



INTERVENTO INTRODUTTIVO

13 dicembre 2021

Massimo Coen Cagli

Direttore Scientifico della Scuola di Fundraising di Roma

Benvenuti alla seconda edizione dell'evento + fundraising + cultura che si propone di essere un appuntamento annuale o comunque periodico in cui tutti i soggetti che sono legati al nostro enorme patrimonio culturale materiale e immateriale uniscano le loro intelligenze, esperienze, competenze, passioni per far sì che il nostro paese abbia un fundraising all'altezza delle sfide che il settore culturale deve affrontare.

Perché oggi l'Italia, che viene riconosciuta da tutto il mondo come la prima potenza culturale, è una potenza che – perdonatemi la franchezza - sotto l'aspetto del fundraising e quindi della sua sostenibilità, ha **un esercito mal assortito e con scarsi di mezzi**. Mal assortito perché come vedremo sono poche le risorse umane dedicate al fundraising; con scarsi mezzi perché non ha o non dispone pienamente di tutti gli strumenti che possono favorire la raccolta fondi.



Ma prima di addentrarmi nei temi al centro di questo evento, mi occorre fare dei ringraziamenti a tutte le istituzioni e organizzazioni che hanno risposto con grande interesse e coinvolgimento al nostro appello ad essere parte di questo evento che come avete visto dal programma è molto articolato.

Innanzitutto chi ha deciso di collaborare a produrre questo evento e in particolare i nostri amici e colleghi di Patrimonio Cultura, nelle persone di Riccardo Tovaglieri e Niccolò Contrino, con i quali condividiamo da anni un impegno comune per far crescere il fundraising culturale e che hanno coprodotto questo evento con noi, la Fondazione Scuola dei Beni e delle Attività Culturali che ci garantisce la diffusione in streaming di questa sessione e di quella conclusiva e l'AIES che ha collaborato alla sua realizzazione e chiaramente ai miei colleghi della Scuola di Fundraising: Giosué Pasqua, Barbara Bagli, Andrea Caracciolo, Valeria Romanelli, Michele Messina, Sergio Conte e Catia Mastrovito.

E il mio particolare ringraziamento va anche e soprattutto ai main partner dell'evento , ossia

- King Baudouin Foundation USA, nostro partner in importanti iniziative di livello internazionale tese a rendere consapevole l'Italia delle grandi opportunità di fundraising che potremmo cogliere al livello internazionale e in particolare negli USA.
 - Rete del Dono, una delle principali piattaforme di crowdfunding e personal fundraising ma sicuramente quella che presta maggiore attenzione al settore culturale per il quale ha istituito
-

anche un premio per i migliori progetti di crowdfunding culturale. Grazie a Rete del Dono organizzazioni culturali che mai prima avevano approcciato il fundraising oggi lo praticano anche e soprattutto coinvolgendo il loro pubblico e la loro comunità.

- Metadonors azienda che garantisce servizi e prodotti di altissima qualità per il fundraising soprattutto ma non esclusivamente nel campo dei data base e nei sistemi avanzati di gestione di dati, informazioni e conoscenze necessarie a fare fundraising; oltre che su tecnologie innovative di raccolta fondi.
- Il gruppo IREN, che mi piace sottolineare è uno dei primi investitori italiani in cultura con una attenzione particolare ai beni e alle istituzioni culturali delle comunità dove opera come multiutility, con un approccio che prevede un grande coinvolgimento degli stakeholder locali nel disegnare lo sviluppo, anche culturale, dei territori.
- L'Istituto per il Credito Sportivo, che svolge un importantissimo ruolo di servizio per sostenere i necessari investimenti degli enti locali in cultura.

Un ringraziamento va anche agli sponsor delle sessioni plenarie, iRaiser, che offre soluzioni di fundraising digitale alle organizzazioni. Pensate che i loro servizi hanno permesso al Louvre di incrementare la raccolta fondi di 2 milioni di euro, conquistando 10.000 nuovi donatori.

