

Fare fundraising per un rigeneratore urbano

 che-fare.com/fundraising-rigeneratore-urbano/

21/12/2016

Se non si affronta il tema delle competenze necessarie a fare questo mestiere – e non si predispongono percorsi multidisciplinari che escano dai recinti delle competenze esclusivamente tecniche – il tema della rigenerazione urbana sarà sempre schiacciato tra disegno, procedura, accompagnamento, animazione sociale.

La suggestione offerta da [Ilda Curti a proposito del profilo del rigeneratore urbano](#), riportata in un articolo pubblicato su Che Fare, offre uno spunto interessante per allargare la riflessione sulle competenze “trasversali” che deve possedere l’esperto in interventi di rigenerazione. Una riflessione quanto mai attuale, anche alla luce delle correnti indicazioni europee sulle competenze chiave.

| *Le capacità trasversali per il rigeneratore*

Innanzitutto è bene chiarire che con il termine “trasversale”, in questo contesto, non ci si riferisce alle soft skill che in letteratura coincidono con il problem solving, la comunicazione, l’organizzazione del proprio lavoro e la gestione del tempo.

| [Il prossimo 18 gennaio apre la seconda edizione del Master U-Rise Rigenerazione Urbana e Innovazione Sociale](#)

Queste competenze sono spesso troppo collegate alle caratteristiche personali dell’individuo.

Si parlerà, invece di abilità e di quella mentalità che assicurano al rigeneratore urbano la capacità di attivazione dei processi di innovazione sociale, attraverso il coinvolgimento di tutti i protagonisti di un territorio. In questo ambito, quindi, rientrano la creatività, il senso di iniziativa e la capacità di assumere rischi calcolati, come anche la capacità di gestire network pubblici e privati e di aggregare interessi intorno a un unico progetto.

| *Tradurre in azione le idee*

Una delle competenze chiave che a livello comunitario sono state definite per l’apprendimento permanente (di tutti i cittadini, non solamente per i rigeneratori) è l’imprenditorialità, traduzione non perfettamente aderente di entrepreneurship.

In sintesi, si tratta della capacità di “tradurre in azione le idee” ed è una competenza che la Commissione Europea definisce essenziale per ogni individuo in una società basata sulla conoscenza.

A questo punto, è piuttosto evidente il legame, il richiamo all’azione, che esiste tra il perimetro che definisce le competenze trasversali del rigeneratore e il senso che la Commissione ha veicolato col termine entrepreneurship.

| *Conoscere il framework*

È stato redatto da pochi mesi dal Centro Comune di Ricerca della Commissione Europea, e pubblicato lo scorso

giugno, il nuovo framework sulla competenza entrepreneurship.

Si tratta di un documento talmente recente che ancora non sono visibili gli effetti concreti e né esistono best practice da citare a esempio, ma quel che è certo è che sicuramente andrà a orientare le politiche di formazione e le attività finanziate dalla UE nei prossimi anni.

Conoscerlo, quindi, diventa fondamentale per avere una bussola utile a orientarsi con maggior chiarezza nella ricchezza del profilo del rigeneratore urbano.

| *Gli enzimi del rigeneratore*

Il quadro europeo si basa su una definizione ampia di entrepreneurship, centrata sulla creazione di valore. Nel documento citato si legge: [“entrepreneurship is when you act upon opportunities and ideas and transform them into value for others. The value that is created can be financial, cultural or social”](#).

Come accennato poc'anzi, la prima considerazione da fare è che la parola entrepreneurship non coincide perfettamente con il termine italiano imprenditorialità, che nella nostra lingua sottende alla capacità di generare un'attività economica o commerciale.

In inglese, utilizzando il vocabolo entrepreneurship ci si vuole riferire innanzitutto all'intraprendenza, intesa come saper trasformare un'idea in un'attività, un progetto, creando un valore aggiunto. Proprio quella capacità di “tradurre le idee in azione” a cui poco sopra si faceva cenno. Già in questa prima descrizione della competenza si intravedono gli enzimi del profilo del rigeneratore urbano: esso sarà un professionista in grado di proporre una progettualità territoriale ibrida, che creerà valore aggiunto sociale, culturale o economico.

| *Cosa significa reperire risorse*

La riflessione sull'impatto del framework sulla figura del rigeneratore urbano deve procedere oltre, così da immaginare la cassetta degli attrezzi del rigeneratore con una visione prospettica, non curvata sulla semplice necessità tassonomica.

