

A inizio dicembre 2020 si è conclusa l'esperienza di Talenti per il Fundraising (TpF), il corso di Alta Formazione promosso da Fondazione CRT che nel contesto sfidante della pandemia ha formato a distanza (e per qualche settimana in presenza) 50 fundraiser, tra cui proprio noi due, Giacomo e Liborio. Da compagni di corso ci siamo ritrovati nelle inedite vesti di tutor e tirocinante: Giacomo è infatti vice-presidente e direttore generale di ACMOS, associazione torinese che ha fatto dell'educazione alla cittadinanza, alla legalità e al consumo consapevole la propria mission e in cui Liborio si è tuffato a capofitto dopo TpF. Uno strano gioco di incastri, in virtù del quale ci siamo ritrovati a diventare adulti nel mondo del fundraising.

La campagna “Restituiti, a tuttə.”

Forti della nostra inesperienza, affiancati da altre due volenterose e ancor più inesperte persone, ci siamo misurati con la nostra prima sfida: una **campagna di crowdfunding per Libera Piemonte**. ACMOS è infatti soggetto costitutivo del network di Libera, e in occasione del 25esimo compleanno della legge 109/96, attraverso la quale fu normato il riutilizzo a scopi sociali dei beni confiscati alla criminalità organizzata, è stata lanciata una campagna per renderne accessibili tre sul territorio piemontese: Cascina Caccia, Casa delle Rose e la Villa di San Giusto Canavese (riconsegnata alla cittadinanza proprio qualche settimana fa!). Il **focus è stato sull'accessibilità** poiché non è possibile parlare di restituzione alla cittadinanza se non si è inclusivi, rendendo quindi questi spazi appartenenti alla Repubblica casa di tutte e tutti. **Obiettivo 10000 euro**, una cifra sufficiente ad intervenire concretamente sui tre beni, nonché una montagna da scalare per due fundraiser in erba come noi. Beh sì, potreste dire che a supporto avevamo l'intera rete di Libera Piemonte, ma qui la vera sfida: attivare una community che non ha mai fatto una campagna di raccolta fondi. Mica facile! **(Com'è finita? SPOILER, bene!)** La scelta della piattaforma è ricaduta su Starteed, uno strumento altamente personalizzabile e tutto torinese su cui abbiamo caricato i nostri reward (*la ricompensa*), dal vasetto di miele prodotto in Cascina Caccia al buono per una visita guidata ai beni con annessa *merenda sinoira* (un goloso piemontesismo su cui fare due chiacchiere, scriveteci!).

Quello a cui avevamo pensato



Da bravi secchioni, abbiamo applicato tutto quello che avevamo imparato sulle nostre scrivanie di casa: *tabella dei range, identificazione delle personas, mappatura dei costituenti e analisi attraverso metodo CAI, e infine un bel piano editoriale*. Tutto molto bello, come una cornicetta sulla prima pagina del quaderno di geografia; bisognava entrare nel vivo e innescare circoli virtuosi di relazioni, a partire dalla diffusione della campagna tra le reti interne. Ecco perché abbiamo impiegato circa 2054 minuti tra **telefonate e videocall per parlare con presidi e coordinamenti di Libera Piemonte e tutte quelle persone che potevano aderire alla nostra causa**. E' proprio vero, il

fundraising non è fatto solo di soldi, ma soprattutto di relazioni, a volte anche inaspettate!

Quello a cui non avevamo pensato

- **L'ampiezza del target:** dovendo realizzare una campagna senza poter contare su un database aggiornato, la definizione del nostro target è avvenuta cammin facendo; un approccio meno scientifico, indubbiamente, ma in grado di riservare piacevoli sorprese, dagli attiviste adolescenti che hanno apprezzato la scelta linguistica della campagna*, ad ex-ministri e donatori più istituzionali.

**alcune riunioni e chiacchierate con persone attiviste ci hanno permesso di non scadere nell'abilismo, optando per l'utilizzo dello ə (schwa), il simbolo utilizzato per rendere l'italiano una lingua più inclusiva. In questo articolo ci siamo rivolti al lettore cercando di utilizzare un linguaggio neutro e il più possibile inclusivo, sperando di non aver urtato la sensibilità di persona alcuna.*

- **User-generated content** (ovvero *l'espansione dei contenuti generati dagli stessi utenti*): la campagna ha entusiasmato così tanto un'amica e attivista di Libera Piemonte da spingerla a creare un [video](#) a supporto dell'iniziativa in occasione del suo compleanno, scardinando lo stereotipo dell'abilismo e insistendo sul diritto all'accessibilità per tutte e tutti, anche le mamme incinte, i vecchietti col bastone e tutte le persone in condizioni di fragilità.
- **Le persone ringraziano, sul serio:** pensavamo fossero solo casi studio, aneddoti positivi che ti racconti per farti coraggio quando alle 5 del pomeriggio non hai ancora ricevuto nemmeno una donazione, ma è vero, i donatori ringraziano. Fra i tanti, citiamo il caso di un ex-magistrato, che ricevuta l'e-mail di ringraziamento per la sua donazione ci ha risposto con la sua storia e con un grazie pieno di calore. Non abbiamo resistito, e gli abbiamo proposto di realizzare insieme a noi un [video](#) per supportare la campagna e offrire la sua testimonianza.

