



COMUNE DI CREMA

FUNDRAISING RELAZIONE FINALE DI RENDICONTAZIONE

Premessa

L'incarico contrattuale assegnato alla figura del Fundraiser ha avuto inizio il 01.12.2013 e terminerà il 31.05.2015.

In questi 18 mesi di lavoro la criticità maggiore è stata rappresentata dall'inserimento all'interno della struttura amministrativa di una diversa cultura lavorativa, che prevede specifiche e pianificate metodologie di lavoro che, non sempre, hanno trovato negli uffici piena comprensione. Il percorso intrapreso ha però dato esiti positivi in riferimento alla comprensione delle logiche della comunicazione e della raccolta fondi da parte e ha dimostrato che anche nella P.A. – e in special modo nel caso del Comune di Crema – tale ruolo appare congruo e integrabile nella più ampia macchina amministrativa. Infatti, dopo una prima fase di cautela, gli uffici e i colleghi hanno dato prova di buona collaborazione, permettendo quel lavoro in team indispensabile al raggiungimento di risultati apprezzabili.

Unico nodo rimasto irrisolto e su cui si suggerisce di intervenire è la creazione di una piccola unità organizzativa deputata al governo della comunicazione (da non confondersi con la funzione di addetto stampa) che possa capitalizzare e razionalizzare metodi, strumenti e soprattutto pianificazione del flusso comunicativo rivolto alla cittadinanza. Tale funzione e/o unità operativa non può più prescindere ad un'azione politico amministrativa complessa come quella in atto e non può nemmeno prescindere dalle sempre più alte esigenze di informazione manifestate dalla cittadinanza. Da questo punto di vista, sarebbe utile poter arrivare in tempi brevi alla realizzazione di un'immagine coordinata degli strumenti di comunicazione esistenti (banalmente approvare un modello che unifichi carta da lettera, buste, sito internet, template per presentazioni e relazioni, house organ ecc.) in modo da fornire un'immagine solida ed autorevole al Comune di Crema.

Ultimo punto, ma non per questo meno importante, il periodo dell'incarico è stato caratterizzato sia da cambiamenti nell'assetto istituzionale degli Enti superiori tradizionalmente parte dei soggetti erogatori (vedi riassetto delle Provincie), ma anche dalla "pausa" imposta dalla riprogrammazione regionale dei finanziamenti indiretti di carattere comunitario.

Aree di intervento

Le principali aree di intervento del lavoro affrontate in questi 18 mesi hanno riguardato:

- **Audit interno del processo di fundraising**, in particolare relativamente a progetti in atto, processo della progettazione su bandi, sponsorizzazioni, relazioni con gli stakeholder pubblici e privati, modalità di scouting delle opportunità di finanziamento.
- **Scouting di opportunità di finanziamento**
- **Redazione di progetti in risposta a bandi, pubblici e privati**
- **Ideazione di campagne specifiche**
- **Ricerca sponsorizzazioni**
- **Consulenze a ONP**

Attività e risultati

Il **processo di Audit interno** – svolto nei primi 30 giorni di lavoro - ha permesso di approfondire gli obiettivi dell'Amministrazione e di conoscere strategie e progettualità presenti all'interno dei singoli assessorati. Inoltre, sul versante degli uffici, si è potuta apprezzare una sostanziale indipendenza nella stesura di progetti che, in alcuni casi, hanno messo in luce la necessità di una più forte funzione di regia, in grado di coordinare le richieste di finanziamento con l'introduzione di una politica di gestione dei singoli finanziatori. Lo stesso può dirsi in merito alla ricerca di sponsorizzazioni e di informazioni relative alle opportunità di finanziamento: anche qui sembra che ognuno sia in grado da solo di raggiungere sufficienti risultati che, però, appaiono migliorabili qualora fossero gestiti con un'unica regia comune.

Un discorso a parte merita la peculiarità del tessuto di Associazioni ed Organizzazioni Non Profit presenti in Città. Crema appare ricchissima di forme aggregate della società civile che, come per il resto del panorama italiano, presentano un carattere di polverizzazione delle cause, vale a dire che sono presenti moltissime piccole associazioni – spesso con missioni sovrapponibili – che necessitano tutte di visibilità e risorse e, di cui, è apparso scarso il governo in termini di strategia di fundraising. Per il futuro si auspica che le organizzazioni cittadine vengano sempre più ascoltate nell'ottica di realizzare un piano coordinato delle politiche sociali e culturali, sia per eliminare eventuali elementi di concorrenza (anche con l'Ente Pubblico), sia per far convergere – là dove possibile – le azioni in un disegno coerente con il mandato amministrativo e le sue declinazioni concrete.

