



Quadro delle competenze

Introduzione



L'importanza del terzo settore in Europa è sempre più riconosciuta da diverse prospettive. Ha un significato economico in termini di occupazione e produzione, in particolare nella fornitura di servizi. Le autorità pubbliche hanno iniziato a riconoscere le organizzazioni del terzo settore come partner per l'attuazione delle politiche pubbliche. Tuttavia, questo riconoscimento appare spesso strumentale o limitato a settori specifici, e la percezione del terzo settore da parte del pubblico

rimane poco chiara. Anche all'interno del settore stesso, le organizzazioni variano nella consapevolezza di appartenere a un settore distinto e ampio, che spesso è bassa. La raccolta fondi europea gioca un ruolo cruciale nel sostenere il terzo settore e le sue iniziative. Aiuta a garantire la sostenibilità e la crescita delle organizzazioni che lavorano verso valori comuni, impegno civico e partecipazione. Raccogliendo fondi, le organizzazioni europee possono espandere i propri programmi, raggiungere più persone e avere un impatto maggiore nei rispettivi campi. Gli sforzi di raccolta fondi contribuiscono all'importanza economica del terzo settore fornendo opportunità di lavoro e facilitando la fornitura di servizi vitali. Inoltre, strategie efficaci di fundraising possono migliorare la visibilità e la percezione pubblica del terzo settore, favorendo una maggiore comprensione e sostegno da parte della popolazione europea. In questo contesto, il progetto FIRST mira a rafforzare il ruolo delle fondazioni nella promozione dei valori comuni, dell'impegno civico e della partecipazione, potenziando le loro capacità di raccolta fondi e storytelling per raggiungere i propri obiettivi. Con il corso online, FIRST fornisce formazione e risorse per aiutare le organizzazioni a sviluppare strategie di fundraising efficaci a livello europeo. Dotando le organizzazioni delle competenze e delle conoscenze necessarie, FIRST consente loro di massimizzare il loro potenziale di raccolta fondi. FIRST facilita inoltre il networking e la collaborazione tra le organizzazioni del terzo settore collegando organizzazioni e individui che la pensano allo stesso modo attraverso uno strumento di networking online interattivo. In questo modo, FIRST crea opportunità per la condivisione delle conoscenze, lo scambio di migliori pratiche e la collaborazione su iniziative congiunte di raccolta fondi. Ciò favorisce una comunità di raccolta fondi solidale e interconnessa. Questo quadro di competenze fornisce una guida strutturata e completa per identificare e comprendere le competenze e le abilità che il partenariato FIRST ritiene elementari per portare avanti con successo raccolte fondi e storytelling a livello europeo.

Per la selezione delle competenze, abbiamo consultato una varietà di quadri di competenze europei, come EntreComp, DigComp e il quadro di competenze EFA. Da queste, abbiamo poi selezionato le competenze potenzialmente rilevanti e condotto un'analisi dei bisogni con le fondazioni europee, chiedendo loro quali competenze e abilità sarebbero più rilevanti per loro nel contesto del fundraising e dello storytelling. Qui, le seguenti competenze sono state indicate come particolarmente importanti per una formazione: abilità comunicative, creatività, narrazione di contenuti, narrazione visiva, narrazione crossmediale, abilità convincenti e networking. Per i risultati dettagliati, consultare il documento di ricerca compilato da i-strategies. Il partenariato FIRST ha quindi iniziato a creare un programma di formazione mirato allo sviluppo di queste competenze specifiche. Il risultato è il corso di formazione online con quattro moduli disponibile tramite la piattaforma network-first.eu. In questo documento, delineiamo la logica dietro la selezione di queste competenze specifiche, il loro significato nel contesto del fundraising e dello storytelling e come vengono formate nel corso online del FIRST.



I. Quadro delle Competenze Europee e FIRST

Il termine “competenza” si riferisce alla combinazione di conoscenze, abilità e comportamenti che gli individui possiedono e applicano efficacemente in contesti specifici per ottenere i risultati desiderati o svolgere compiti con successo. Comprende sia le competenze tecniche che le qualità personali necessarie per eccellere in un particolare campo o ruolo. Ciò include la conoscenza (comprensione), il comportamento (includendolo in un repertorio) e i valori (atteggiamento e qualità).

