

Workshop FUNDRAISING, CROWDFUNDING E SPONSORIZZAZIONI

Obiettivi

Il settore culturale è interessato da decisivi fattori di cambiamento.

L'attuale assetto è la risultante di una serie di processi di ampia portata che stanno modificando gli aspetti economici e strutturali. A seguito della progressiva diminuzione delle tradizionali fonti di finanziamento pubblico, è forte l'esigenza delle imprese del settore di incrementare la conoscenza delle tecniche e delle modalità di coinvolgimento di nuove categorie di possibili sostenitori (fondazioni, imprese e cittadini).

Il workshop trasferisce strumenti, conoscenze e abilità necessari per svolgere la funzione di fundraiser, prestando particolare attenzione agli aspetti tecnico-operativi e alle metodologie da adottare, anche attraverso lo studio di casi italiani e di altri paesi (musei, biblioteche, teatri, ...). L'obiettivo è quello di offrire **un approccio professionale al fundraising** agli operatori culturali che gestiscono organizzazioni non profit nel settore delle arti e della cultura.

Gli iscritti, partendo dai bisogni specifici di raccolta fondi delle proprie organizzazioni, apprendono come elaborare una strategia di reperimento di fondi a sostegno delle proprie attività e come definire le azioni di fundraising verso le aziende e altri soggetti privati.

Programma

PRIMO GIORNO

- Introduzione al fundraising.
- La costruzione di reti fiduciarie come motore di sviluppo.
- Principi e tecniche di fundraising: principi, scelta dei mercati, analisi delle tecniche.
- Sponsoring o fundraising: concetti, analisi e scelte strategiche.
- Il ciclo del fundraising: da dove iniziare. Marketing e fundraising.
- L'importanza della mission.

Relatore: **Luciano Zanin**

SECONDO GIORNO

- Come cambiano le organizzazioni culturali alla ricerca di nuovi sostenitori: il rapporto con gli stakeholder e la comunità
- Fundraising in Italia e all'estero: esperienze a confronto
- Mercati e strumenti del fundraising: le persone fisiche, le fondazioni bancarie, le imprese e la pubblica amministrazione.
- Esercitazione: Fundraising planning ovvero la redazione del piano strategico generale di fundraising
- Cenni sul trattamento fiscale e tributario di donazioni e sponsorizzazioni

Relatore: **Marianna Martinoni**

TERZO GIORNO

- Fundraising e comunicazione online
- Come e cosa comunicare per trovare nuovi sostenitori: sito, mailing list, blog e social network al servizio del fundraising in ambito culturale
- Il crowdfunding e la raccolta dal basso come strumento di coinvolgimento e raccolta fondi. Casi di successo all'estero e in Italia
- Relatore: **Davide Moro**

I docenti

Luciano Zanin

Fundraiser di professione, laureato in Economia delle imprese cooperative e organizzazioni nonprofit all'università di Bologna alla veneranda età di 40 anni, dopo avere fatto 25 di esperienza sul campo come dirigente di aziende nonprofit. Più consulente che docente, ha l'abitudine di mettere a disposizione di chi ha la pazienza di ascoltarlo, la propria esperienza maturata "in strada", dalla quale ha tratto un proprio approccio e un metodo.

Da sempre alla ricerca di trovare punti di contatto tra i valori irrinunciabili dell'uomo e le pratiche economiche, da oltre 15 anni si dedica full time alla consulenza strategica in materia di fundraising e people raising, costruzione di rapporti fiduciari e partnership tra imprese profit e aziende nonprofit, nella ferma convinzione che questi due mondi non siano incompatibili, ma complementari nella visione dell' "economia della vita di ognuno di noi".

Ha lavorato e lavora con associazioni, cooperative sociali, organizzazioni ed ordini religiosi, fondazioni, enti pubblici ed imprese, operanti nei settori culturali, sanitari e sociali, sempre alla ricerca di quella contaminazione positiva che produce bene comune.

Ha pubblicato volumi in materia e collabora con l'università IUSVE di Mestre e LIUC di Castellanza.

Direttore scientifico di Confinionline, convinto sostenitore del Festival del Fundraising con il quale collabora, attualmente è anche presidente dell'Associazione Italiana dei Fundraiser.

