



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea Magistrale
in Economia e Gestione delle Arti
e delle Attività Culturali (EGArt)

ordinamento ex D.M. 270/2004

Tesi di Laurea

Nuove forme di filantropia.
I giving circle in sostegno della cultura
e del settore no profit

Relatrice

Prof. Monica Calcagno

Correlatori

Prof. Umberto Rosin

Dr. Marianna Martinoni

Laureando

Andrea Stegani

Matricola 855419

Anno Accademico

2015 / 2016

Sommario

Introduzione.....	5
1. Il finanziamento del settore culturale: una prospettiva trinazionale	6
1.1. L' esempio americano	6
1.1.1. La sfera pubblica.....	7
1.1.2. Il settore privato.....	10
1.2. La situazione australiana	15
1.2.1. La sfera pubblica.....	15
1.2.2. La sfera privata	22
1.3. Il panorama italiano	27
2. Giving Circle: un' introduzione.....	43
2.1. Contesti mutevoli della partecipazione civica.....	43
2.2. Vecchia e nuova filantropia in America e l' avvento dei giving circle	44
2.3. Definizioni e dati.....	47
2.3.1. Gruppi piccoli	52
2.3.2. Reti allentate	54
2.3.3. Organizzazioni formali.....	55
2.3.4. Conclusioni sui tre tipi principali di Circle	57
2.3.5. Altre forme di circle e la situazione tra Regno Unito ed Irlanda	59
2.3.6. Esperienze australiane	67
3. I Giving Circle e il finanziamento delle arti: tre casi-studio.....	69
3.1. Impact100 Western Australia	69
3.1.1. L' intervista.....	74
3.2. Texas Women for the Arts	80
3.2.1. L' intervista	84
3.3. Funding Arts Network	92
3.3.1. L' intervista.....	98
3.4. Considerazioni	103

4. Il Contesto Italiano	106
4.1. Le Interviste.....	106
4.1.1. Marianna Martinoni	106
4.1.2. Elisa Bonini	110
4.1.3. Considerazioni sulle Interviste	114
4.2. Parlando di “Circle”	115
4.3. I Service Club	117
4.3.1. Lions Club	119
4.4. “Amici di” e “Friends of”	121
4.5. Fondazioni di Comunità.....	125
4.6. Considerazioni sugli Esempi Italiani	133
Conclusioni	138
Bibliografia	142
Sitografia (in ordine di consultazione)	144

Introduzione

In questo lavoro si parlerà diffusamente di *giving circle*, circoli di donatori attivi nel settore no profit che creano fondi condivisi per sostenere con il loro tempo e il loro denaro cause che ritengono importanti, in seguito a processi di votazione condivisi e democratici. Questi circoli paiono essere particolarmente diffusi negli Stati Uniti d'America e ne esistono esempi, seppur in maniera più ridotta, anche in Australia ed in altri Paesi di cultura anglosassone. Partendo da una panoramica sul finanziamento ad arte e cultura in USA, Australia ed Italia, si spiegheranno poi più approfonditamente i tratti distintivi dei *giving circle*, le dinamiche che li riguardano e si parlerà della loro efficacia in confronto ad altri strumenti filantropici. Per far ciò ci si avvarrà del supporto sia di alcuni brevi casi riportati dalla letteratura che di veri e propri focus su realtà attive in USA ed Australia, supportati da interviste, che consentiranno di capire appieno la materia trattata e di fare paragoni con le fonti; i focus riguarderanno specificatamente due circoli statunitensi (uno indipendente e l'altro circoscritto da una fondazione di comunità) ed uno australiano, tutti attivi nella sovvenzione di progetti per favorire il benessere comunitario inerenti (almeno parzialmente) alla sfera artistico-culturale. In conclusione si analizzerà la situazione filantropica italiana con l'aiuto di due professioniste del settore *fundraising* per capire come, se e perché i *giving circle* possano o meno esistere o essere implementati anche nel nostro Paese. Si metteranno infine in luce alcuni esempi peculiari che rappresenteranno quelle categorie filantropiche in ambito culturale presenti in Italia che hanno uno o più tratti simili ai circoli anglosassoni, per poi paragonarle a questi specialmente in termini di approccio alle donazioni ed alle comunità.

La scelta dell'argomento è stata fatta seguendo gli interessi dell'autore verso il settore no profit e le relative possibilità di sostentamento, in particolare ricercando novità ed approcci creativi per pensare questo ambiente sempre più florido in Italia. La passione per l'arte ed un viaggio in Australia alla scoperta di queste realtà hanno poi fatto il resto, stimolando paragoni ed idee che si riporteranno in seguito e che si spera potranno essere ugualmente d'ispirazione per i lettori.