E Dnsp, una agenzia di comunicazione che ha nel dna l'innovazione e la creatività e che da sempre presta una grande attenzione alle esigenze di comunicazione di organizzazioni e istituzioni senza finalità di lucro.

Un grazie di cuore anche alle istituzioni che ci hanno concesso il patrocinio:

- in primis al Ministero della Cultura, che rappresenta evidentemente l'interlocutore primario del lavoro che stiamo svolgendo, e che negli ultimi anni ha sicuramente dato almeno una spinta iniziale al fundraising culturale con l'istituzione dell'Art Bonus, con il mandato ai direttori di istituzioni culturali nazionali che hanno autonomia gestionale di occuparsi anche di marketing, fundraising e comunicazione e promuovendo l'istituzione di nuovi strumenti di gestione del patrimonio come il Partenariato Speciale Pubblico-Privato per la Cultura;
- all'ANCI che mi piace sottolineare da sempre segue con grande interesse e partecipazione i nostri sforzi di portare il fundraising all'interno del mondo culturale,
- alla Conferenza delle Regioni

E infine un grazie ai tanti, tantissimi partner e patrocinatori dell'evento che hanno preso molto sul serio la nostra proposta coinvolgendosi con grande disponibilità nei tavoli di lavoro e nella sessione conclusiva. Credetemi tutta questa partecipazione e questo sostegno sono il vero valore aggiunto dell'evento ed è forse la vera "buona notizia" che oggi possiamo dare aprendo l'evento, e questo dimostra che forse abbiamo spalancato una porta per troppo tempo chiusa e che molti invece vogliono aperta.



Il titolo che abbiamo scelto per questa seconda edizione è: **“il fundraising come risposta immunitaria per affrontare le nuove sfide del settore culturale”** e soprattutto la sfida della sua sostenibilità.

Una risposta immunitaria anche nel senso che il settore culturale, al pari di noi persone, è stato colpito in modo drammatico dalla pandemia producendo, di conseguenza effetti gravi sulla tenuta

complessiva della comunità. Per quanto tempo non abbiamo potuto fruire di attività culturali! Che poi ha voluto dire l'esserci privati di occasioni di accrescimento personale, di socialità piacevole, di benessere personale e sociale. Eh sì! **Perché cultura non vuol dire solo arte in senso stretto e non vuol dire solo - come spesso si sente dire – opportunità economica**, come se essa fosse importante solo perché è funzionale a generare turismo, mobilità, consumi.

Mi piace far notare, a questo proposito, che la prima risposta antropologica, istintiva degli italiani di fronte alla pandemia e al conseguente *lockdown* forzato è stato quello di cantare insieme affacciati alle finestre, suonare uno strumento sul tetto di un palazzo o declamare poesie. E' stata – insomma - una risposta culturale funzionale a dire: io esisto, noi esistiamo nonostante tutto, siamo uniti, siamo una comunità, ci stiamo facendo forza l'uno con l'altro. Al di là delle *play list* che dai balconi sono state diffuse (non sempre piacevolissime) **emerge chiaramente che per noi la cultura, l'espressione artistica e creativa è un aspetto irrinunciabile della nostra identità** individuale e collettiva.

E quante istituzioni e organizzazioni e operatori del settore culturale si sono dovuti fermare subendo un calo delle entrate che ha messo in seria discussione la loro esistenza? La pandemia ha messo in evidenza, se ancora ce ne fosse bisogno, e in modo più drammatico, la **urgente necessità di garantire un sistema di sostenibilità economica di tutto il settore culturale** che di certo non può basarsi solo sui finanziamenti pubblici e sul cosiddetto "sbigliettamento" che poi in tanti casi per una scelta politica non c'è.