Questa è l’espressione formale per descrivere le competenze. Per dirla in termini più semplici, significa che non si tratta solo di ciò che le persone fanno, ma, cosa ancora più importante, di ciò che possono fare con quella conoscenza e della loro capacità di continuare a migliorare le proprie capacità. La domanda è se l’istruzione rende gli studenti informati o competenti.

Le competenze FIRST selezionate corrispondono ai quadri menzionati nella domanda di progetto originale, vale a dire:



EntreComp: il quadro delle competenze imprenditoriali è stato sviluppato dalla Commissione europea per definire e promuovere l'imprenditorialità come competenza chiave per individui e organizzazioni. Delinea un insieme di capacità, attitudini e conoscenze imprenditoriali necessarie per il successo nel mondo dinamico e in continua evoluzione del business. Competenze rilevanti: creatività, visione, valorizzare le idee, individuare opportunità, mobilitare risorse, prendere iniziativa, lavorare con gli altri e apprendere attraverso l'esperienza.



DigComp: Il Quadro delle competenze digitali è stato sviluppato dalla Commissione Europea per descrivere e valutare le abilità e competenze digitali. Definisce un insieme di conoscenze, abilità e attitudini necessarie affinché gli individui possano navigare e prosperare in modo efficace nell’era digitale. DigComp copre aree quali l'alfabetizzazione informatica e dei dati, la comunicazione digitale, la creazione di contenuti digitali e la risoluzione di problemi in ambienti digitali. Competenze rilevanti: valutazione, comunicazione e collaborazione, creazione di contenuti digitali, utilizzo creativo delle tecnologie digitali.



EFA COMPETENCE FRAMEWORK: Il quadro delle competenze standard di certificazione della European Fundraising Association si concentra sulle competenze di raccolta fondi richieste nella qualifica standard di raccolta fondi certificata EFA, insieme alle linee guida per la consegna e la valutazione.

Competenze rilevanti: CF1.4 Contesto culturale e sociale; CF2.3: Stabilire un caso di sostegno; CF 3.4: Marketing diretto per l'acquisizione di nuovi donatori; CF3.5:

Raccolta fondi digitale per l'acquisizione di nuovi donatori; CF5.0 Costruire relazioni con i sostenitori.

II. Storytelling



Lo storytelling è l'arte di trasmettere una narrazione o una serie di eventi attraverso parole, immagini o altri mezzi creativi. Implica affascinare il pubblico e coinvolgere le sue emozioni, la sua immaginazione e la sua attenzione attraverso il potere di una storia ben realizzata. È quindi uno strumento incredibilmente importante, versatile ed efficace per la raccolta fondi. Tuttavia, il fundraiser e lo storyteller necessitano di determinate competenze per

utilizzare questo strumento a proprio vantaggio: Uno storytelling efficace richiede forti capacità di comunicazione, inclusa la capacità di articolare idee in modo chiaro, utilizzare toni e linguaggio appropriati e trasmettere emozioni in modo efficace. Richiede pensiero creativo e capacità di sviluppare narrazioni uniche e coinvolgenti che catturino l'interesse del pubblico e lascino un'impressione duratura. Devi essere in grado di strutturare storie, creare personaggi avvincenti e costruire narrazioni coinvolgenti. Gli storyteller devono connettersi con il loro pubblico a livello emotivo, evocando empatia ed entrando in risonanza con le loro esperienze. Devono adattare le loro tecniche di narrazione a diversi pubblici, contesti e mezzi, adattando il loro approccio per soddisfare le esigenze e le preferenze specifiche del loro target. A sua volta, lo storytelling consente di sviluppare o rafforzare anche tutta una serie di competenze: la competenza nello storytelling può migliorare le capacità di costruzione dell'empatia, consentendo alle persone di comprendere e connettersi con le prospettive e le esperienze degli altri. Può essere utilizzato come strumento persuasivo per influenzare atteggiamenti, comportamenti e credenze. La competenza nello storytelling consente alle persone di creare narrazioni che comunicano efficacemente messaggi e ispirano l'azione negli altri. Può approfondire la comprensione individuale delle diverse culture e promuovere l'apprezzamento e la sensibilità interculturale. Incoraggia il pensiero critico spingendo le persone a mettere in discussione le ipotesi, valutare le prove e impegnarsi in analisi significative. Questi sono solo alcuni esempi di competenze essenziali sia per le persone direttamente coinvolte nello storytelling, sia per coloro che utilizzano lo storytelling come mezzo di comunicazione e impegno in vari campi, come marketing, istruzione, advocacy e leadership. Per il corso online FIRST, consideriamo lo storytelling vantaggioso sia come abilità utile per una raccolta fondi efficace sia come modo prezioso per sviluppare ulteriormente le capacità personali.