Marianna Martinoni

Laureata in Conservazione dei Beni Culturali presso l'Università Ca' Foscari di Venezia, si è in seguito specializzata con un Master Internazionale in Comunicazione e gestione delle politiche culturali pubbliche e private alla LUMSA di Roma. Dopo varie esperienze professionali nell'ambito dell'organizzazione di mostre ed eventi culturali, ha iniziato ad interessarsi alle tematiche legate all'economia della cultura e del fundraising in ambito culturale. Nel 2001 ha conseguito il certificato in Fund Raising Management presso la Fund Raising School dell'Università di Bologna, sede di Forlì, entrando dal 2004 a far parte del corpo docente. In questi anni ha collaborato come ricercatore con Mecenate '90, l'Associazione CIDAC, l'Osservatorio Impresa e Cultura di Milano, l'Università IUAV di Venezia e con goodwill, società di consulenza strategica per il fundraising e la progettazione del territorio secondo il modello del distretto culturale evoluto. Ha collaborato a livello europeo con il Soros Centre for Cultural Policies e con l'European Institute of Cultural Routes del Consiglio d'Europa, partecipando alla redazione del primo Handbook on Cultural Routes. Ha pubblicato articoli in Italia relativi al tema del fundraising per la cultura e in ambito socio-sanitario: in particolare è stata coautrice con Pierluigi Sacco del primo testo italiano dedicato al fundraising in ambito culturale (Fundraising per la cultura, Meltemi, 2005). Dal 2001 svolge attività di docenza sul fundraising culturale. Dal 2010, insieme alla ricercatrice Roberta Comunian, gestisce il sito www.culturalb.org, dove si parla di economia della cultura, fundraising e sviluppo culturale del territorio.

Attualmente svolge attività di consulenza come libera professionista nel settore della comunicazione e del fundraising per le organizzazioni non profit, in particolare per quelle che operano nel settore culturale. E' socia dell'Associazione italiana Fundraiser – ASSIF, di cui dal 2011 è anche membro del consiglio direttivo con delega alle relazioni esterne e con i media.

Davide Moro

Diplomato al Master in Fundraising all'Università di Bologna, sede di Forlì, dopo la laurea specialistica in "Amministrazione e Controllo" all'Università Ca' Foscari di Venezia con una tesi sugli strumenti innovativi di raccolta fondi per il non profit. Ha lavorato per quasi due anni al Cesvi seguendo le attività di digital media e direct e-mail marketing e attualmente frequenta il secondo anno del dottorato di ricerca in "Interazioni umane: psicologia di consumi, comportamento e comunicazione" con un progetto di analisi del ruolo delle coinvolgimento emotivo nei comportamenti di donazione.

Oltre l'attività di ricerca in università svolge attività di formazione su comunicazione sociale, fundraising online e web marketing per il non profit presso master universitari, corsi di specializzazione e altri percorsi formativi. Da alcuni mesi si è avvicinato al mondo del fundraising per

la cultura, in particolare realizzando un corso su “Musei, social network e adolescenti” oltre ad approfondire per fini di ricerca il tema delle partnership tra non profit e imprese in ambito culturale. Fondatore del blog FundraisingMix, scrivere per il portale fundraising.it. Nel 2011 ha pubblicato il primo libro dedicato interamente al fundraising online mentre nel 2013 ha realizzato l’articolo assieme a Massimo Bustreo “Non si vive di solo denaro” e collaborato alla realizzazione del volume su fundraising e welfare curandone la parte sulla comunicazione digitale.

Data: giovedì 27 venerdì 28 e sabato 29 marzo 2014.

Orario: giovedì e venerdì dalle 9,30 alle 18,30; sabato dalle 9,30 alle 13,30.

Luogo: Fondazione Ater Formazione, via Oberdan 24, Bologna. Telefono 051/273682.

Costo: 390 €+IVA. Per chi si iscrive entro 10 giorni prima del workshop (quindi, entro il 17 marzo) il costo è di 350 €+IVA.

Modalità d’iscrizione: Compilare il modulo di iscrizione reperibile su www.oltrequinte.wordpress.com e inviarlo a Fondazione Ater Formazione seguendo le istruzioni indicate nella scheda.