo giudizio i motivi per cui oggi la tua organizzazione non profit esiste ed opera? Cosa stride tra lo scritto e la realtà? Cosa é rimasto intatto nel tempo?
- **DA FARE IN SETTIMANA:** come aggiorneresti la mission della tua onp? Riusciresti a riassumerla in uno slogan?
- **DA FARE NEL MESE:** proponi al consiglio direttivo di fissare un incontro durante il quale rispondere individualmente alla domanda “*perché esistiamo?*” e poi confrontarsi sul tema.

Condividi generosamente su

- [Fai clic per condividere su Facebook \(Si apre in una nuova finestra\)](#)
- [Fai clic qui per condividere su Twitter \(Si apre in una nuova finestra\)](#)
- [Fai clic qui per condividere su LinkedIn \(Si apre in una nuova finestra\)](#)
- [Fai clic per condividere su WhatsApp \(Si apre in una nuova finestra\)](#)
- [Fai clic per condividere su Telegram \(Si apre in una nuova finestra\)](#)