Ma, fuor di metafora, il fundraising è una risposta immunitaria perché ha un ruolo strategico nel garantire che il sistema culturale, quale organismo vivente, possa rispondere alle sfide e svolgere pienamente il ruolo che tutto il paese gli riserva: essere uno degli *asset* principali dello sviluppo ancor prima che economico, sociale, del paese. Un *asset*, ossia una risorsa, che non è nella disponibilità solo di qualcuno, ma di tutta la comunità. E' una risorsa per il settore privato, per il mondo del lavoro, ma anche per gli enti locali, per la società civile e per la comunità nel complesso. Una risorsa, quella del nostro immenso patrimonio culturale materiale e immateriale, **la cui governance non può che vedere il coinvolgimento responsabile di tutti gli interlocutori.**



Ma perché è così importante il fundraising - tanto da rendere indispensabile un lavoro di questo genere?

- **Il primo è storico e sociale.** Lasciatemi dire che quello che oggi chiamiamo fundraising per la cultura ha origini profonde e antiche proprio nel nostro Paese. La cultura in Italia in tutte le sue forme è nata sin dall'epoca dei comuni da una **spinta all'investimento delle comunità per creare e mantenere condizioni di benessere nel senso pieno del termine.** Il finanziamento da parte della comunità della cultura è una cosa che preesiste al finanziamento pubblico. Occorre ricordarlo: gran parte delle istituzioni culturali pubbliche dai teatri comunali alle biblioteche di pubblica lettura, ai musei sono nate con l'investimento della comunità e non solo da parte di pochi grandi mecenati, ma spesso anche da parte di comuni cittadini. Questo aspetto lo riteniamo essenziale, perché, se vogliamo ragionare veramente sul fundraising quale oggetto di una strategia comune, lo dobbiamo slegare dalla sua dimensione meramente finanziaria e tecnica, che attiene l'impatto del fundraising, ma non ne è la sua essenza.

- **Il secondo motivo, è di natura economica.** Certo con il fundraising non ci si fa una manovra finanziaria. Ma è pur vero che noi abbiamo bisogno di rendere possibile un grande investimento su di essa. E questo non è oggettivamente possibile farlo solo con i fondi pubblici, e neanche con il libero mercato, soprattutto in una situazione estremamente critica della finanza pubblica come è quella di oggi. Peraltro, l'apporto economico del fundraising ha una caratteristica che è speciale: **è più facilmente orientabile su progetti e attività che producano valore aggiunto e impatti sociali innovativi.**
- **Il terzo motivo è di natura politica.** Fundraising **non vuol dire solo raccogliere fondi ma creare dimensioni partecipative responsabili nella gestione dei beni comuni.** Donare volontariamente, investire consapevolmente vuol dire esprimere un consenso molto concreto attorno a progetti che si reputano importanti, attivandosi per la loro realizzazione. **Il fundraising è uno strumento della cittadinanza attiva, della politica dei beni comuni, del principio costituzionale della sussidiarietà,** ossia della capacità della società civile di concorrere in prima persona ad occuparsi della cosa pubblica.

Per affrontare la sfida di dare all'Italia un sistema di fundraising culturale avanzato, la prima edizione di +fundraising+cultura, tenutasi a Roma nell'aprile del 2019, ha registrato già dei significativi passi in avanti e in particolare 2:

- aver **condiviso con i principali stakeholder pubblici e privati l'importanza strategica del fundraising** per tutti e non solo per gli addetti del settore e quindi meritevole di una policy largamente condivisa circa il suo sviluppo.
- **aver mappato e definito alcuni fattori di ostacolo che frenano lo sviluppo del fundraising** e alcuni fattori di facilitazione che invece lo possono favorire. Si tratta di fattori di natura burocratica, amministrativa, fiscale ma anche culturale, organizzativa e sociale.

Badate bene che il fundraising culturale, oggi, nel nostro paese non è adeguatamente sviluppato non perché non sia importante o non vi sia un reale potenziale di crescita, ma perché vi sono questi ostacoli.

