

ACCADEMIA DI FUNDRAISING PER LA CULTURA

una iniziativa di



La Scuola di Fundraising di Roma e la Fondazione Fitzcarraldo hanno dato vita alla Accademia di Fundraising per la Cultura: una serie di corsi brevi e intensivi sui principali aspetti del fundraising culturale verso aziende, individui e fondazioni. Nasce così, anche in Italia, una importante offerta formativa specificamente rivolta al settore culturale (musei, biblioteche, teatri, istituzioni culturali pubbliche e private, associazioni culturali, cooperative, amministrazioni locali, ecc.) e a coloro che intendono essere professionisti del settore. È prevista anche una certificazione delle conoscenze e competenze acquisite. I corsi hanno tutti un carattere laboratoriale: 100% concretezza; 0% astrazione!

PROGRAMMA 2019/2020

LE BASI DEL FUNDRAISING // CORSO BASE A1

Torino, 2 ottobre 2019 oppure Roma, 20 novembre 2019 - € 100+IVA

Oggi il fundraising rappresenta uno degli strumenti principali di sostenibilità di una organizzazione e/o di una iniziativa culturale. A patto però di dotarsi di strumenti e strategie adeguate per ottenere buoni risultati. Questo corso è la porta di ingresso per chi vuole fare fundraising culturale.

Programma

1 - Il fundraising in un contesto che cambia: identità sociale e posizionamento strategico

- Definizione
- Il fundraising in una prospettiva evolutiva;
- Campi di applicazione del fundraising per la cultura
- Ciclo di progettazione e realizzazione del fundraising
- Il punto di partenza: causa sociale e statement dei servizi culturali Il posizionamento strategico competitivo

2 – Panoramica delle principali forme di raccolta fondi per la cultura

- Donazioni individuali
- Corporate fundraising
- Filantropia istituzionale

3 - Come si fa una strategia di fundraising

- Le 5 aree di successo del fundraising;
- Gli strumenti di analisi dei punti di forza e di debolezza della organizzazione;
- Gli strumenti di analisi delle opportunità e delle minacce del proprio ambiente operativo;
- La centralità delle relazioni delle istituzioni culturali: pubblico, comunità, stakeholders. Strumenti di analisi del capitale relazionale

CORPORATE FUNDRAISING PER LA CULTURA//CORSO BASE A2

Roma, 21 e 22 novembre 2019 - € 250+IVA

Si tratta di un corso innovativo che si svolge in forma di laboratorio in cui i partecipanti, partendo dai bisogni specifici di raccolta fondi delle proprie organizzazioni, apprendono come elaborare una strategia di corporate fundraising e come definire al meglio un'azione promozionale verso le aziende (sponsorizzazioni, filantropia, partnership) e le loro fondazioni.

Programma

1 - Fatti numeri e trend del corporate fundraising per la cultura

2 – Le modalità del corporate fundraising

- sponsorizzazione, filantropia/mecenatismo, partnership
- Rassegna delle principali tecniche
- Profili fiscali
- Presentazione di casi

3 - La procedura di ideazione, progettazione e promozione del corporate fundraising

- Analisi valoriale della offerta
- Analisi della domanda delle aziende
- Come si sceglie l'azienda: il link relazionale, territoriale e contenutistico

4 - Il processo promozionale verso le aziende

5 – Role play

Il corso si caratterizza come laboratorio, alternando lezioni e lavoro di gruppo, in cui i partecipanti, assistiti dai docenti, elaboreranno una vera proposta per una vera organizzazione da rivolgere ad una vera azienda. Il laboratorio terminerà con un role play alla presenza di un rappresentante del mondo delle aziende.

