

Fundraising Operativo – Master intensivo

Il dono come sistema: fundraising, persone e organizzazione

Durata:

- 21 ore (7 incontri da 3 ore)

Modalità: online, in diretta**Calendario:**

- 19, 26 marzo 2026
- 9, 16, 23 aprile 2026
- 7, 14 maggio 2026

Orario: giovedì, dalle 14:30 alle 17:30**Numero massimo di partecipanti:** 15

Sommario

Il **Fundraising Operativo | Short Master** è un **percorso formativo intensivo** pensato per chi desidera comprendere e praticare il fundraising in modo consapevole, concreto e sostenibile.

Il corso affronta il fundraising come **funzione strategica dell'organizzazione**, collocandolo all'interno del mercato del dono e mettendo in relazione risorse economiche, persone, contesto e responsabilità organizzative. L'obiettivo è accompagnare i partecipanti nella lettura delle dinamiche reali in cui operano gli enti del Terzo settore, aiutandoli a compiere scelte coerenti e sostenibili.

Nel corso dei moduli vengono approfonditi i principali ambiti che incidono sull'efficacia del fundraising: il contesto e il sistema del dono, la fiscalità, le raccolte territoriali e pubbliche, la tutela dei dati e delle immagini, il rapporto con le imprese, il coinvolgimento delle persone e del volontariato (peopleraising). La comunicazione viene trattata come **funzione trasversale** al fundraising, al servizio delle relazioni e delle scelte applicate.

Il percorso ha un taglio **operativo e applicato** ed è pensato in particolare per piccole e medie organizzazioni che intendono strutturare o rafforzare le proprie attività di fundraising, evitando improvvisazioni e scorciatoie.

Temi trattati

- Fundraising: contesto, mercato del dono e sistema delle relazioni
- Analisi organizzativa e funzione strategica del fundraising
- Fiscalità del fundraising e raccolte pubbliche di fondi
- Raccolte territoriali, eventi di fundraising e iniziative pubbliche
- Piramide del dono e mercato degli individui
- Privacy, gestione dei dati, immagini, minori e proprietà intellettuale
- Corporate fundraising e relazione con le imprese
- Peopleraising, volontariato e ruoli organizzativi
- Comunicazione come funzione trasversale al fundraising

A chi si rivolge

Il corso è pensato per:

- fundraiser junior e middle
- responsabili e operatori di enti non profit
- presidenti e membri di consigli direttivi
- professionisti della comunicazione che lavorano con il non profit
- volontari con ruoli di responsabilità

È particolarmente indicato per **piccole e medie organizzazioni** che desiderano strutturare o rafforzare le proprie attività di fundraising e di peopleraising.

Metodologia didattica

- Lezioni frontali con taglio operativo
- Esercitazioni guidate
- Confronto e lavoro in piccoli gruppi
- Project work individuale da realizzare durante il percorso che verrà discusso durante l'ultima giornata.

Programma delle giornate**Modulo 1 – Fundraising, contesto e sistema del dono**

- Che cos'è il fundraising e che cosa **non** è fundraising
- Il fundraising come funzione strategica dell'organizzazione
- Numeri, dinamiche e tendenze del Terzo Settore
- Il mercato del dono: individui, sostenitori, cittadini
- Il sistema del dono: relazioni, fiducia, continuità
- Introduzione all'analisi organizzativa
- Avvio del project work

Modulo 2 – Fiscalità del fundraising

- Inquadramento fiscale delle attività di fundraising
- Liberalità, sponsorizzazioni e quote associative
- Detrazioni e deduzioni
- Scenari e adempimenti fiscali a partire dal 2026
- Raccolte pubbliche di fondi: inquadramento e limiti
- Documentazione, ricevute e rendicontazione
- Casi pratici di eventi e iniziative di raccolta fondi
- Superbonus e agevolazioni fiscali per associazioni culturali
- Associazioni sportive dilettantistiche (ASD) e società sportive dilettantistiche (SSD): principali peculiarità fiscali
- Lettura operativa delle situazioni più ricorrenti

Modulo 3 – La piramide del dono, il territorio e le raccolte pubbliche

- La piramide del dono: individui, continuità, crescita
- Il mercato degli individui
- Il territorio come ecosistema del dono
- Raccolta fondi territoriale: logiche e sostenibilità
- Raccolte pubbliche di fondi ed eventi di fundraising
- Premi, lotterie, estrazioni e iniziative assimilabili
- Priorità, scelte e limiti delle diverse modalità
- Ruolo della comunicazione nelle iniziative territoriali
- Applicazione al project work

Modulo 4 – Privacy, dati, immagini, minori e proprietà intellettuale

- GDPR applicato al fundraising
- Gestione dei dati di donatori e contatti
- Comunicazione, immagini e tutela dei minori
- Proprietà intellettuale dei contenuti
- Clausole e policy sull'uso dell'intelligenza artificiale (*limitatamente agli aspetti tecnici, giuridici e di tutela*)

Modulo 5 – Corporate fundraising

- Il corporate fundraising nel mercato del dono
- Imprese, territorio e responsabilità

- Relazione e non sponsorizzazione
- Proposte sostenibili e coerenti
- Ruolo della comunicazione nel rapporto con le imprese
- Errori ricorrenti e false aspettative

Modulo 6 – Peopleraising e volontariato

- Peopleraising: attivazione e coinvolgimento delle persone
- Volontariato come risorsa strategica
- Reclutamento, motivazione e accompagnamento
- Ruoli e responsabilità operative
- Il consiglio direttivo come volontariato con funzioni di governo
- Relazione tra volontariato e fundraising
- Rischi e opportunità

Modulo 7 – Integrazione del fundraising e restituzione dei project work

- Presentazione dei project work individuali
- Restituzione dei docenti per asse di competenza
- Lettura trasversale: coerenza, scelte e sostenibilità
- Chiusura del percorso

Project work

Il percorso prevede lo sviluppo di un **project work individuale**, che accompagna i partecipanti lungo tutta la durata del corso.

Il project work consiste nella costruzione di un **mini–piano operativo di fundraising**, riferito a un’organizzazione reale (di appartenenza o individuata dal partecipante), e ha l’obiettivo di favorire l’applicazione concreta dei contenuti affrontati nei diversi moduli.

Il lavoro non è pensato come un esercizio teorico o come un piano ideale, ma come uno strumento di progettazione **realistica**, costruito tenendo conto dei vincoli organizzativi, delle risorse disponibili e del contesto di riferimento.

Nel corso delle lezioni, ciascun modulo fornirà elementi utili allo sviluppo progressivo del project work, che verrà completato entro la fine del percorso e presentato nell’ultimo incontro, dedicato alla restituzione e al confronto. Il project work sarà letto dai docenti in relazione ai rispettivi ambiti di competenza. La valutazione non si baserà sulla quantità delle azioni proposte, ma sulla **coerenza complessiva**, sulla sostenibilità delle scelte e sulla capacità di leggere correttamente il contesto organizzativo e il mercato del dono.

Docenti

- **Elena Zanella** – fundraising e comunicazione per il non profit
- **Sergio Conte** – fiscalità e normativa del Terzo Settore
- **Raffaele Picilli** – peopleraising e volontariato
- **Francesco Paolo Visaggi** – privacy e protezione dei dati