Oggi è difficile fare fundraising per la cultura, per fare solo un esempio, perché **le istituzioni culturali pubbliche che non sono dotate di autonomia gestionale non possono materialmente ricevere donazioni dirette** da parte di donatori. Lo possono fare indirettamente ma con procedure, tempi e modalità che non sono coerenti con i principi del fundraising. Ossia un donatore dovrebbe effettuare una donazione al Ministero o al Comune che poi la deve inserire in un capitolo di bilancio (entrate e uscite) - ammesso che lo abbia previsto - per poi renderlo disponibile alla unità funzionale beneficiaria della donazione, che poi lo impiega e che dovrebbe gestire il rapporto con il donatore. Che in pratica vorrebbe dire donare dei soldi oggi per un progetto urgente sapendo che i soldi arriveranno tra mesi e mesi e senza ricevere un immediato feedback e ringraziamento da parte della organizzazione beneficiaria. Sempre che poi il donatore non debba **scontrarsi col fatto che la P.A. ha indicato di usare come canale di transazione per la donazione il sistema pagoPA**, che come dice il nome, è nato per effettuare pagamenti di servizi e prestazioni, non certo per fare donazioni.

Non so chi di voi ha provato ad effettuare una donazione per la bella iniziativa del Ministero della istruzione questa estate che ha creato una piattaforma di crowdfunding denominata Idearium tesa

a finanziare progetti di attività didattiche e paradidattiche delle scuole pubbliche quasi tutte di grande valore culturale. Io l'ho fatto. E questo **ha comportato, numerosi passaggi burocratici e amministrativi che hanno richiesto circa 25 minuti** per donare 5, 10 o 25 euro in un contesto comunicativo non molto diverso da quello del pagamento delle tasse o di una multa, costellato di autorizzazioni, clausole vessatorie, richiami a norme a me sconosciute. Siamo sinceri: **quale donatore farebbe tutto ciò?**

Ecco se questo evento di oggi riuscisse a creare le condizioni anche solo per cambiare questo sistema e rendere facile donare per le istituzioni culturali pubbliche come è facile oggi scaricare un certificato on line, gratuitamente, ebbene io sarei già molto soddisfatto. Eh sì, perché io penso che **sostenere un bene comune sia un diritto dei cittadini** e deve essere favorito e facilitato come quello di avere un certificato a costo zero e in tempi rapidi.

Pensate che meraviglia sarebbe se domani il TG riprendesse il nostro Presidente della Repubblica non mentre scarica on line un certificato (come abbiamo visto qualche giorno fa) ma mentre effettua una donazione per un museo di Palermo con un solo click! Un sogno!

E quindi c'è anche il tema delle micro-donazioni. **Spesso si pensa che le donazioni per la cultura siano una faccenda solo per grandi mecenati e filantropi, escludendo di fatto la gran parte della comunità dalla possibilità di concorrere al sostegno della cultura.** Pensate che ci sono istituzioni che registrano anche qualche milione di visitatori l'anno di tutte le nazionalità che potrebbero materialmente fare una donazione all'ingresso o all'uscita di una visita ma non lo possono fare per mancanza di un sistema che lo permetta, lo favorisca e lo faciliti. L'indagine Istat sulla frequentazione delle istituzioni culturali ha messo in evidenza che ogni anno si registrano **128 milioni di visitatori nei musei e altre istituzioni culturali di cui più della metà stranieri, di paesi in cui donare per una istituzione culturale è una consuetudine.**

Lo stesso vale per una biblioteca di pubblica lettura che in genere è una unità funzionale di un Comune o dello stesso Ministero: i tanti appassionati frequentatori non potrebbero fare una donazione diretta in biblioteca anche se tutte le volte che abbiamo assistito una biblioteca nella raccolta fondi abbiamo sempre ricevuto una risposta molto positiva dal loro pubblico frequentatore.