IL NUOVO CHE AVANZA: Twitch e Clubhouse.

Nel corso della campagna ci siamo imbattuti piacevolmente in questi due strumenti digitali, su cui pensiamo sia opportuno spendere qualche parola. [Twitch](#), una piattaforma di gaming e streaming made by Amazon, permette agli iscritti di assistere a degli eventi in live streaming interagendo con gli organizzatori. Come ci siamo arrivati? Da una semplice chiacchierata con Ilaria, una vecchia amica dell'università a cui l'inclusività linguistica della campagna è piaciuta molto e che ci ha proposto una diretta sul canale Twitch di una sua amica. Risultato: due ore e mezza di presentazione campagna, chiacchiere sui temi più disparati, aneddoti e backstage divertenti in grado di coinvolgere più di 30 utenti e raccogliere circa 300 euro. Un risultato incoraggiante, grazie al quale ci stiamo interrogando sulla piattaforma e sulle opportunità che può offrire: sappiamo bene di non essere stati i primi a fare una raccolta fondi su Twitch (pensiamo ad esempio a Fedez o alle iniziative per contrastare il Coronavirus), ma possono le piccole e medie organizzazioni atterrare sulla piattaforma e pensare ad azioni di fundraising strutturate?

Se Twitch ci ha fatto riflettere sulle possibilità di donazione a partire da un risultato, [Clubhouse](#) ha saputo stimolare molte domande senza un effettivo riscontro nelle donazioni. Può un social network basato unicamente sulla voce e alle cui stanze si può accedere solo su invito utilizzando esclusivamente un device Apple rappresentare uno strumento utile per costruire relazioni e raccogliere fondi? Forse sì, forse no: sta di fatto che abbiamo parlato di crowdfunding con una platea di digital fundraiser interessati all'argomento, confrontandoci su nuovi metodi di donazione per agganciare comunità di utenti e donatori. Indubbiamente è uno strumento meno inclusivo di Twitch, dove viene data anche ai non iscritti la possibilità di seguire la diretta; tuttavia, potrebbe essere interessante pensare la costruzione di club come definizione di target a cui proporre specifici contenuti e call to action. Un processo più impegnativo, lungo e costoso. Il gioco varrà la candela?

E allora? Com'è andata?

Alla grande! Dopo 25 giorni, uno per ogni anno trascorso dall'approvazione della legge, abbiamo chiuso la campagna a quota 13603 euro, di cui 10453 da 321 donatore e 3150 da 21 organizzazioni. Un risultato al di là delle nostre più rosee aspettative, che ben riflette l'aver cannato la tabella dei range (sì, è successo anche questo) e l'affetto della comunità che siamo riusciti a coinvolgere.

I fondi raccolti verranno distribuiti equamente tra i 3 beni, al netto di 1603 euro di spese vive, quali il costo della piattaforma, le commissioni di PayPal, Stripe e Satispay, reward e spedizioni e promozione sui social media.

- Giacomo Molinari e Liborio Sacheli -

Questo post è di Giacomo Molinari e Liborio Sacheli



Giacomo Molinari 31 anni, studi girovaghi da antropologo e una grande passione per l'animazione culturale. Amante di libri, viaggi, buon cibo e buon vino, sono stato sedotto da ragazzo dal pensiero di Danilo Dolci, racchiuso nella massima "ciascuno cresce solo se sognato". Da allora vivo ogni giorno seguendo questo insegnamento: cercando di aiutare le persone e le realtà che incontro a "sognarsi", sperando di contribuire alla costruzione di un mondo più giusto per tutti, un passo alla volta. Attualmente sono direttore generale e responsabile fundraising presso ACMOS, a Torino.



Liborio Sacheli 27 anni, studi linguistico-letterari alle spalle e una passione viscerale per polpette, poesia e parole (non a caso). "Nessun uomo è un'isola", scrisse John Donne, ma siamo tutti parte di un qualcosa di più grande, tutti coinvolti nell'umanità e nell'essere umani. Per questo, metto tutto me stesso in quello in cui credo, per dare il mio contributo al mondo di oggi e di domani. Anche con un sorriso. Attualmente sono tirocinante fundraiser presso ACMOS, a Torino.

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 \(Si apre in una nuova finestra\)](#)