1. Il finanziamento del settore culturale: una prospettiva trinazionale

In questo secondo capitolo si passeranno in rassegna il finanziamento dell'arte e della cultura nei Paesi di cui poi metterò in luce casi reali nei prossimi capitoli (Australia, USA, Italia). Le domande-chiave che si porranno in questa parte saranno:

- ✓ Come viene finanziata l'arte nei diversi stati?
- ✓ Quali strategie sono state implementate e con quali risultati?
- ✓ Ci sono linee-guida interessanti da poter sfruttare anche all'estero o in altri campi?
- ✓ Quali sono i punti in comune?

Le risposte a queste domande getteranno le basi per una migliore trattazione di quanto si andrà ad esporre in seguito, fornendo dati utili per la comprensione delle tendenze generali ma anche dei fenomeni specifici o più peculiari.

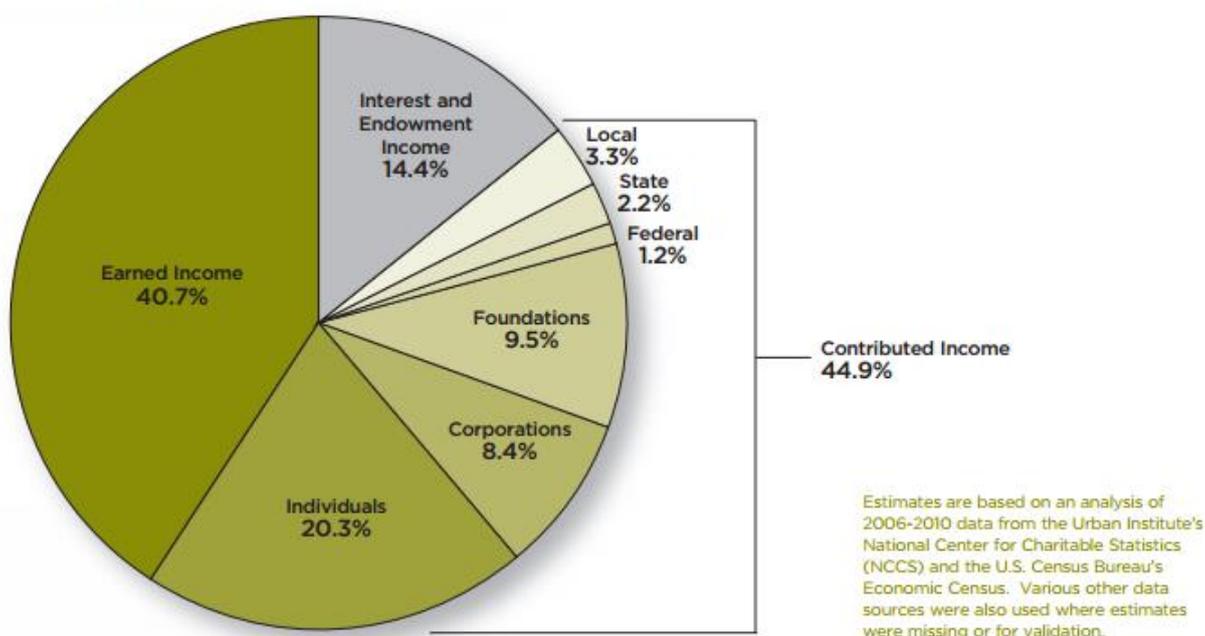
1.1. L'esempio americano

Gli Stati Uniti d'America sono da sempre sinonimo di innovazione e creatività in ogni campo. Nonostante questo, alcune situazioni rimangono ancora problematiche per via del grande potere in possesso degli enti privati; questo tocca ad esempio il settore della sanità e quello artistico-culturale. Vediamo più nel dettaglio cosa è successo negli ultimi anni in quest'ultimo frangente.

1.1.1. La sfera pubblica

Secondo un report del 2012 del *National Endowment for the Arts*¹ i tre canali principali per il finanziamento di arte e cultura negli USA sono le sovvenzioni pubbliche dirette (tramite lo stesso NEA e le agenzie artistiche locali, regionali e statali), altre sovvenzioni pubbliche dirette ed indirette (tramite vari agenzie e dipartimenti federali) e contributi del settore privato (singoli individui, fondazioni, corporazioni). Il grafico sottostante² mostra il frazionamento delle fonti del denaro in entrata nel settore, nonché il dato che il ricavato dall'operato delle organizzazioni artistiche copre un buon 55% del proprio finanziamento (interessi inclusi). Interessante è anche notare come gli individui singoli contribuiscano in misura maggiore rispetto a gruppi di essi riuniti in organizzazioni di vario tipo (corporazioni, fondazioni), andando a costituire una buona parte della sovvenzione privata (che in totale sorpassa il 38% e si colloca al II posto nelle fonti di sostentamento di arte e cultura, mostrando una magra contribuzione di meno del 7% da parte degli attori pubblici).

