



Con il patrocinio di



In collaborazione con



Sponsor



Con il sostegno di:



Media Partner



COMUNICATO STAMPA

18 marzo 2019

Il futuro della cultura passa anche per la crescita qualitativa e quantitativa del fundraising.

Il 12 aprile, a Roma, un evento dedicato interamente al sostegno dei privati per la cultura

La Scuola di Fundraising di Roma insieme a ALES Spa (gestore dell'Art Bonus), ANCI, Centro per il Libro e la Lettura del MiBAC e la Direzione Generale dei Musei del MiBAC, organizza un evento dedicato al tema del fundraising per i beni e le attività culturali.

Scopo dell'evento è quello di **favorire l'assunzione da parte dei principali stakeholder della cultura di una strategia comune di fundraising (filantropia istituzionale, sponsorizzazioni, mecenatismo, donazioni di comuni cittadini)** in grado di rispondere alla importante sfida della sostenibilità economica dei beni e delle attività culturali del nostro Paese.

Infatti, se da un lato tutti concordano nel riconoscere la **cultura come uno dei principali asset dell'Italia per lo sviluppo sociale ed economico**, dall'altro il nostro Paese, nonostante cresca l'orientamento a sostenere privatamente la cultura – grazie anche all'introduzione dello strumento dell'Art Bonus - registra **un livello qualitativo e quantitativo della raccolta fondi da privati largamente inadeguato**.

*“La situazione del fundraising culturale in Italia è paradossale – afferma Massimo Coen Cagli, direttore scientifico della Scuola di Fundraising di Roma - **A fronte della più grande offerta di cultura nel mondo, l'Italia mostra un livello di fundraising largamente inadeguato.** E questo è dovuto anche al fatto che i diversi attori (sia sul versante di chi “chiede” sia su quello di chi “dona”) non hanno una visione comune del fundraising. Il risultato è che, mentre la Tate Gallery ha entrate da fundraising di 42 milioni di euro l'anno, il British Museum di 27 milioni di euro e il Louvre di 20 milioni di euro, in Italia, ad esempio, gli Uffizi registrano entrate di 1,4 milioni di euro (fonte: bilancio pubblico), e Paestum ha raccolto ad oggi, per la sua campagna Art Bonus, circa 30.000*

euro (fonte: artbonus.gov.it). **Complessivamente il fundraising (erogazioni filantropiche, mecenatismo e sponsorizzazioni) incide per l'11% sul bilancio delle Fondazioni culturali mentre per i musei autonomi incide solo per il 3% (14° rapporto Federculture).** Negli Stati Uniti i musei hanno mediamente entrate di fundraising pari al 60% del totale delle entrate, **al livello internazionale la media è stimata nel 40% delle entrate totali.** Significativo anche notare che solo 5 istituzioni culturali italiane hanno istituito un fondo presso King Baudouin Foundation (che permette la raccolta da statunitensi sfruttando i benefici fiscali USA), mentre sono 9 quelli tedeschi, 23 quelli francesi e ben 28 quelli olandesi”.

L'evento è organizzato in **tre sessioni**. La prima vede come protagonisti i **fundraiser**, ossia i professionisti che in questi anni si sono impegnati nella raccolta di fondi per le organizzazioni culturali. A loro il compito di **illustrare agli interlocutori un quadro dei fattori di ostacolo e di facilitazione che caratterizzano il fundraising culturale.** La Scuola di Fundraising di Roma, che da anni collabora con il Centro per il Libro e la Lettura, con ALES Spa e con ANCI nel formare e assistere istituzioni culturali nel dar vita ad azioni di fundraising con una particolare attenzione all'uso dello strumento dell'Art-Bonus, renderà conto dei principali fenomeni riscontrati nell'ambito della raccolta fondi.

A partire da questa base di informazioni, **la seconda sessione cercherà di individuare in forma consensuale quelle linee di politica del fundraising che ogni interlocutore** (fondazioni, amministrazioni centrali e locali, aziende, direzione degli istituti culturali, società di servizio) **dovrebbe recepire e implementare nel suo contesto per eliminare gli ostacoli e mettere a sistema i fattori di facilitazione.**

Infine la **terza sessione, dedicata al neonato Sistema Museale Nazionale**, ha il compito di individuare **azioni concrete che il MiBAC può porre in essere per favorire l'adozione del fundraising da parte dei 5.000 musei italiani**, anche creando utili sinergie con gli altri soggetti pubblici e privati. Il Sistema Museale Nazionale, infatti, ha tra i suoi obiettivi anche quello di portare i musei a fare fundraising, con standard qualitativi definiti; rafforzare le capacità e le conoscenze del personale interno; rendere disponibili per i musei minori una offerta di servizi per il fundraising; formare il personale dei musei e diffondere una cultura moderna del mecenatismo.

E' la prima volta che in Italia si mettono intorno allo stesso tavolo molti e qualificati interlocutori (mondo delle fondazioni, delle amministrazioni locali e centrali, delle società che forniscono servizi al mondo della cultura, delle aziende, degli enti di formazione, dei professionisti del settore), non solo e non tanto per portare il loro qualificato punto di vista, ma **soprattutto per concordare tra di essi cosa il nostro Paese debba fare per dotarsi di un buon sistema di fundraising culturale** (al pari di altri paesi) e assumersi una responsabilità di farlo concretamente.

*“L'evento si pone nel tempo come **“osservatorio” permanente sul fundraising per la cultura**” - Conclude Coen Cagli - e un luogo che periodicamente renda conto dell'avanzamento delle politiche di fundraising, valuti i suoi impatti e fornisca utili indicazioni e strumenti per lo sviluppo qualitativo della raccolta di fondi in Italia, permettendo un costante confronto tra tutti gli stakeholder-chiave.*

[allegato: programma \(programma +fundraising+cultura.pdf\)](#)