

Da mecenate a donatore 3.0: nuove prospettive per il fundraising per la cultura oltre l'Art Bonus

Marianna Martinoni,

Docente del corso "Cultura e Fundraising"

Dal 2016 il tema del dono è diventato di attualità anche in ambito culturale: in gran parte grazie all'[Art Bonus](#), che da fine 2014 consente un credito di imposta pari al 65% dell'importo donato a chi effettua **erogazioni liberali a sostegno del patrimonio culturale pubblico** italiano. A settembre 2017, dopo due anni e mezzo dalla sua introduzione, si è quasi raggiunto l'inimmaginabile risultato di **quasi 200 milioni di donazioni raccolte**¹.

I soggetti che ad oggi hanno dimostrato di avere a cuore la tutela del patrimonio culturale nazionale e di essere disposti – ebbene sì – a donare risorse economiche proprie a questo scopo sono oltre 6.190: ancora in minima parte sono privati cittadini (7.459.817 euro donati), mentre fondazioni bancarie (84.707,2011 euro donati) e imprese (88.527.000 euro donati) confermano il loro ruolo strategico a sostegno delle arti e la cultura.

Nonostante l'Art Bonus non sembri ancora innestare dinamiche del tutto nuove nel sostegno alla cultura, la creazione e la stabilizzazione di un credito di imposta tra i più favorevoli in tutta Europa ha di fatto **aperto la strada alla partecipazione** anche a quel ristretto numero di privati cittadini che desiderano essere protagonisti della conservazione, della valorizzazione e della promozione del proprio patrimonio e dei beni di proprietà pubblica. E ha reso le organizzazioni culturali più legittimate nel chiedere donazioni. Possiamo forse immaginare un futuro prossimo in cui le donazioni alle arti e della cultura anche in Italia non siano più fanalino di coda rispetto ad altre tipologie di cause (GFK 2017)? Per poterlo dire con maggiore sicurezza sarà interessante in un futuro prossimo indagare un po' più a fondo le **motivazioni che hanno spinto cittadini e imprese a sostenere** beni di proprietà pubblica, teatri di tradizione e fondazioni lirico sinfoniche in tutto il Paese, magari facendo una cosa molto semplice: chiedendo loro il **perché di una scelta** che ai più sembra quasi un miracolo, andando a scoprire **legami, storie personali, valori e percorsi condivisi!**

La leva fiscale ha di sicuro un peso: se guardiamo a quanto accade in paesi come gli Stati Uniti o il Regno Unito dove esistono incentivi fiscali fortemente premianti per i cittadini e per le imprese che donano, il donatore dona molto più volentieri, due o più volte la cifra media italiana stando ai dati (753 dollari la donazione media individuale negli USA, 162 sterline la donazione media individuale in UK, a fronte dei 116 euro in Italia – Fonte Vita 2015). Ma siamo davvero sicuri che il messaggio puramente incentrato su risparmio, sul credito di imposta, sulla leva fiscale sia il solo da usare per **fare crescere la cultura della donazione** anche per ciò che attiene le arti e il

✓ ¹ I **180.694.028 euro raccolti** saranno distribuiti a 910 enti beneficiari. Così suddivisi i **1471 interventi**: 1.084 interventi di **restauro di beni culturali pubblici**; 352 a sostegno di **istituti e luoghi della cultura, fondazioni lirico-sinfoniche o teatri**; 35 per il **potenziamento di strutture di enti pubblici per lo spettacolo**. Dati MIBACT settembre 2017

patrimonio? Basterà avere una leva fiscale a disposizione perché le organizzazioni culturali si sentano **pronte a chiedere?**

Facendo una fotografia dell'esistente sorge spontaneo il dubbio che sia proprio il mondo della cultura, quello più istituzionale, quello più formale, o che siano proprio gli stessi operatori del settore, le organizzazioni culturali *in primis* a non credere affatto che tutti – siano imprese, fondazioni o cittadini possano essere **donatori per la cultura.**

Nel settore culturale pochi, anzi pochissimi, hanno il **coraggio di parlare di DONO**: è quantomeno paradossale che nel Paese che acclama la Cultura come principale asset strategico per il suo futuro, che di convegno in convegno si fa vanta di possedere percentuali ogni giorno crescenti di patrimonio culturale di rilevanza mondiale, **non si riesca a riconoscere dignità propria per chi dona a favore delle arti, del patrimonio, della cultura** e per chi sceglie di esprimere in questo modo il proprio impegno sociale a favore delle arti, di nuovi talenti o del patrimonio di tradizioni che costituiscono l'identità di una nazione.

Un interesse che invece viene confermato anche dai dati delle raccolte fondi attivate grazie al **crowdfunding**: alcuni casi di successo ci hanno lanciato un segnale forte, inequivocabile: ovvero che c'è un pubblico, che ci sono persone là fuori, potenziali donatori, italiani e non solo, che vogliono essere coinvolti, lasciare il segno, poter fare la differenza anche attraverso una donazione a sostegno di progetti culturali. Tra gli esempi più noti ed eclatanti ricordo la campagna di Palazzo Madama a Torino², o il crowdfunding per il restauro del Portico di San Luca a Bologna a quella per far risuonare l'Orchestra Mozart, o infine le due campagne fiorentine portate a termine su Kickstarter, ovvero #crazyforpazzy (per il restauro della Cappella Pazzi a Firenze), o "Opera for everybody", l'ultima straordinaria operazione compiuta dal Maggio Musicale Fiorentino nel giugno scorso³.

