



INTERVENTO CONCLUSIVO

Massimo Coen Cagli

Direttore scientifico della Scuola di Fundraising di Roma

Non è certo il caso (e neanche l'ora) per trarre bilanci e fare valutazioni complessive ma sicuramente possiamo dire che con questo evento abbiamo ottenuto 3 cose, molto importanti.

- Siamo finalmente **riusciti a far entrare nell'agenda politica, istituzionale e sociale il tema del fundraising per la cultura**, facendolo uscire dalle stanze anguste dove fino ad oggi è stato rinchiuso: quella dei tecnici e dei professionisti della raccolta fondi, quello della fiscalità e dei regolamenti, quella degli addetti ai lavori e quella un po' glamour del vecchio modo di concepire la filantropia e il mecenatismo. Insomma, abbiamo portato il fundraising e soprattutto il suo senso sociale e politico - oltre che meramente economico - al centro di in una grande piazza: quelle piazze tipicamente italiane in cui la gente si incontra, scambia esperienze, condivide..., insomma, fanno comunità. Ecco: direi **è nata una comunità di persone che vogliono costruire insieme la sostenibilità della nostra cultura oggi e per il futuro.**
- La seconda cosa che abbiamo ottenuto è **il coinvolgimento di tutti, o quasi tutti gli attori del sistema culturale e del fundraising**, che poi vuol dire essere riusciti ad attivare competenze, conoscenze, responsabilità e non ultimo passioni necessarie a fare quello scatto in avanti quel salto di livello al

dibattito sul fundraising per cultura e più in generale sulla sostenibilità della cultura e delle sue organizzazioni.

- Il terzo e ultimo risultato, forse il più importante, è che in pochi giorni, ma come frutto di un lavoro di anni, finalmente **abbiamo una base di contenuti e proposte per costruire finalmente una vera e propria politica pubblica e sociale sul fundraising culturale**: un ordito sul quale tessere azioni concrete che producano impatti significativi e duraturi.

Ma a conclusione di questo evento, oltre a ringraziare davvero di cuore per il sostegno, l'appoggio, il consenso appassionato, l'altissimo livello di partecipazione tutti i partner, gli sponsor, i patrocinatori e i collaboratori dell'evento, i presidenti e i coordinatori dei tavoli, i più di 70 partecipanti ai lavori, gli interlocutori intervenuti nelle sessioni inaugurale e conclusiva, e le più di 350 persone che complessivamente hanno seguito i diversi momenti dell'evento, vorrei provare a **gettare brevemente lo sguardo al futuro** per condividere con voi gli esiti che a mio avviso deve avere questa iniziativa che a questo punto non è più o tanto della Scuola di Fundraising di Roma ma di una larga partnership di soggetti.

Infatti la nostra intenzione, come abbiamo annunciato in apertura, è quella di **rendere +fundraising+cultura uno spazio, vorrei dire, una agorà dove tutti i soggetti interessati alla cultura possano concorrere a far crescere in qualità e quantità il fundraising culturale nel nostro paese.**

Le proposte di miglioramento che abbiamo approntato, al termine dei tavoli di lavoro, arricchite dagli interventi che mi hanno preceduto non sono certo un documento istituzionale ma neanche un semplice insieme di regolette da mettere in pratica. E' una traccia da seguire, ma lette in altro modo, compongono anche **una visione di un sistema culturale realmente sostenibile non solo sotto l'aspetto**

meramente finanziario, viste le tante implicazioni strategiche, culturali, manageriali che la crescita del fundraising porta con sé.

Una visione mi sembra largamente condivisa e attesa, posto che le indicazioni e raccomandazioni sono pervenute da rappresentanti di soggetti anche molto diversi tra loro, e che alcune di esse sono state espresse, con gli stessi contenuti, da tavoli differenti facendo emergere delle **parole chiave che sono già di per sé linee strategiche**:

- **semplificazione e facilitazione** dei meccanismi normativi, burocratici e amministrativi;
- **investimento in capitale umano** e forza lavoro da destinare la fundraising;
- **sensibilizzazione** e in parte formazione **dei gruppi dirigenti** delle organizzazioni pubbliche e non profit ai quali spetta la guida strategica del fundraising;
- **co-programmazione e co-progettazione** come nuovo paradigma per la filantropia, il mecenatismo e le donazioni di massa;
- **promozione di una cultura moderna del dono** e la sua condivisione da parte di chi chiede e di chi dona;
- necessità di garantire **un dialogo costante tra le parti** e una conoscenza reciproca prima che si proceda a chiedere e donare soldi.

