

Allegato 1

**STRATEGIE DI FUNDRAISING DELL’ENTE**

**DENOMINAZIONE ENTE: ………………………………………………………………………………………**

**NUMERO DI SOCI DELL’ASSOCIAZIONE …………………………………………………………………..**

|  |
| --- |
| **RISORSE UMANE** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Dipendenti** | **Consulenti** | **Volontari** |
| *Inserire il n° di persone per tipologia servizi e inquadramento* |  |  |  |
| Gestione e pianificazione strategica  |  |  |  |
| Fundraising |  |  |  |
| Comunicazione  |  |  |  |

|  |
| --- |
|  **PIANIFICAZIONE STRATEGICA** |

|  |
| --- |
| **L’Ente elabora un documento periodico…** |
| Che analizza il posizionamento dell’Ente rispetto all’offerta di servizi simili? SI NO | Che definisce gli obiettivi di breve, medio e lungo termine? SI NO | In cui monitora il conseguimento degli obiettivi? SI NO |

|  |  |
| --- | --- |
| **L’Ente sviluppa una propria analisi di contesto per l’intercettazione dei bisogni?**  | SI NO |
| **In caso affermativo:** indicare quali strumenti principali vengono utilizzati (questionari, indicatori tematici, dati istituzionali, altro) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |

|  |
| --- |
| **Illustrare brevemente le priorità definite dall’Ente per il periodo 2020-2022** |
|  |

|  |
| --- |
| **FUNDRAISING** |

|  |
| --- |
| **L’Ente svolge attività di fundraising?** SI NO |
| **In caso affermativo:** l’Ente redige un piano di fundraising? SI NO |
| **In caso affermativo: il fundrasing può essere considerato per l’Ente un’attività…** (scegliere max 1 opzione) |
| Strategica e continuativa, con attenzione alla programmazione, alle strategie di comunicazione e di relazione con i donatori |  |
| Limitata nel tempo e sviluppata solo per progetti specifici |  |
| Estemporanea, avviata solo su richiesta di terzi |  |

|  |
| --- |
| **Illustrare brevemente le priorità di Fundraising dell’Ente per il periodo 2020-2022. Motivare anche la scelta di ricorrere (anche) allo strumento del crowdfunding** |
|  |
| Quali dei seguenti canali e strumenti sono stati utilizzati negli ultimi 2 anni per le attività di fundraising?  | **raccolta media ultimi 2 anni [€]** |
|
| Eventi fisici (cene sociali, concerti, spettacoli, etc) |  |  |
| Raccolte liberali da privati (persone fisiche), inclusi lasciti |  |  |
| 5x1000 |  |  |
| SMS solidali |  |  |
| Finanziamenti pubblici nazionali (bandi nazionali, regionali, contributi enti locali) |  |  |
| Finanziamenti europei  |  |  |
| Finanziamenti fondazioni filantropiche di origini bancarie (Bandi, Contributi istituzionali) |  |  |
| Raccolte da imprese (partnership, sponsorship) |  |  |
| Raccolte digitali (dona ora su sito dell’Ente, raccolte su social network,) |  |  |
| Crowdfunding  |  |  |
| Altro (specificare) |  |  |
| **Alcune delle attività di fundraising sono state svolte in partnership**? | SI NO |
| **In caso affermativo:** quali \_**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** |
|  |
| **CONOSCENZA E GESTIONE DEI DATI DEI DONATORI** |
| L’Ente raccoglie i dati dei donatori (codice fiscale, importo donato, preferenza delle modalità di donazione, etc.) | SI NO |
| L’Ente utilizza strumenti di analisi della visibilità dei propri canali digitali (Google Analytics, Facebook insights, altri) per il monitoraggio delle azioni di fundraising | SI NO |
| L’Ente utilizza software per la gestione dei dati dei donatori (prospect e attuali) | SI NO |

|  |
| --- |
| **COMUNICAZIONE** |

|  |
| --- |
| **L’Ente elabora un piano di comunicazione?** SI NO |
| **L’Ente è dotato dei seguenti strumenti di comunicazione** |
| SITO WEB | SI NO | … n° utenti | Giornale cartaceo | SI NO | … n° lettori |
| FACEBOOK | SI NO | … n° follower | Newsletter | SI NO | … n° lettori |
| INSTAGRAM | SI NO | … n° follower | Eventi | SI NO | … n° partecipanti |
| TWITTER | SI NO | … n° follower | Altro \_\_\_\_\_\_\_\_\_ |  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| L’Ente ha mai ingaggiato sponsor od ambasciatori per ampliare la portata della propria comunicazione istituzionale? | SI NO |
| L’Ente utilizza strumenti di analisi dei propri canali digitali (Google Analytics, Facebook Insights, altri) | SI NO |
| L’Ente utilizza software per la gestione delle comunicazioni programmate (es. Mailchimp) | SI NO |

|  |
| --- |
| **FUNDRAISING ED EMERGENZA COVID -19** |

|  |
| --- |
| **L’emergenza COVID-19 ha cambiato il modo in cui l’Ente pianifica le attività di fundraising**? SI NO |
| **In caso affermativo**  |
| L’Ente ha dovuto rimandare la pianificazione di attività previste per i prossimi mesi SI NO |
| L’Ente ha dovuto interrompere attività già pianificate (eventi, manifestazioni) SI NO |
| L’Ente ha cambiato il modo di fare fundraising SI NO |

|  |
| --- |
| **L’Ente ha avviato campagne di fundraising specifiche per contrastare l’emergenza COVID-19**? SI NO  |
| **L’Ente ha avviato campagne di fundraising specifiche per sostenere l’ente durante l’emergenza COVID-19?** SI NO  |
| **Se l’Ente ha avviato una campagna di raccolta fondi per contrastare l’emergenza COVID-19/ per sostenere l’Ente durante l’emergenza**  |
| **… quali canali ha utilizzato?** (possibile scelta multipla) | Dona ora su sito web istituzionale o simili  | SI NO |
| SMS solidali  | SI NO |
| Campagna di crowdfunding su piattaforma dedicata | SI NO |
| Digital fundraising attraverso i canali social (Facebook, Instagram, etc.) | SI NO |
| Altro \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |  |
| **… quali risultati ha ottenuto?** | Obiettivo concreto (fornitura di servizi o beni specifici) | Esemplificare: |
| Risultati economici (se definito) | € |
|  Rafforzamento posizionamento verso la community di riferimento | SI NO |
| Altro \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |  |