Questi casi di successo testimoniano l'esistenza di una **"specie" nuova di donatore per la cultura**, lontano dallo stereotipo tradizionale, che magari non ha elevatissime capacità di dono, che si sente tale senza bisogno di epiteti particolari, né santo né eroe, non per forza di nobile stirpe o figlio di grande casata: un **donatore 3.0** che senza scomodare tutte le volte Gaio Cilnio Mecenate per dare dignità al suo gesto, ne ritrova il significato soprattutto laddove è vissuto come **gesto di impegno e responsabilità nei confronti di una comunità o di un territorio** e che **usa il web anche come canale per donare** e per **verificare** che il progetto da lui sostenuto vada a buon fine.

² Oltre 80.000 euro raccolti nel 2013 per l'acquisizione del servizio di porcellana **Taparelli D'Azeglio**

³ La campagna svoltasi nel giugno 2016 ha raccolto € 322.202 euro da 426 donatori
<https://www.kickstarter.com/projects/1289256063/opera-for-everybody-opera-per-tutti>

È forse a questo che allude Stefano Zamagni quando scrive "... le uniche risorse per poter valorizzare e conservare il patrimonio inestimabile del nostro Paese saranno messe a disposizione da **DONATORI PRIVATI**". Dopo un decennio di tagli alle risorse pubbliche per le arti e la cultura, il finanziamento pubblico si è drasticamente ridotto in tanti settori e rappresenta in alcuni casi la minima parte delle fonti di sostenibilità. Ma il sollecitare donazioni e lo stimolare nuove generazioni di cittadini a divenire anche donatori per la cultura è un passaggio che ancora molte organizzazioni culturali, molti operatori del settore, non sono pronti a fare. **Il dono per la cultura** può esserci, al di là delle leve fiscali e in controtendenza alle indagini che da 15 anni vedono le donazioni per questo settore sempre in fondo alla lista delle preferenze, solo se cambierà il **rapporto tra mondo della cultura e cittadini**.

Molte organizzazioni culturali, soprattutto quelle più strutturate e consolidate, di fronte ad un contesto completamente mutato sembrano infatti in preda alla **sindrome dell'impostore**: quale è il mio ruolo, la mia mission, in un contesto tanto diverso e in continuo mutamento? Posso chiedere a soggetti privati di sostenere le mie attività, di donare per progetti di tipo culturale? Me lo merito? Sarò credibile? Cambia davvero qualcosa e per chi se da domani io teatro, io museo, io biblioteca sarò costretto a chiudere?

Il problema dei tagli a finanziamenti di origine pubblica, pressoché certi fino a pochissimi anni fa e ora assai meno disponibili, non genera solo problemi economici, ma vere e proprie **questione di senso sul futuro ruolo delle organizzazioni culturali**, da quelle con curriculum più corposi fino a quelle che tengono in vita il ricchissimo sottobosco delle associazioni culturali affiorate e rese visibili dai tanti bandi di ultima generazione come fUNDER35, Culturability, Che Fare o IC di Fondazione Cariplo.

È allora davvero venuto il momento di dare importanza ai temi della **trasparenza** e dell'**accountability**, ovvero della **valutazione degli impatti** (culturali e sociali ancorché economici) che le organizzazioni e le attività culturali sono in grado di generare sui territori: solo così le organizzazioni saranno in grado di dimostrare agli stakeholder tutti, ma soprattutto ai potenziali sostenitori come queste ultime rispondono ai bisogni espressi da una determinata comunità o da un territorio.

Per andare oltre la logica del *leisure and pleasure* per quanto riguarda la cultura, servono con urgenza **nuovi indicatori** per **misurare il valore prodotto**, ma soprattutto per **dare nuova consapevolezza alle organizzazione culturali in primis**.

È arrivato il momento di aprire tutti i canali possibili, togliere lacci e laccioli giuridico-fiscali alla possibilità di donare a musei, teatri, biblioteche, centri culturali - siano essi di proprietà pubblica o privata non profit: dal crowdfunding ai **lasciti**, dalle donazioni on line al fundraising territoriale c'è un enorme potenziale tutto da scoprire e lasciare esprimere, a patto che le organizzazioni culturali si muovano in prima

persona, mettendoci la faccia e anche il **cuore**, aprendo porte e cancelli, raccontando le loro storie e svelando i loro tesori a pubblici diversi, per reddito, formazione, età e provenienza culturale.

È arrivato infine il momento di **investire in figure professionali competenti** anche all'interno delle organizzazioni culturali stesse: non solo competenti sui temi della fiscalità o sulle **technicalities** sottese alla raccolta fondi, ma anche per quanto riguarda quel prezioso processo che gli anglosassoni ben riassumono con due parole: **DONOR CARE**. Ovvero "prendersi cura del donatore": che sia esso piccolo o grande, "mecenatè style" o donatore 3.0.

Marianna Martinoni

Docente del Corso "Cultura e Fundraising" presso The FundRaising School, da 15 anni è consulente nel settore del fundraising per le organizzazioni non profit, in particolare per quelle che operano nel settore culturale. È relatore e docente di workshop, giornate di studio, master e convegni concernenti il fundraising, sia su tematiche specifiche per il fundraising in ambito culturale sia su temi comuni a tutti settori.

Ha pubblicato e pubblica articoli in Italia relativi al tema del fundraising per la cultura. È socio senior dell'Associazione italiana Fundraiser – ASSIF, di cui dal 2011 al 2014 è stata membro del consiglio direttivo.

www.fundraisingschool.it