III. Fundraising e Storytelling

Il fundraising si riferisce al processo di sollecitazione e raccolta di fondi o risorse finanziarie per sostenere una causa, organizzazione, progetto o iniziativa specifica. Implica raggiungere individui, aziende, fondazioni o altri potenziali donatori e convincerli a contribuire finanziariamente alla causa o all'organizzazione. In questo caso, lo storytelling può svolgere un ruolo cruciale nel migliorare gli sforzi di raccolta fondi creando connessioni emotive e coinvolgendo potenziali donatori.



Lo storytelling ha il potere di evocare emozioni e creare una connessione personale con il pubblico. Condividendo storie avvincenti di individui colpiti dalla causa o dal lavoro dell'organizzazione, la narrazione attinge all'empatia, alla compassione e al senso di scopo. Questo appello emotivo può motivare i potenziali donatori a contribuire e sostenere la causa. Può anche conferire autenticità e riconoscibilità al messaggio di raccolta fondi. Le narrazioni personali e le esperienze di vita reale aiutano i donatori a connettersi con la causa a un livello più profondo. Quando i donatori possono nelle storie vedere se stessi o qualcuno con cui possono identificarsi, è più probabile che sentano un senso di risonanza e siano ispirati a contribuire. Inoltre, lo storytelling consente alle raccolte fondi di illustrare l'impatto tangibile delle donazioni. Condividendo storie che mostrano come i fondi sono stati utilizzati in modo efficace e hanno fatto la differenza, lo storytelling fornisce esempi concreti di come i contributi possano portare cambiamenti positivi. Ciò aiuta i potenziali donatori a comprendere l'impatto diretto che il loro sostegno può avere, aumentando la loro disponibilità a contribuire. Le organizzazioni possono quindi creare fiducia e credibilità mettendo in mostra il lavoro, i valori e i risultati dell'organizzazione. Presentando storie di risultati positivi, testimonianze di beneficiari o il percorso dell'organizzazione stessa, lo storytelling aiuta a stabilire trasparenza e autenticità. Infine, le storie ben realizzate hanno il potenziale per essere memorabili e condivisibili nelle reti e nei media, il che può estendere la portata del messaggio di raccolta fondi, attirando più potenziali donatori e sostenitori.

Sfruttando le tecniche di narrazione, i fundraiser possono creare una narrazione avvincente che non solo informa, ma ispira e coinvolge anche i potenziali donatori. Lo storytelling aiuta a trasformare la raccolta fondi da una semplice richiesta di fondi in un'esperienza significativa e di grande impatto che motiva le persone a contribuire e sostenere la causa o l'organizzazione.

IV. Le Competenze FIRST

Per la selezione delle competenze FIRST, abbiamo consultato una varietà di quadri di competenze europei, come EntreComp, DigComp e il quadro di competenze EFA. Abbiamo quindi selezionato le competenze potenzialmente rilevanti e condotto un'analisi dei bisogni con le fondazioni europee, chiedendo loro quali competenze e abilità sarebbero più rilevanti per loro. Abbiamo raccolto 22 questionari da fondazioni di diversi paesi europei: Belgio (5%), Regno Unito/CY (5%), Catalogna (5%), Cipro (9%), Svezia (9%), Spagna (14%), Germania (24%) e Italia (29%). Le fondazioni coinvolte nell'indagine operano in diversi settori, principalmente nell'istruzione, nella cultura e negli aspetti

sociali. Le fondazioni coinvolte nell'indagine variano per dimensioni, da quelle che lavorano principalmente con i volontari a quelle più strutturate e con più di 200 dipendenti.

