NOTA STAMPA
14 novembre 2025

"Più Fundraising Più Cultura" (VI edizione)

Unire forze, costruire valore
Main event – 13 novembre 2025
Nell'ambito di RO.ME Museum Exhibition

Si è conclusa ieri, 13 novembre 2025, con il main event finale, la sesta edizione di Più Fundraising Più Cultura, il più importante programma gratuito in Italia dedicato al fundraising in ambito culturale, promosso da Scuola di Fundraising di Roma, Patrimonio Cultura Società Benefit e Associazione Fundraising Lab, nell'ambito di RO.ME Museum Exhibition.

L'evento ha visto la presentazione di sessioni tematiche e casi di studio dedicati ai temi emergenti nel campo della sostenibilità della cultura e ha coinvolto, come di tradizione, i principali stakeholder pubblici e privati: dal Ministero della Cultura, ad Ales – Arte Lavoro e Servizi S.p.a., dalle fondazioni alle aziende, fino ai professionisti del fundraising.

Di particolare rilievo l'intervento del Dottor Alessio De Cristofaro (Direttore dell'Istituto centrale per la valorizzazione economica del MiC) e Carolina Botti (Direttrice di ALES Arte Lavoro e Servizi S.p.A. e referente Art Bonus per il MiC) che hanno presentato pubblicamente un piano di rafforzamento delle competenze del personale degli istituti autonomi e degli uffici periferici del MiC in materia di fundraising culturale.
Questo progetto "si articolerà in una serie di azioni studiate appositamente per i territori e per le esigenze e le caratteristiche dei nostri luoghi della cultura e si articolerà in tre linee di intervento. La prima è quella di rafforzare le capacità di fundraising attraverso un supporto centrale di specialisti della materia che aiuteranno i nostri uffici periferici nelle questioni amministrative, tecniche e anche di tipo legale e di organizzazione dello strumento". La seconda "è una linea dedicata ai grandi attrattori, che servirà a creare progettualità innovative di fundraising, in cui si cercherà di mettere al sistema e di potenziare le capacità di raccolta fondi dell'Art Bonus, delle sponsorizzazioni, del crowdfunding e del mecenatismo liberale". Infine, "un supporto ai musei di seconda fascia, soprattutto a quelli dislocati nelle aree interne e nelle periferie" (https://www.agenziacult.it/economia/fundraising-allo-studio-piano-di-formazione-per-istituti-autonomi-e-luoghi-della-cultura-mic/)

"Esprimiamo viva soddisfazione per la decisione del Ministero di investire nella formazione e nell'accompagnamento al fundraising delle istituzioni culturali" - hanno dichiarato Massimo Coen Cagli (Scuola di Fundraising di Roma) e Riccardo Tovaglieri (Patrimonio cultura) - "Questo è uno dei provvedimenti che Più Fundraising Più Cultura aveva già segnalato come necessario nelle edizioni precedenti. Per altro, in tutte le indagini sui bisogni organizzativi delle istituzioni culturali, la necessità di fare fundraising e di avere personale preparato è sempre stato segnalato come uno dei principali bisogni. Auspichiamo che questo sia solo il primo passo nell'ottica di dare vita ad una

serie di attività di formazione, ricerca, monitoraggio e accompagnamento al fundraising culturale che contribuiscano sostanzialmente a rendere più sostenibili non solo i cosiddetti 'grandi attrattori' ma anche lo straordinario patrimonio culturale diffuso presente nel nostro Paese".

La Dottoressa Carolina Botti ha presentato anche la nuova iniziativa di Ales "Pillole di fundraising e Art Bonus per le biblioteche", realizzata in collaborazione con la Scuola di Fundraising di Roma. Dalla prossima settimana saranno disponibili sul canale YouTube di Art Bonus tre brevi video formativi dedicati specificamente a dirigenti e operatori delle biblioteche. Di prossima pubblicazione anche un vademecum contente indicazioni pratiche e casi di fundraising dai quali trarre spunto per avviare Campagne di Art Bonus.

Più Fundraising Più Cultura ha rappresentato anche l'occasione di approfondire la conoscenza sulle motivazioni che possono spingere a donare per la cultura, grazie all'intervento del Professore Ugo Morelli, psicologo sociale e neuroscienziato, che ha messo in evidenza come il comportamento donativo non sia legato tanto alla possibilità di ricevere in cambio un controvalore materiale o immateriale della donazione, ma piuttosto al valore insostituibile che le esperienze culturali hanno per assicurarsi menti più aperte, più sensibili e più produttive, e quindi una società migliore. La fruizione culturale è un'esperienza soprattutto di relazione tra e con le persone che produce fiducia, fattore indispensabile per indurre le persone a donare.

La partecipatissima sessione sul ruolo della filantropia istituzionale per la cultura ha messo in evidenza come da anni il mondo delle fondazioni stia prestando maggiore attenzione a finanziare processi di sviluppo sociale e culturale che pongono al centro la capacità delle organizzazioni di guidare tali processi e di renderli sostenibili. Sono state presentate in tal senso le esperienze di investimento sulla capacitazione anche al fundraising di Fondazione MPS, Fondazione Carisap, Fondazione SociAL e Fondazione con il Sud che dimostrano come tale investimento produca impatti nel medio e lungo termine.

La sessione sulle nuove tecnologie digitali e l'audience development per il fundraising ha dimostrato come il problema della piena adozione del digital fundraising passa necessariamente per un profondo cambiamento della cultura organizzativa che deve creare le condizioni giuste per utilizzare la tecnologia. Se non c'è una chiara strategia di fundraising i semplici strumenti di raccolta fondi digitale non potranno fare la differenza. Così finché non vi sarà una cultura del dato e una strategia che chiarisca quali dati occorrono e perché, si continuerà a fare un uso inefficiente di strumenti come l'Intelligenza artificiale o applicativi gestionali per il fundraising.

Tra i casi presentati, quello relativo al fundraising del Comune di Genova ha messo in evidenza che oggi un comune, nonostante le tante difficoltà burocratiche e amministrative, può dotarsi di una vera e propria funzione di fundraising e di un modello che integra il fundraising con tutte le direzioni dell'amministrazione rendendo capace il comune di coinvolgere in modo sistematico 150-200 aziende ogni anno con una crescita di oltre1 di euro milione all'anno.

Il caso delle Serre Margherita dei Giardini Margherita di Bologna, curate da Kilowatt, ha permesso di approfondire la dimensione di rigenerazione urbana che spesso è trainata dalla cultura e per la quale una buona strategia di funding mix può aiutare a differenziare le fonti di sostegno e pensare di realizzare anche grandi progetti, come la costruzione di Serra Madre del valore di 2.000.000 di euro.

Infine, BPER Banca ha portato all'attenzione delle istituzioni e organizzazioni culturali un nuovo approccio strategico di investimento in cultura da parte di una azienda che fa filantropia; approccio che mira a generare il coinvolgimento attivo di tutti gli stakeholder nella fase di programmazione e progettazione e non solo in quello di realizzazione.

"Al termine di questa sesta edizioni non ci sono conclusioni da fare", ha dichiarato Massim Coen Cagli, ideatore del progetto, "perché quest'anno finalmente abbiamo potuto ospitare programmi e casi innovativi che aprono delle strade nuove per affrontare la sfida della sostenibilità della cultura e che ci condurranno nel 2026, in occasione della 7° edizione a valutarne gli impatti prodotti".

Prossimamente saranno disponibili anche gli atti di questa VI edizione e tutti i materiali messi a disposizione dai relatori.