Docenti: Massimo Coen Cagli e Andrea Caracciolo

DONATORI E DONAZIONI PER LA CULTURA //CORSO BASE A3

Torino, 3 e 4 ottobre 2019 - € 250+IVA

Il corso si propone di dare un quadro esaustivo del mercato delle donazioni individuali nel settore della cultura fornendo un set di conoscenze metodologiche e pratiche per delineare una strategia di fundraising verso gli individui, tenendo conto del differente contesto e delle caratteristiche dell'organizzazione per poi concentrarsi, in modo pratico, sulla ideazione e pianificazione degli strumenti di raccolta fondi on line e off line

Programma

1 - Fatti numeri e trend delle donazioni individuali per la cultura

- Perché gli individui donano per la cultura

2 – Prima delle tecniche, le strategie

- Raccogliere donatori e non solo donazioni;
- Acquisizione, fidelizzazione, valorizzazione, espansione: qual è il nostro bisogno principale
- la filiera della donazione: come si diventa donatori

3 - Rassegna di modalità di fundraising da individui (con presentazione di casi)

- donazioni
- membership
- grandi donazioni
- community fundraising
- fundraising on line
- profili fiscali

4 - La procedura di ideazione e progettazione di una azione di raccolta fondi da individui

- La individuazione dei target: tutto parte da una lista....
- lo scambio con i donatori
- I mezzi e i canali di promozione

5 - Role Play

Il corso si caratterizza come laboratorio, alternando lezioni e lavoro di gruppo, in cui i partecipanti, assistiti dai docenti, elaboreranno l'idea progettuale di una campagna di raccolta donazioni individuali per un vero progetto di una vera organizzazione.

Il laboratorio terminerà con un role play alla presenza di senior fundraiser che ne giudicheranno la validità

Docente: Massimo Coen Cagli

CROWDFUNDING PER PROGETTI CULTURALI //OFFICINA 1

Roma, 18 ottobre 2019 - € 100+IVA

Il crowdfunding va molto di moda. Ma non sempre è chiaro a quali condizioni una campagna può avere successo. Questa officina, partendo dai casi concreti dei partecipanti, permetterà di capire se vale la pena lanciare una campagna di crowdfunding e cosa deve fare una organizzazione per guidarla al successo.

Programma

1 - Cosa è il crowdfunding

- Definizione
- Le caratteristiche sociologiche del crowdfunding

2- Rassegna di casi di crowdfunding per la cultura

3- Ideare una campagna di crowdfunding

- La struttura di fundraising del crowdfunding: la folla, i network, l'attivismo, il progetto, i proponenti, la produzione di valore, le ricompense,
- A quali condizioni conviene usare il crowdfunding
- L'analisi del capitale relazionale e di rete del proponente
- Il progetto e la sua presentazione
- E dopo la campagna? Fidelizzare

4 - Esercitazione, sulla base di un kit fornito dai docenti, per la ideazione e la pianificazione di una campagna di crowdfunding su progetti delle organizzazioni dei partecipanti al corso.

N.B. Il corso non prende in considerazione l'equity crowdfunding e il social lending.

Docente: Massimo Coen Cagli

MEMBERSHIP E ASSOCIAZIONI “AMICI DI” //OFFICINA 2

Torino, 5 ottobre 2019 - € 100+IVA

Spesso istituzioni e organizzazioni culturali pensano che il pubblico delle proprie attività sia solo un fruitore. Sbagliato! Potenzialmente è un sostenitore della organizzazione che vuole entrare a far parte di una community che condivide l'interesse per la cultura, sentendosi partecipe della gestione di un “bene comune”. In questo corso si impara a promuovere, gestire e sviluppare programmi di membership finalizzate al fundraising.

Programma

1. Cosa è una membership e sue caratteristiche per la sostenibilità di una organizzazione

- Membership formali: associarsi ad un ente)
- Membership sostanziali: essere amico e sostenitore continuativo di un ente)
- profili giuridici e fiscali delle membership

2. Rassegna di casi di membership a scopo di raccolta fondi

- membership legate all'accesso a benefit
- Associazioni “amici di”
- Campagne associative
- Soci come investitori alle radici dell'erba

3. Come si crea e si sviluppa una membership

- I target
- Convertire il pubblico in member
- l'ente culturale come community
- Il member come cittadino attivo per il bene comune

4. Cosa offrire ai “member”: tipologie di scambi e benefit

- Benefici materiali
- Benefici immateriali

5. Esercitazione: piano di costituzione o ampliamento della membership. Divisi per gruppi si lavorerà, con l'aiuto di un sussidio fornito dai docenti, su una campagna membership per un caso reale relativo alle organizzazioni di appartenenza dei partecipanti.