Per fare ciò, occorre utilizzare il framework nella sua complessità.

Il quadro europeo, infatti, articola la competenza entrepreneurship in tre aree:

“idee e opportunità”,

“risorse”

“in atto”.

Esse descrivono da un lato le abilità da acquisire per diventare “imprenditoriali” e, dall'altro, i diversi risultati di apprendimento che fanno da riferimento per chi deve intervenire a formare questa competenza in un target group specifico.

Tra le tre, l'area che in questo contesto interessa maggiormente è quella definita dalla parola “risorse”, che indica tutte le risorse – appunto – da attivare per trasformare le idee in azioni.

Qui possiamo cadere in una facile inferenza, ossia che laddove si parli di risorse ci si riferisca soprattutto a quelle economiche e che, anche per il rigeneratore urbano, saper raccogliere fondi sia la skill prevalente di questa area. Indubbiamente reperire risorse economiche è decisivo per la riuscita di ogni progetto, ma il riferimento proposto dalla Commissione Europea non è limitato a questo.

Ecco quindi che nel framework, a complemento della capacità di raccolta di risorse economiche, si aggiungono altri elementi strategici quali la coscienza di sé, la motivazione, la mobilitazione degli altri e delle proprie energie personali per generare azioni dal valore aggiunto sociale, economico, culturale.

Di conseguenza, l'area "risorse" viene descritta utilizzando queste 5 (sotto)competenze:

- Coscienza di sé e delle proprie capacità
- Motivazione e costanza
- Mobilitazione di risorse
- Mobilitazione degli altri
- Alfabetizzazione finanziaria ed economica

| Fundraising e "mobilitazione"

A questo punto della riflessione, resta da capire perché un discorso legato al fundraising sia connesso agli aspetti appena analizzati del framework europeo.

La risposta si trova nel concetto di "mobilitazione", definito letteralmente come "il richiamare l'attenzione di qualcuno per sollecitarlo a impegnarsi attivamente in qualcosa".

Il fundraising, oggi, rappresenta un diverso modo per la società civile di partecipare alla creazione di valore e di impegnarsi e il dono disegna la via affinché i cittadini e le imprese diventino protagonisti dei progetti che li riguardano.

Fare fundraising per un rigeneratore urbano non coincide, anzi più specificamente non si esaurisce, con il saper utilizzare un insieme di strumenti o di tecniche per la raccolta fondi.

Il compito che ha un rigeneratore urbano è quello di attivare la mobilitazione di energie personali, di risorse e di relazioni che creano valore aggiunto sociale e culturale alle persone protagoniste di un territorio.

L'attività di fundraising va intesa, quindi, come un mezzo e non come un fine: essa può aiutare il rigeneratore a farsi carico delle opportunità che un territorio da riqualificare offre.

Ecco che il profilo professionale del rigeneratore urbano si arricchisce grazie alla conoscenza del fundraising quando diventa un'abilità che esce dai confini delle competenze tecniche. Quando, cioè, il rigeneratore utilizza questa competenza per attivare una mobilitazione, per accendere percorsi di partecipazione e di condivisione, per attrarre risorse che facciano ripensare a un luogo, per coinvolgere gli abitanti affinché sentano il bisogno di partecipare, sostenere il progetto e quindi di donare.

Questo contributo prosegue una serie di approfondimenti sul complesso rapporto tra rigenerazione urbana e innovazione sociale. Vuole discuterne gli impatti socio-spaziali. Vuole raccontare pratiche virtuose e allo stesso tempo imparare da ciò che non ha funzionato. I docenti del [Master U-Rise](#) (Adriano Cancellieri, sociologo urbano, Paolo Venturi e Francesca Battisoni, economista e imprenditrice sociale) ci accompagneranno in queste settimane con le loro analisi e riflessioni. Buona lettura.