Raramente queste persone vengono raggiunte da messaggi di raccolta fondi (membership, donazioni occasionali su obiettivi specifici, 5 o 2 per mille per la cultura, ecc..) Un patrimonio relazionale importante verso potenziali piccoli donatori completamente disperso.

Molti continuano ad affermare che il vero problema del fundraising culturale è che agli italiani non interessa sostenere la cultura anche perché siamo un popolo tendenzialmente ignorante, che non legge, incurante dei beni comuni, e tante altre critiche - passatemi il termine - un po' troppo *radical chic*. Spesso mi viene detto proprio da dirigenti di organizzazioni culturali che portano questa considerazione come giustificazione del fatto che è inutile fare fundraising. Insomma **un luogo comune che rappresenta una buona scusa sia per chi dovrebbe fare fundraising e non lo fa, sia per chi potrebbe sostenere la cultura e non lo fa.** Mal comune mezzo gaudio, come si usa dire.

E invece non è così. Una recente importante ricognizione sul comportamento filantropico culturale in Italia condotta da Giampiero Giacomel, un mio collega fundraiser fondatore di Cultural

Philantopy, oltre a fornirci informazioni utilissime sulle motivazioni che spingono le persone a sostenere la cultura ha messo in evidenza che in Italia circa il **40% della popolazione italiana è propensa a donare per la cultura con una media di 80 € annui. In Uk (dove donare è un comportamento largamente diffuso) le persone orientate a donare per la cultura sono il 20% con una media di 36 € annui.** Il FAI ha dimostrato che vi è una larga parte di cittadini comuni che risponde con grande entusiasmo all'appello di sostenere il nostro patrimonio culturale, non solo quello famoso, ma anche quello di minore fama ma di grande valore per la comunità. L'Art Bonus ha registrato una ottima partecipazione anche delle persone (oltre che delle aziende e delle fondazioni), anche con donazioni da 50 o 100 euro, in una quantità per molti versi inaspettata.

Ogni anno abbiamo circa **10 milioni di visitatori in occasione della iniziativa di apertura gratuita nelle prime domeniche del mese o per altri tipi di esenzioni dal pagamento di biglietti.** Quale occasione migliore per fare una grande campagna di raccolta fondi come ad esempio fa il FAI durante le giornate di apertura del patrimonio? Quanto avremmo potuto incrementare la raccolta fondi per quei musei? Quante persone avremmo fatto socializzare con un comportamento donativo a sostegno dei nostri beni comuni? Tenendo conto che oggi ci sono sistemi che permettono di raccogliere piccole donazioni, con il contatto diretto, ma non in contanti (cosa che creerebbe effettivamente problemi, bensì attraverso POS: i cosiddetti donor box.

Proprio nella prima edizione dell'evento lanciammo una consultazione nel pubblico che ci seguiva dalla quale emerse che **la totalità dei partecipanti riteneva molto importante (valore 4 su una scala da 1 a 5) "Istituire una o più giornate speciali di raccolta fondi in occasione delle giornate di apertura gratuita dei musei, sostenute anche da una campagna nazionale".** Ecco, se questo evento di oggi servisse a sbloccare una situazione del genere e favorisse la organizzazione in occasione dell'apertura gratuita dei musei la realizzazione di una grande campagna di raccolta fondi rivolta alla comunità, io sarei più che soddisfatto!

Ma non ci sono solo ostacoli amministrativi e burocratici. C'è anche una scarsa cultura organizzativa o almeno non moderna, che spinge le organizzazioni culturali a non prendere in considerazione adeguatamente il fundraising.