N.B. Per una più proficua partecipazione alla officina è consigliabile – ma non obbligatorio - aver frequentato precedentemente il corso base A.3. Donatori e donazioni per la cultura

Docenti: Niccolò Contrino e Riccardo Tovaglieri

LE SPONSORIZZAZIONI DI EVENTI E ATTIVITA' CULTURALI //OFFICINA 3

Torino, 8 novembre 2019 - € 100+IVA

Se l'azienda intende sponsorizzare una iniziativa, vuol dire che vuole ricevere in cambio dei benefici chiari e personalizzati. Ideare un buon progetto di sponsorizzazione non vuol dire semplicemente chiedere soldi in cambio di una generica "pubblicità". Vuol dire dialogare con l'azienda per capire come l'organizzazione e le sue attività possono rispondere ai suoi bisogni. E' il corso necessario per chi deve elaborare una proposta di sponsorizzazione ad una azienda.

Programma

1. Cosa sono le sponsorizzazioni in cultura

- Definizione di sponsorship, sponsor e sponsee
- Le sponsorizzazioni in Italia: profilo normativo e fiscale

2. Il mercato delle sponsorizzazioni culturali in Italia

- Dati e trend del mercati
- Perché le aziende sponsorizzano

3. Le principali forme di sponsorizzazione attraverso la presentazione di casi

4. Costruire una proposta di sponsorizzazione e promuoverla

- Cosa ho da offrire alle aziende (analisi valoriale dell'offerta)
- La scelta delle aziende e la loro analisi
- La elaborazione della proposta: individuazione dei vantaggi per l'azienda
- Il piano di comunicazione per le sponsorizzazioni
- Il valore economico della sponsorizzazione e l'offerta commerciale
- A chi rivolgersi in azienda?
- Canali diretti e indiretti di promozione

5. Laboratorio: costruzione di una proposta di sponsorizzazione partendo da casi reali portati dai partecipanti

N.B. Per una più proficua partecipazione alla officina è consigliabile – ma non obbligatorio - aver frequentato precedentemente il corso base A.2. Corporate fundraising per la cultura

Docenti: Niccolò Contrino e Riccardo Tovaglieri

ART BONUS: SE LO CONOSCI LO SFRUTTI! //OFFICINA 4

Roma, 13 dicembre 2019 - € 100+IVA

L'Italia si è dotata da tempo di un potente strumento di agevolazione fiscale per chi sostiene istituzioni culturali pubbliche e altre attività culturali: l'Art Bonus. Pur non rappresentando mai la ragione per la quale una persona o una azienda donano, questo strumento (65% di credito fiscale per i donatori) può facilitare enormemente la decisione di sostenere la cultura. Il corso ti spiega tutto sull'Art Bonus e su come comunicarlo e proporlo al meglio ai potenziali donatori.

Programma

1. Che cosa è l'art bonus

- Caratteristiche giuridico-fiscali
- Ambiti di applicazione
- Titolarità degli enti all'uso dell'art bonus

2. Chi dona con l'art bonus e perché (illustrazione del mercato dell'art bonus)

- I donatori individuali
- Aziende
- Fondazioni e enti non commerciali
- Rassegna di casi
- Fattori di successo e insuccesso delle campagne art bonus

3. Come si costruisce una campagna di art bonus dalla A alla Z

- Individuazione dell'oggetto della raccolta fondi
- Individuazione dei target
- La promozione dell'art bonus: come comunicare a chi deve sapere
- Proporre e gestire benefici non commerciali ai donatori: menzione, immagine, reputazione, pubbliche relazioni
- Integrare filantropia, sponsorizzazione, responsabilità sociale in una ottica di partnership

4. Esercitazione: piano di una campagna art bonus su specifico progetto. Divisi per gruppi si lavorerà, con l'aiuto di un sussidio fornito dai docenti, su una campagna membership per un caso reale relativo alle organizzazioni di appartenenza dei partecipanti.