Tra le competenze essenziali per lavorare per loro, gli intervistati hanno indicato le capacità di gestione, la flessibilità, la comunicazione, il marketing e la promozione come le più rilevanti. Per quanto riguarda le strategie di raccolta fondi, il 40% delle fondazioni ha dichiarato di voler migliorare le competenze legate alla comunicazione e alla promozione, il 20% le competenze digitali e il 15% le competenze di networking. Solo il 32% delle fondazioni coinvolte nel sondaggio utilizza lo storytelling in modo mirato. Di questi, il 67% lo utilizza per raccontare la storia o le storie legate al settore in cui lavorano e il 33% per raccontare le attività realizzate. I media narrativi più comunemente utilizzati sono testi (scritti e orali), immagini, foto e video e le fondazioni li utilizzano sia in formato digitale che analogico. Del 68% delle fondazioni che non utilizzano lo storytelling, il 93% lo considera uno strumento utile per le attività di raccolta fondi delle fondazioni e l'87% lo considera utile per le proprie attività specifiche di raccolta fondi.



Per quanto riguarda le competenze più rilevanti per uno storytelling di successo nelle attività di raccolta fondi, l'indagine ha evidenziato le seguenti sette competenze chiave: capacità di comunicazione, creatività, narrazione di contenuti, narrazione visiva, narrazione crossmediale, abilità convincenti e networking. Queste competenze costituiscono la base del corso di formazione online FIRST e sono presentate di seguito in modo più dettagliato. Per i risultati dettagliati del sondaggio, consultare il [documento di ricerca compilato da i-strategies](#).

COMPETENZE COMUNICATIVE

La capacità di utilizzare e trasmettere un determinato messaggio in diversi contesti.

Comunicare in modo efficace la mission della fondazione ai donatori

Selezione della lingua, delle attività e dei media appropriati

CREATIVITÀ

La capacità di pensare fuori dagli schemi e di trovare nuove soluzioni

Definire il 'problema' e trovare soluzioni creative (narrative)

Essere in grado di determinare e utilizzare abilità e consensi in modo creativo

Trovare ispirazione espandendo i propri orizzonti

NETWORKING

La capacità di costruire e mantenere una rete di contatti per favorire il successo professionale

espandere la connessione con partner, dipendenti e clienti agendo in modo mirato e autentico

Usare lo storytelling per stabilire una nuova rete

Migliorare la comunicazione attraverso lo storytelling

COMPETENZE PERSUASIVE

La capacità di costruire fiducia e una relazione con un individuo o un gruppo per influenzarli al fine di raggiungere un determinato obiettivo

Usare lo storytelling per migliorare le capacità di persuasione

Usare competenze persuasive nel fundraising

STORYTELLING

DEI CONTENUTI:

La capacità di creare, strutturare e scrivere il contenuto di una storia

Selezionare storie adatte alla personalità e alla missione del donatore

Strutturare una storia

Presentare una storia coinvolgendo gli ascoltatori

STORYTELLING

VISIVO:

La capacità di utilizzare media visivi, come fotografia, video e grafica, per creare una narrazione.

Conoscere diverse opzioni per la narrazione visiva

Essere in grado di tradurre visivamente una storia

CROSS-MEDIA STORYTELLING:

La capacità di produrre una narrazione coerente con l'aiuto di diversi canali mediatici

Consapevolezza delle diverse strategie di diversi media

Pianificare e strutturare le iniziative di storytelling

V. FIRST Competenze interne al Corso Online

Le sette competenze hanno informato la struttura e il contenuto del corso online FIRST. In quattro moduli, gli studenti possono migliorare le proprie conoscenze sulla raccolta fondi in un contesto europeo, sullo storytelling, sulla gestione dei progetti e sul networking. Di seguito puoi trovare il programma del corso online. L'intero corso è disponibile come risorsa educativa aperta tramite network-first.eu.