Revenue Sources of Not-For-Profit Performing Arts Groups and Museums in the U.S.



¹ *How the United States funds the Arts*, National Endowment for the Arts, 3rd edition. Washington, DC, 2012 (<https://www.arts.gov/sites/default/files/how-the-us-funds-the-arts.pdf>)

² National Endowment for the Arts, 2012, p.1

Figura 1. Fonti di ricavo di musei e gruppi artistici performativi no profit negli USA³

Come detto, il finanziamento pubblico arriva dal *National Endowment for the Arts* e dalle agenzie artistiche locali, regionali e statali. Il NEA è un'agenzia federale indipendente fondata dal Congresso nel 1965 e proclamata "organizzazione artistica" ufficiale del governo statunitense. I suoi compiti sono, principalmente, mettere in risalto l'eccellenza artistica, la creatività e l'innovazione per i benefici che ne possono trarre gli individui e le comunità americani. Nel 2012 sono stati concessi all'agenzia \$146 mln dal governo americano, di cui circa l'80% è stato utilizzato per processi di *grantmaking*. La domanda di chi fa richiesta per ricevere finanziamenti da parte di questo gruppo viene vagliata da numerosi organi preposti ed interni al NEA, che procedono ad un'adeguata scrematura per individuare i progetti che più necessitano di un aiuto concreto⁴.

Quando venne istituito il NEA si decise che questo dovesse concedere fondi ad ogni stato che avesse un'agenzia artistica ufficiale. Non c'è da stupirsi, allora, che nel giro di pochi anni ognuno dei 50 stati americani avesse una tale entità al proprio interno. I contributi versati dai singoli stati e dal governo federale variano di anno in anno; si può però registrare un significativo cambio di *trend* attorno all'anno 1985, quando i contributi statali hanno cominciato a superare sempre più il valore di quelli federali (vedi grafico sottostante⁵).

³ National Endowment for the Arts, 2012, p.1

⁴ Nell'anno 2012 sono stati assegnati 2158 premi, di valore compreso tra i \$5k e i \$150k