Docente: Massimo Coen Cagli

RACCOLTA FONDI DALLE FONDAZIONI //OFFICINA 5

Torino, 16 e 17 gennaio 2020 - € 250+IVA

In Italia ci sono centinaia di fondazioni di origine bancaria, di famiglia e di azienda che offrono risorse finanziarie per progetti di qualità e innovativi. Sono uno dei primi finanziatori della cultura. Come si individuano e si contattano, come si elabora un progetto vincente che risponda alle loro aspettative, come si gestisce il rapporto con esse? Il corso risponde a queste domande. Il tutto con un role play che coinvolge rappresentanti del mondo delle fondazioni. Gettando uno sguardo al "ricco" mondo delle fondazioni internazionali....

Programma

- 1. Gli enti erogatori e le fondazioni: uno sguardo d'insieme sul panorama delle fondazioni italiane.**
 - Fondazioni di azienda, di famiglia e di origine bancaria
 - Dati e trend del mercato delle fondazioni
- 2. I principali strumenti di finanziamento delle fondazioni: contributo libero, finanziamento su progetto, partnership complesse con presentazione di casi**
- 3. Le fondazioni finanziano la produzione di valori e impatti: capire cosa possiamo offrire alle fondazioni (analisi valoriale della offerta)**
- 4. La procedura del fundraising da fondazioni: analisi, individuazione della fondazione e del progetto, promozione, fidelizzazione.**
- 5. Il ciclo del progetto culturale e le sue fasi: dalla programmazione alla valutazione dell'intervento.**
- 6. Role play:** la officina si caratterizza come laboratorio, alternando lezioni e lavoro di gruppo, in cui i partecipanti, assistiti dai docenti, elaboreranno una vera proposta per una vera fondazione. Il laboratorio terminerà con un role play alla presenza di un rappresentante del mondo delle fondazioni.
- 7. Uno sguardo alle fondazioni internazionali: cosa aspettiamo a rivolgerci a tutto il mondo?**
 - Un mercato attento alla offerta culturale italiana
 - Breve rassegna di casi
 - Come raggiungere le fondazioni internazionali

Docente: Massimo Coen Cagli

CERTIFICATI IN FUNDRAISING PER LA CULTURA

Scegliendo di partecipare a più corsi e sostenendo un esame finale, si può ottenere un certificato in fundraising per la cultura. Non una semplice attestazione di partecipazione ai corsi ma una **certificazione delle conoscenze e competenze acquisite** che possa testimoniare ai fini professionali le capacità di un fundraiser.



1 – FULL FUNDRAISING CERTIFICATE è il percorso per chi vuole esplorare le possibilità del fundraising a 360 gradi e impostare un piano strategico di raccolta fondi per la propria organizzazione, integrando diversi strumenti che gli permetteranno di rivolgersi sia al mondo delle aziende sia alle comunità territoriali di riferimento.

Il Full Fundraising Certificate prevede la partecipazione a

- Corso Base 1
- Corso Base 2
- Corso Base 3
- 2 Officine (a scelta)
- Esame per rilascio certificazione

€ 800,00 +iva



2 – CORPORATE FUNDRAISING CERTIFICATE è il percorso per chi vuole attivare strategie di raccolta fondi con una attenzione specifica al mondo delle piccole e grandi aziende:

l'occasione per esplorare approcci e strumenti, dai criteri di individuazione delle imprese alla costruzione di una proposta efficace.

Il Corporate Fundraising Certificate prevede la partecipazione a

- Corso Base 1
- Corso Base 2
- 1 Officina (a scelta)
- Esame per rilascio certificazione

€ 540,00 +iva



3 – DONORS FUNDRAISING CERTIFICATE è il percorso per chi vuole attivare strategie di raccolta fondi a partire da un coinvolgimento attivo delle principali comunità di riferimento, siano esse territoriali o di interesse, utilizzando i principali strumenti on line – tra cui il

crowdfunding – e più tradizionali approcci di attivazione di membership e comunità.

Il Donors Fundraising Certificate prevede la partecipazione a

- Corso Base 1
- Corso Base 3
- 1 Officina (a scelta)
- Esame per rilascio certificazione

€ 540,00 +iva

Per ulteriori informazioni

Scuola di Fundraising di Roma

Area Formazione

Website: www.scuolafundraising.it

Email: formazione@scuolafundraising.it

Telefono: 06 657 00 57

Fondazione Fitzcarraldo

Area sviluppo competenze

Website: www.fitzcarraldo.it/formazione

Email: training@fitzcarraldo.it

Telefono: 011 568 33 65