



**FONDAZIONE NAZIONALE ANFFAS
DURANTE E DOPO DI NOI**

Relazione attività e programmi

Assemblea Nazionale - 18 giugno 2022

Relazione del Presidente del Consiglio di Amministrazione Emilio Rota

IL PERCORSO DI TRASFORMAZIONE

Dove eravamo, dove siamo, dove stiamo andando...



IERI

Il legame di continuità, in funzione sussidiaria di Anffas, nel lungo trascorso dei suoi 38 anni dalla sua costituzione...



OGGI

Un presente ricco di iniziative nella diffusione della grande, universale cultura dei diritti delle persone con disabilità



DOMANI

proiettato nell'assolvimento dei paradigmi della Convenzione ONU, del suo articolo 19, per il diritto di scelta delle persone con disabilità di diventare protagoniste del loro destino, l'essere aiutati a scegliere liberamente dove, come e con chi vivere attraverso sostegni concreti.



LA FINESTRA DI ANFFAS SUL MONDO DELLA FILANTROPIA

Con la riforma del Terzo Settore la Fondazione Anffas si trasforma in Ente Filantropico



COSA SIGNIFICA ESATTAMENTE FILANTROPIA

“svolgimento di un’opera di bene verso il prossimo a scopo benefico per fare solidarietà nei confronti dei meno fortunati; una disposizione l’animo e di sforzo operoso per promuoverne benessere e felicità”.

Il fundraising, tappa e snodo imprescindibile che ha coinvolto l'intero asset della Fondazione.



SWOT Analysis

Strengths/Punti forza

- Strumento, quello della fondazione, innovativo per il mondo intero, sui temi del fundraising per il durante e dopo di noi
- Opportunità date dall'essere ente filantropico
- Decisione politica unanime del CdA della fondazione ad investire sul fundraising
- Competenze derivante alla selezione di un fundraiser professionale
- Messaggio / buona causa forte ed innovativa

Weaknesses/Punti debolezza

- Flussi decisionali non sempre agevoli da migliorare
- Pochissimo tempo realmente dedicato al fundraising
- Assenza di database e quindi necessità di investimenti (tempo e €)
- Comunicazione ancora troppo ancorata alle metriche standard
- Necessità di presa di coscienza del brand awareness

Opportunities/Opportunità

- Essere ente che opera a livello nazionale
- Mercato dei lasciti testamentari
- Mercato dei donors con social responsibility mirata
- Attualità del tema del «durante e dopo di noi» e dell'autonomia abitativa
- Costruzione progetti standard da fare finanziare
- Potenzialità ancora sotto traccia del brand awareness

Threats/Rischi

- Tempi lunghi per il posizionamento del brand tra enti/competitor già più strutturati e riconoscibili
- Abbandono della strategia per ritardi nel posizionamento
- Non avere progettazioni proprie, potrebbe rendere più complesso il processo di ingaggio donatori



THE GOLDEN CIRCLE

COSA?

1. Attività di advocacy sul tema del "durante e dopo di noi"
2. Promuovere ed attivare campagne di fundraising in ambito nazionale
3. Supportare le organizzazioni affiancandole/mentoring-tutoring e sostenendone economicamente servizi ed attività (focus durante e dopo di noi)
4. Sosteniamo ed accogliamo le famiglie

COME?

Contribuire a sostenere lo sviluppo e l'innovazione nel tempo di progetti ed organizzazioni che di occupano del "durante e dopo di noi" (sia a marchio Anffas che non)

PERCHÉ?

Contribuire a sostenere lo sviluppo e l'innovazione nel tempo di progetti ed organizzazioni che di occupano del "durante e dopo di noi" (sia a marchio Anffas che non)

COSA = RISULTATO

- Attività di advocacy rispetto al tema del "durante e dopo di noi" sia istituzionale che con campagne di comunicazione per sensibilizzare il pubblico
- Finanziare progetti ed azioni rivolte al "durante e dopo di noi" con particolare attenzione alle politiche abitative ed alla vita autonoma
- Sostenere lo sviluppo delle organizzazioni a marchio Anffas e non solo su temi specifici relativi al "durante e dopo di noi"
- Promuovere campagne di fundraising (es. lasciti testamentari) di rilievo nazionale
- Sostenere e assicurare le famiglie sui percorsi del "durante noi" e sul "dopo di noi"

HOW = PROCESSO

- Sostenere economicamente (cofinanziamento) i progetti
- Raccogliere risorse economiche e non solo per garantire la realizzazione ed il futuro di servizi e progetti innovativi residenziali e non

WHY = SCOPO

- Dare garanzia di continuità ad un processo di presa in carico di persone con disabilità che diventano adulte: garanzia di autonomie, anche abitative
- Dare serenità e supporto alle famiglie

ALCUNI ELEMENTI DI ANALISI DEL PROGETTO DI FUNDRAISING

- La brand awareness: la consapevolezza della identità e del marchio
- Essere etici e mercantili al tempo stesso, si può!
- Pecunia non olet, sine pecunia non cantantur missa



LO SCENARIO NEL QUALE CI IMMERGIAMO

- **Le crisi come necessità di cambiamento ed opportunità**
- **Crederci per essere creduti**
- **Ricordiamo ricordandoci sempre perché e per chi lo facciamo**