⁵ National Endowment for the Arts, 2012, p.16

Total Appropriations to the NEA and State Arts Agencies, 1970-2012

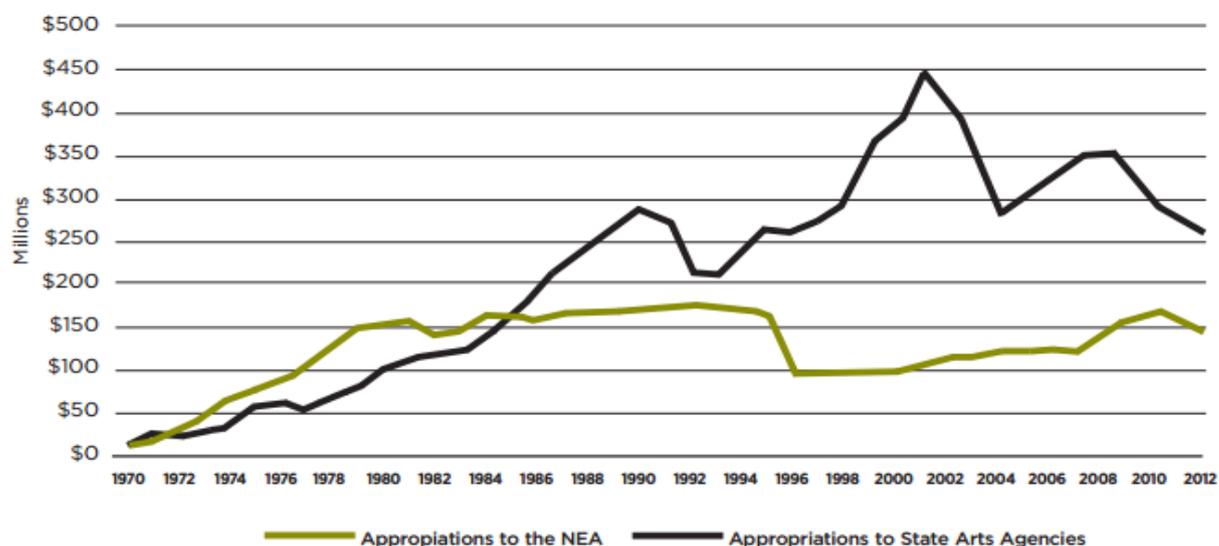


Figura 2. Grafico dei contributi statali e federali 1970- 2012⁶

Accanto alle entità più grosse esistono anche agenzie locali attive su tutto il territorio statunitense. Nel 2013 si contavano circa 5000 punti, che funzionano come consigli, dipartimenti cittadini o commissioni e sono finanziati da tutti quegli organi pubblici analizzati fino ad ora, ma anche da comuni e donazioni private⁷. L'importanza delle agenzie locali sta nella loro abilità di adattarsi alle condizioni mutevoli della comunità. Questo si traduce, oltre che nel gestire denaro donato *pro bono*, in attività strettamente legate alla popolazione che sono in supporto di arte e cultura: workshop per artisti connessi al loro sviluppo professionale, coordinamento nella promozione di gruppi artistici locali, ricerca nello stesso campo, promozione di attività legate anche al turismo culturale, organizzazione eventi, integrazione nel territorio e altro.

Scendendo sulla scala di grandezza dei supporter, esistono altre realtà di sostentamento pubblico per arte e cultura. Il *National Endowment for the Humanities* (NEH) promuove la ricerca accademica e i programmi pubblici relativi alle aree di storia, filosofia, letteratura, religione, etica e diritto, il supporto di musei, collezioni e della tv pubblica (\$146 mln stanziati in totale nel 2012 per portare avanti queste attività). Per quanto

⁶ National Endowment for the Arts, 2012, p.16

⁷ Per dare un'idea delle quantità, nel 2012 il NEA ha concesso 37 sovvenzioni alle agenzie locali, per un totale di \$1.2 mln

riguarda quest'ultimo settore⁸, una delle massime organizzazioni è la *Corporation for Public Broadcasting (CPB)*, che dal 1967 supporta la tv pubblica (circa 350 emittenti nel 2013) e le stazioni radio (circa 900 stazioni nello stesso anno), per un totale di \$444 mln stanziati nel 2012. Accanto a queste corporazioni, la federazione promuove anche diversi programmi specifici per lo sviluppo di arte e cultura, che però per semplicità non verranno trattati in questa sede, essendo numerosi e variabili di anno in anno e di stato in stato.

Esistono poi alcuni esempi emblematici di musei federali e centri di arti performative, legati tutti in qualche misura alla sfera governativa. Famosa in tutto il mondo è la *Smithsonian Institution*, fondata nel 1846 e consistente di 19 musei e gallerie d'arte, il *National Zoological Park* e nove centri di ricerca, questa istituzione è considerata indipendente, seppur conservando elementi che denotano un forte coinvolgimento della sfera pubblica nel suo operato, come la presenza di diverse figure governative all'interno dell'amministrazione o contributi monetari regolari da parte del Congresso. Nell'anno 2012, la *Smithsonian* ha avuto entrate per \$811,5 mln, che hanno fatto toccare all'istituzione un *asset* di \$1 mrd⁹.

1.1.2. Il settore privato

Da un punto di vista individuale, gli americani hanno donato circa \$13 mrd nel corso del 2011 alla categoria "Arte, cultura e studi umanistici"¹⁰, cifra che corrisponde a circa \$42 (o a 37 euro) per persona, costituendo circa il 75% delle donazioni private. Dal 1917 ogni donazione ad un'organizzazione no profit esentasse significa anche una potenziale riduzione dei contributi da versare allo stato per il cittadino che compie quest'azione. Ciò che il *taxpayer* deve fare per incontrare il beneficio è semplicemente procedere a

⁸ Interessante è anche sapere che gli organi governativi contribuiscono per circa la metà dell'*income* al sostentamento della televisione pubblica, mentre solo ad un 25% circa a quello delle stazioni radiofoniche

⁹ Dando uno sguardo al valore dei contributi che il governo federale ha concesso nel 2012 alle organizzazioni artistiche è interessante notare che Smithsonian si colloca al I posto con \$812 mln, ottenendo quasi il doppio rispetto alla II posizione (Corporation for Public Broadcasting, \$444 mln)

¹⁰ National Endowment for the Arts, 2012, p.18

stilare un elenco dettagliato delle sue uscite monetarie, che includano anche il denaro donato alle organizzazioni appena citate¹¹.

Chiaramente cittadini con redditi più alti avranno la possibilità di donare più denaro rispetto agli altri. La tabella sottostante¹² prende in considerazione dati del 2005, interessanti appunto per la differente natura delle concessioni, sia in termini monetari che di interessi per chi elargisce denaro. Le persone con maggiori entrate tendono a donare di più ad arte e cultura rispetto alle altre (significativamente a partire dai \$200k annui), si nota invece un *trend* inverso per quanto riguarda le organizzazioni religiose, alle quali arrivano in proporzione più fonti dalle persone meno abbienti e meno da quelle più facoltose¹³.