Insomma questo evento, **più che marcare il traguardo di un percorso, al contrario necessariamente, ne segna il punto di partenza. A mio avviso in tre direzioni**: quella della attuazione, quella della conoscenza quella del policy making.

- **L'attuazione** innanzitutto, perché alcune cose vanno fatte in tempo breve e si possono fare in tempo breve a costo zero, liberando così il fundraising da lacci e laccioli che lo frenano. Ma anche per potenziare il sistema sotto il profilo del fundraising. Occorre a mio avviso sfruttare l'occasione che ci viene offerta dal PNRR da Youth Generation EU e altri programmi legati alla ripresa e al rilancio

post pandemia per **fare investimenti strategici** che, essendo tesi a garantire condizioni di sviluppo, non possono che riguardare anche il fundraising. In particolare l'investimento sui **borghi minori**, che ripropone in modo forte il tema della cura e della valorizzazione del patrimonio di valore storico e culturale "minori" e quello sulla **digitalizzazione**, che può essere un volano per lo sviluppo di modalità digitali di fundraising, ma anche i **concorsi e i corsi-concorso** che credo si succederanno in futuro per acquisire personale qualificato per le istituzioni culturali. Devono essere, queste, una grande occasione per inserire nei processi di progettazione degli interventi anche la dinamica del fundraising. Sulla **formazione** però, essendo noi una Scuola, non resteremo certo con le mani in mano attendendo che si facciano azioni di sistema. Abbiamo già programmato per il primo semestre una serie di attività formative di base e specialistiche, che trovate in cartellina sia cartacea che digitale - improntate ad una didattica innovativa in cui si curi non solo il passaggio di saperi e nozioni, ma soprattutto di capacità di applicare le conoscenze nei contesti in cui si lavora, che favorisca la sperimentazione di quanto si impara, che accompagni i professionisti con tutoring, mentoring e altre forme che permettano di aiutarlo a produrre impatti nelle organizzazioni. Ma stiamo pensando ad una offerta di alto livello da far partire già alla metà del 2022 fatta di itinerari di eccellenza rivolti anche e soprattutto a coloro che dirigono una istituzione o ne presidiano aree fondamentali come la comunicazione e la progettazione culturale. Insomma una offerta formativa sul fundraising ma "anche su tutto quello che c'è intorno" e che è necessario a realizzarlo, oltre che approfondimenti specialistici su tutti gli aspetti innovativi del fundraising per la cultura (si veda nella cartellina la brochure di presentazione dell'offerta formativa per la cultura).

Lo faremo chiaramente insieme ai nostri partner storici e chi altro voglia offrire competenze e conoscenze. Ad esempio con le aziende e con le fondazioni che essendo poi destinatari di tante richieste è importante che vengano a

condividere con i fundraiser conoscenze e metodi che possano migliorarlo sia sul versante di chi chiede che su quello di chi dona.

- Una seconda direttrice è quella della **conoscenza**. Non possiamo certo pensare di dotare il paese, il settore culturale e le singole organizzazioni di indicazioni per migliorare il fundraising senza avere chiara conoscenza di come evolve il fenomeno del sostegno privato alla cultura. Oggi noi **non sappiamo con certezza quanto donano individui e aziende per la cultura, con quali motivazioni e quali attese**. Sicuramente sappiamo qualcosa in più del fundraising da e con le Fondazioni filantropiche. **Anche sul versante delle organizzazioni e istituzioni culturali poco sappiamo sul loro fundraising**. I censimenti svolti dall'Istat non contengono purtroppo dati che ci permettano di analizzare bene il fenomeno del fundraising nelle organizzazioni non profit e nelle altre organizzazioni culturali. Ad esempio abbiamo il censimento ISTAT in cui vengono messe allo stesso livello le associazioni culturali con quelle sportive e dove comunque non vengono indagate le dimensioni economiche delle organizzazioni secondo concetti operativi propri del fundraising, confondendo sponsorizzazioni con filantropia o con acquisto di servizi. Nei paesi dove il fundraising è più sviluppato di fatto vi sono più ricerche disponibili. E non è un caso che queste ricerche vengono svolte non solo e non tanto da enti istituzionali ma anche e soprattutto dalle organizzazioni di secondo livello del settore.