Abbiamo non meno di 120.000 organizzazioni operanti nel campo della cultura (5.000 musei, 1.500 teatri, 7.500 biblioteche, non meno di 100.000 tra associazioni culturali di vario genere e le tante iniziative culturali promosse o sostenute da enti locali, come festival ed eventi culturali). Solo una percentuale minima di queste realtà ha almeno una persona che seppure a tempo parziale si occupa di raccolta fondi. Pochissime quelle che hanno un ufficio di fundraising. E questo riguarda anche grandi istituzioni e non solo piccole organizzazioni. La recente indagine sulle professioni della cultura realizzata dalla Fondazione Scuola dei beni e delle attività culturali mette in evidenza che **mediamente solo il 10% delle istituzioni culturali ha una persona interamente dedicata al fundraising, percentuale che sale ad un 20% se includiamo personale che si occupa anche di altro.** Quindi possiamo dire che **4 istituzioni su 5 non presidiano adeguatamente l'area fundraising.** La situazione non migliora se guardiamo all'universo delle organizzazioni e associazioni non profit che si occupano di cultura dove, dal censimento ISTAT, emerge che ben **l'83% di queste organizzazioni non pratica alcuna forma di fundraising.**

In questo contesto non posso non notare che tra i **250 esperti di prossima assunzione da parte del Ministero non è prevista la figura professionale del fundraiser e neanche quella dell'economista della cultura** (nella quale si pensa che possano esserci competenze di fundraising,

anche se non è proprio così). Anche nei primi avvisi riguardanti le 3.900 assunzioni che verranno fatte nei prossimi 3 anni (anche grazie al PNRR) non mi sembra che appaiano in modo significativo figure che possano ricoprire funzioni di fundraising.

Eppure siamo certi che un investimento nella crescita del fundraising delle istituzioni culturali è un buono, anzi un ottimo investimento. Per parlare solo della nostra esperienze, la Scuola di Fundraising di Roma, grazie anche all'ANCI, realizzò qualche anno fa un piccolo programma di formazione e accompagnamento al fundraising rivolto a biblioteche di pubblica lettura e reti di promozione della lettura, finanziato dal Centro per il Libro e la Lettura del MIC. **Ebbene 1 euro investito in quel programma ha prodotto ad oggi oltre 8,5 euro di raccolta fondi da parte delle biblioteche.**

Ho citato solo alcuni degli ostacoli che si frappongono ad un pieno sviluppo del potenziale di fundraising culturale che il nostro paese ha. Molti altri riguardano le procedure piuttosto complicate di richiesta e concessione di sponsorizzazioni, la limitazione delle organizzazioni culturali non profit (o di terzo settore) nell'accedere a strumenti di agevolazione per i donatori, la ancora insufficiente attenzione a sostenere i processi di empowerment delle organizzazioni rispetto al peso economico di bandi di finanziamento di progetti e attività, e molti altri ostacoli e inciampi che saranno oggetto del lavoro dei tavoli. Così come è vero che **vi sono già in atto da parte di alcune fondazioni azioni e programmi che tendono a sostenere in vario modo un empowerment delle capacità di fundraising delle organizzazioni culturali e alcune istituzioni culturali che, forzando un po' la mano, si sono dotati di una prima funzione di fundraising.**

Oggi, consci di questo quadro critico, vogliamo fare un importante passo in avanti che è al contempo la sfida che la Scuola intende affrontare insieme credo anche ai tanti partner che hanno sposato questo progetto, ossia **passare dal dire al fare. E lo faremo cercando di elaborare insieme a tutti coloro che si sono coinvolti in questo itinerario elaborando una sorta di linee guida da restituire agli interlocutori del mondo della cultura affinché le facciano proprie**

Ma attenzione non pensiamo solo di restituirle in forma di richiesta alle autorità pubbliche magari come rivendicazioni da parte di una categoria. No. Vogliamo che anche le aziende, le fondazioni, le organizzazioni non profit, l'associazionismo culturale, le istituzioni culturali pubbliche, il mondo della formazione, le organizzazioni professionali le facciano proprie, **perché se la cultura è un bene comune di tutti, è parimenti di tutti la responsabilità di renderla sostenibile in una logica di governance sociale del sistema culturale.**

Grazie mille.