FONDAZIONE NAZIONALE ANFFAS
DURANTE E DOPO DI NOI

Comunicazione e fundraising

Assemblea Nazionale - 18 giugno 2022
dott.ssa Marika Onorato

LE ATTIVITÀ

TEMATICHE AFFRONTATE

- Bilancio sociale
- Sito web

- Campagna lasciti
- Corporate fundraising
- Brand awareness e sensibilizzazione



BILANCIO SOCIALE 2021

Decidere come vivere, dove vivere e
con chi vivere



FONDAZIONE NAZIONALE ANFFAS
DURANTE E DOPO DI NOI



IL BILANCIO SOCIALE

LA SITUAZIONE ATTUALE

Il bilancio sociale di Fondazione Nazionale Anffas Durante e Dopo di Noi, alla sua prima edizione, si pone quindi l'obiettivo di **comunicare e misurare i risultati raggiunti e quelli che si propone di raggiungere**, e rappresenta uno **strumento di trasparenza e rendicontazione** che è messo a disposizione dei propri stakeholders.

SITO WEB

Potenziare la propria immagine di ente autonomo anche se «a fianco di» Anffas Nazionale, così da lavorare in una logica di **brand awareness**, ovvero di aumentare la notorietà della Fondazione, ovvero il suo **essere riconoscibile nella mente delle persone: per aumentare le potenzialità di intercettare nuovi donatori «fuori» dal mondo Anffas.**

Il portale rappresenta lo **strumento con il quale la Fondazione promuove la cultura del durante e del dopo di noi**, le proprie iniziative e attività sul tema nonché quanto posto in essere anche ai fini formativi ed informativi.



Tel: +39 063611524 - +39 063212391 | Fax: +39 063212383 | fondazionedopodinoi@anffas.net

[Newsletter](#)

[Privacy Policy](#)

[Cookie Policy](#)



[Home](#)

[La Fondazione](#)

[Dopo di Noi](#)

[Sostienici](#)

[Progetti e Campagne](#)

[Contatti](#)

[DONA ORA!](#)



FONDAZIONE NAZIONALE ANFFAS DURANTE E DOPO DI NOI

La Fondazione Nazionale Anffas Durante e Dopo di Noi nasce nel 1984 dalle famiglie Anffas per pensare al "Durante e Dopo di Noi" delle persone con disabilità al fine di aiutarle a **decidere come vivere, dove vivere e con chi vivere** quando non avranno più accanto i loro genitori o familiari. Ed è importante farlo già nel Durante Noi, cioè quando i genitori e i familiari delle persone con disabilità stanno ancora bene e possono aiutarle a cominciare a diventare



FUNDRAISING

Un'innovazione ha visto nello scorso anno mettersi in moto una macchina operativa senza eguali: la Fondazione, ripensando al proprio ruolo all'interno della rete associativa Anffas, ha cominciato a lavorare per diffondere, a vari livelli, **la cultura del dono** mediante l'**implementazione di attività di sollecitazione al dono** e il **lancio di specifiche campagne** di informazione atte ad orientare e stimolare lo sviluppo dello strumento del lascito solidale. È bene inoltre sottolineare che l'implementazione delle campagne di fundraising, pur avendo rilevanza nazionale, sono **sempre a sostegno dei progetti delle Anffas locali**.



CAMPAGNA LASCITI



Nel **settembre 2021**, in occasione della Giornata Internazionale del Lascito Solidale, è stata lanciata ufficialmente la **campagna sui lasciti solidali della Fondazione**. Una campagna che risponde al bisogno primario di **ottenere le risorse necessarie affinché la Fondazione e l'intera rete Anffas siano in grado di operare con maggiore incisività** nella promozione del "Durante e Dopo di Noi" e fornire un supporto sempre più personalizzato alle persone con disabilità che si apprestano a diventare adulte o anziane e ai loro familiari.



CORPORATE FUNDRAISING

L'obiettivo della campagna di Corporate Fundraising è quello di **lavorare per creare partnership di valore con la business community, attivando strategie e strumenti propri del corporate fundraising.**

Il piano operativo in questo senso si compone di una serie di **attività e comunicazioni mirate a determinati target di liste selezionate e ragionate di realtà affini sia per valori che per attività e progetti sostenuti.**



BRAND AWARENESS E SENSIBILIZZAZIONE



Negli ultimi mesi il focus si è incentrato soprattutto sul **potenziamento dell'immagine della Fondazione come ente autonomo anche se "a fianco di" Anffas Nazionale**, così da lavorare in una logica di **brand awareness**, al fine di aumentarne la notorietà ed il suo **essere riconoscibile nella mente delle persone al fine di aumentare le potenzialità di intercettare nuovi donatori fuori dal mondo Anffas**.

In quest'ottica la recente comunicazione creata ed inviata al fine di sollecitare la devoluzione del 5xMille, la partecipazione ad eventi pubblici on e offline e il sostegno ad Anffas Nazionale in alcuni dei suoi progetti **è solo l'inizio di un lungo cammino di sensibilizzazione e presa in carico di un percorso di che metta al centro i desideri e le volontà - e non solo le necessità - delle persone con disabilità e le loro famiglie rendendo finalmente ogni persona con disabilità protagonista della propria vita**.



**GRAZIE
DELL'ATTENZIONE!**