Abbiamo bisogno di monitorare e analizzare costantemente la situazione se vogliamo mettere in grado le organizzazioni di fare fundraising bene. Così come una qualunque impresa per pensare e realizzare il proprio sviluppo si basa su dati di mercato, di marketing, indagine sociologiche, psicologiche. Fare cultura, ad ogni livello, è come fare una impresa. E senza una base di conoscenze non è possibile fare impresa.

- La terza linea, di conseguenza, è quella della **elaborazione e progettazione di politiche di sviluppo del fundraising** che riprenda e metta a sistema il metodo che abbiamo voluto sperimentare in questo evento: la **progettazione partecipata** basata sul riconoscimento di tutti gli attori necessari per assicurare una governance efficace del sistema culturale.

Una cosa che ci è stata comunicata da quasi tutti i partecipanti ai tavoli, già dopo poche ore dalla loro chiusura, è la **estrema utilità di aver avuto uno spazio di confronto e di elaborazione comune** il che evidentemente fa pensare che di questi spazi ve n'è un enorme bisogno, posto che il contesto post covid, di Youth generation EU, del PNRR e dell'agenda 2030 ci impone di incrementare la nostra capacità di progettare il futuro e di farlo bene.

Ecco, rispetto a queste tre direttrici intendiamo muoverci per dare vita ad un **"Osservatorio sul fundraising culturale"**, ossia a rendere questo esercizio duraturo nel tempo e non racchiuso in un evento "festivo" occasionale, ma in **una attività continuativa a servizio del sistema culturale italiano**, sia pubblico che non profit, mettendo insieme competenze ed esperienze diverse ma tutte essenziali. Di farlo, non solo al livello generale, ma anche declinando queste politiche e questa collaborazione **al livello territoriale**, tenendo conto in modo specifico delle esigenze del territorio ma anche delle sue risorse, e **al livello di singoli settori**.

Per questo la Scuola di Fundraising di Roma insieme al partner Patrimonio Cultura si ripromette di elaborare in modo sistematico quanto è emerso nei tavoli e che oggi abbiamo riassunto in una serie di proposte e suggerimenti e di redigere un documento, delle "linee guida" che forniscano anche e soprattutto degli spunti per operativizzare le linee che sono emerse in questi giorni, spunti che dovranno necessariamente essere condivisi con gli interlocutori che hanno poi una responsabilità istituzionale, amministrativa, politica e sociale di far crescere la cultura e la sua sostenibilità.

Contatteremo sulla base di questo lavoro nei prossimi mesi tutti i soggetti che reputiamo necessari per fare questo percorso, a partire dai partner di questo evento, che ancora ringrazio veramente per aver creduto nella nostra proposta e averla riempita di contenuti di altissimo livello, per dare vita a questo osservatorio che si in grado di mettere a sistema: conoscenze, contenuti formativi, capacità di progettare politiche pubbliche e sociali, buone prassi, competenze tecniche e amministrative e quant'altro sia necessario a far crescere il fundraising culturale, mettendosi anche e soprattutto al servizio delle istituzioni che hanno la responsabilità di governare la cultura e la filantropia. **Non una iniziativa della Scuola e dei fundraiser, ma una impresa comune.**

E permettetemi di terminare con una nota personale. Io mi sono sempre domandato come mai ho maturato un interesse così forte per il tema del fundraising culturale. Sì, mi piace l'arte, mi diletto a dipingere e suonare, sono un fruitore di cultura nelle sue varie forme, ma perché proprio il fundraising per la cultura? Ebbene la risposta l'ho trovata proprio nella **storia italiana delle istituzioni culturali che da sempre sono il frutto di un investimento anche e soprattutto economico della comunità** per garantirsi vero benessere sociale, quel benessere che peraltro ci invidia tutto il mondo. Insomma una passione non tanto o non solo professionale ma civile.

Ecco: tutto quello che abbiamo fatto in questi anni e soprattutto in questi giorni, almeno per me, vuol dire **restituire alla comunità questo ruolo di protagonista di un pezzo importante del welfare: la cultura**, che poi vuol dire contribuire a rendere vero e concreto quel principio di **sussidiarietà** della nostra costituzione che deve essere applicato anche e soprattutto al settore culturale.

Grazie davvero a tutti e appuntamento alla terza edizione di + fundrasing+ cultura in cui, spero, analizzeremo i risultati di questo lavoro che oggi abbiamo fatto insieme e che spero faremo già a partire da domani.