Sulla base delle considerazioni appena fatte, relativamente **all'attività di scouting delle opportunità di finanziamento** è stato attivato l'abbonamento on line ad un apposito servizio che ha permesso, il più delle volte, di segnalare agli Assessorati e agli uffici interessati opportunità a loro dedicate, corredandole di tutte le informazioni necessarie.

La competenza di **progettazione in risposta a bandi pubblici e privati** è stata invece esercitata sempre più, in relazione all'aumentare della conoscenza da parte degli uffici e relativo aumento della fiducia nel supporto offerto dal Fundraiser. Da questo punto di vista è possibile elencare le progettualità a diretto coinvolgimento:

- Richiesta finanziamento a Regione Lombardia per la riqualificazione della palestra della Scuola di Via Braguti (esito positivo all'ammissibilità formale della domanda);
- Supporto nella strategia di costruzione delle proposte progettuali a valere sul programma ministeriale denominato "Scuole Nuove" e "Scuole Sicure" (esito positivo all'ammissibilità formale della domanda e finanziamento dei progetti proposti);
- Partecipazione alla progettazione e costruzione strategica del progetto Well Fare Legami, presentato a Fondazione CARIPO in partnership con il Comune di Cremona e Casalmaggiore (esito positivo all'ammissibilità formale della domanda e finanziamento dell'intero importo richiesto pari a 1.500.000 euro su tre annualità);
- Predisposizione domanda in risposta al programma ministeriale MicroWok (esito positivo all'ammissibilità formale della domanda e riconoscimento dello sportello cremasco);
- Regia, partecipazione alla fase strategica, progettazione e predisposizione della domanda in risposta al bando Emblematici Maggiori di Fondazione CARIPO.

Sul versante **dell'ideazione di specifiche campagne**, sia per il 2014 che per il 2015, è stata ideata e coordinata la **campagna 5XMille** del Comune di Crema. Si è adottato un approccio professionale alla realizzazione che, puntando su diversi progettualità, ha visto la realizzazione di:

- concept grafico e ideazione del messaggio;
- campagna affissioni;
- distribuzione di cartoline promozionali nelle scuole;
- diffusione di più di 15.000 sacchetti del pane recanti l'immagine di campagna;
- invio di mailing postale dedicato a tutti i liberi professionisti della città;

Internamente, invece, è stata completamente prodotta la campagna **#CREMAPERLEMURA** in risposta all'iniziativa del FAI nazionale denominata "I Luoghi del Cuore" a cui sono stati candidati il Torrione di Porta Serio e le Mura Venete. Grazie al supporto e alla costituzione – e successivo coordinamento – di un Comitato ad hoc, la raccolta di firme (supportata anche qui da una campagna affissioni e dalla diffusione di cartoline promozionali) ha prodotto più di 6.000 adesioni da parte dei cittadini, collocando il progetto Cremasco al primo posto fra quelli candidatisi nella provincia, al nono posto fra quelli presenti in Regione Lombardia e, infine, al 52 esimo posto assoluto nella graduatoria nazionale. Questi risultati sono propedeutici alla partecipazione per l'assegnazione di un contributo di 30.000 euro messo a disposizione dal FAI per la valorizzazione/ristrutturazione del bene. Il bando sarà in scadenza il prossimo inizio giugno e l'Uff. Tecnico ha predisposto una domanda di finanziamento per un nuovo impianto di illuminazione che valorizzerà i tratti di mura del Campo di Marte e di Via Stazione.

La **ricerca di sponsorizzazioni** a sostegno di precisi eventi organizzati dall'Amministrazione o in collaborazioni con Enti terzi ha riguardato principalmente le seguenti manifestazioni con i relativi risultati:

- I Manifesti di Crema (10 sponsor per un totale di 25.000 euro);
- Festival AltreStorie (Patrocinio Regione Lombardia + Patrocinio di Fondazione CARIPLO e contributo di 3.000 euro);
- Evento di intitolazione di CremArena (1 sponsor per un totale di 2.000 euro).

Su questo specifico versante, da evidenziare l'introduzione di una specifica contrattualistica per la regolamentazione del rapporto di sponsorship, pratica precedentemente assolta tramite semplici lettere d'impegno.

Crema lì, 25 maggio 2015

In fede
Fabiano dr. Sarti