1. Principi fondamentali del Fundraising in Contesto Europeo

- I. Valutare la vostra fondazione in un contesto europeo: la vostra organizzazione è pronta per l'Europa?
- II. Adattare interventi, comunicazione e obiettivi al contesto europeo
- III. Sviluppare una strategia europea per la vostra fondazione

Questo modulo si concentra sulle seguenti competenze: CAPACITÀ COMUNICATIVE, CREATIVITÀ, CAPACITÀ DI PERSUASIONE, NETWORKING, ABILITÀ DI PIANIFICAZIONE

2. Comunicazione e Storytelling nel Fundraising Europeo

- I. Principi fondamentali dello Storytelling
- II. Usare lo Storytelling per comunicare i tuoi obiettivi a livello europeo
- III. Storytelling basato su testo, materiale visivo e cross-media + strumenti utili

Questo modulo si concentra sulle seguenti competenze: CREATIVITÀ, STORYTELLING DEI CONTENUTI, STORYTELLING VISIVO, CROSS-MEDIA STORYTELLING

3. Progetti europei come risorse di fundraising: Project management e strumenti di gestione finanziaria

- I. Trovare risorse di Fundraising europee
- II. Gestione di progetti europei: dall'incubazione alla finalizzazione
- III. Strumenti e suggerimenti di gestione

Questo modulo si concentra sulle seguenti competenze: COMPETENZE COMUNICATIVE, CREATIVITÀ, COMPETENZE PERSUASIVE, NETWORKING, ABILITÀ DI PIANIFICAZIONE

4. Costruire il tuo network europeo: esempi delle migliori azioni dell'UE

- I. Capacità e strategie di networking
- II. Esempi di best practices delle fondazioni europee
- III. Come usare la mappa interattiva FIRST per costruire il tuo network

Questo modulo si concentra sulle seguenti competenze: NETWORKING, COMPETENZE DI COMUNICAZIONE, COMPETENZE PERSUASIVE

VI. Prospettive



Nel lungo termine, immaginiamo che FIRST avrà un impatto in tutta l'UE, poiché i prodotti del progetto saranno concepiti come risorse gratuite online e offline, trasferibili ad altri paesi e contesti, aperti all'uso a qualsiasi livello (locale, regionale, nazionale, europeo e internazionale). Ci auguriamo in particolare di sostenere le fondazioni nella formazione dei loro volontari e del personale, ma anche i centri di formazione professionale fornendo loro materiali didattici moderni, un quadro che può essere utilizzato

e adattato ai loro programmi di formazione. Partecipando al corso online FIRST, gli studenti miglioreranno le loro capacità di comunicazione e raccolta fondi e potranno utilizzare gli approcci FIRST per creare le proprie strategie di raccolta fondi e storytelling.

Le best practices effettive, provenienti da tutta Europa, forniscono competenze di esperienza diretta. Inoltre, lo strumento di networking online e la mappa interattiva consentono il contatto diretto tra le organizzazioni europee interessate ad espandere la propria rete, condividere le proprie esperienze e migliorare la raccolta fondi.

Gli studenti potranno così applicare direttamente quanto appreso nel corso online in un ambiente di lavoro reale.

Allo stesso modo, i formatori nel campo dell'IFP e dell'istruzione degli adulti saranno in grado di migliorare il proprio portafoglio di insegnamento con i materiali FIRST, capitalizzando le competenze avanzate e il know-how dei partner FIRST. I materiali didattici possono essere utili anche per i servizi di orientamento professionale al fine di dare a chi cerca lavoro un'idea concreta di quali opportunità di lavoro nel terzo settore potrebbero comportare.

Nel complesso, speriamo di migliorare la visibilità e la connessione tra le fondazioni, promuovere il loro lavoro a livello europeo e fornire strumenti preziosi per aumentare il loro impatto con uno Storyteller e un Fundraiser delle fondazioni tra le loro fila. Ciò potrebbe in futuro creare opportunità di lavoro e avere un'influenza positiva sulla lotta alla disoccupazione giovanile nell'UE.