Percent of Individual Charitable Contributions by Adjusted Gross Income, 2005

Recipient	Under \$100,000	\$100,000 to \$200,000	\$200,000 to \$1 million	Over \$1 million
Arts and cultural organizations	1%	2%	15%	15%
Religious organizations	67%	57%	23%	17%
Combined purpose funds*	9%	11%	11%	4%
Organizations devoted to helping meet basic needs	10%	12%	6%	4%
Health organizations	3%	6%	5%	25%
Education organizations	3%	6%	32%	25%
Other	7%	6%	8%	10%

* Organizations that pool funding to support a coalition of charities. Examples include the United Way and the Combined Federal Campaign.
Source: Congressional Budget Office

Figura 3. Percentuali di erogazioni benefiche individuali secondo le entrate lorde del 2005¹⁴

Una grossa voce nel sostentamento della cultura americana è rappresentata anche dalle fondazioni. Secondo il *National Endowment for the Arts* (2012), questi gruppi avrebbero

¹¹ Si stima nel documento citato nella nota precedente che circa il 36% degli americani proceda in questo modo; detto ciò, non è escluso che anche una porzione dei cittadini che non dà specifiche riguardo queste donazioni le attui effettivamente

¹² National Endowment for the Arts, 2012, p.19

¹³ Negli USA per ogni dollaro donato ad un'istituzione no-profit si "abbuonano" dai 33 ai 35 centesimi di dollaro sul versamento delle tasse (a seconda che si tratti di una donazione personale o familiare)

¹⁴ National Endowment for the Arts, 2012, p.19

avuto una proprietà di circa \$583 mrd nel 2009, tradotti in svariate centinaia di elementi in tutta la nazione. Nonostante il numero elevato, si registra nello stesso documento che circa il 48% dei fondi per l'arte provenienti dalle fondazioni sia elargito da 10 entità maggiori, tra cui *Ford Foundation, American Art Foundation, Rockefeller Foundation*. Ciò che le diverse fondazioni andranno a sovvenzionare sarà proporzionato alla loro grandezza, capacità finanziaria e fama nella società; è probabile quindi che realtà più piccole mirino a rispondere alle necessità della comunità ad un livello più basso e "personale", aiutando anche nella ricerca di ulteriore supporto qualora ce ne sia il bisogno.

Nel 2010 le fondazioni americane hanno donato oltre \$2.2 mrd ad arte e cultura: una grande cifra che ha segnato il punto di fine del declino dall'inizio della crisi economica, tradotto in un calo del 29% dal 2008 al 2010 nella cifra versata dalle fondazioni; fortunatamente il *trend* ha cominciato ad invertirsi a partire da quell'anno.

Una menzione è senz'altro da fare anche per la filantropia da parte di aziende private (*corporate philanthropy*). Molto decentralizzata, circa i $\frac{3}{4}$ dei fondi per la cultura provengono da aziende di dimensioni modeste con un fatturato di meno di \$50 mln, le quali investono quasi la totalità della somma in donazione ad organizzazioni locali. Su scala globale i dati sono poco rassicuranti: meno di $\frac{1}{3}$ delle aziende americane supporta l'arte, e se lo fa si tratta solo di un 5% delle uscite filantropiche che l'impresa affronta¹⁵.

Un contesto da segnalare è anche quello di *Artplace*, un progetto collaborativo delle dieci maggiori fondazioni del Paese e di sei banche di fama internazionale¹⁶ per favorire lo sviluppo della cultura negli USA, grazie anche a consigli preziosi da parte di alcune agenzie federali. Nel 2011 *Artplace* ha devoluto \$11,5 mln alle organizzazioni artistiche nazionali con lo scopo di favorire lo sviluppo economico nelle varie comunità di riferimento; esempi concreti di quest'operato sono *Food Chain*, un programma in cui

¹⁵ Anche le aziende ricevono sgravi fiscali qualora donino ad organizzazioni no-profit, fatto che ha incoraggiato il sostentamento delle arti nel Paese

¹⁶ Fondazioni: Bloomberg Philanthropies, Ford Foundation, James Irvine Foundation, Kresge Foundation, John and James Knight Foundation, McKnight Foundation, Andrew Mellow Foundation, William Penn Foundation, Rockefeller Foundation, Rasmuson Foundation; banche: Bank of America, Citi, Deutsche Bank, Chase, MetLife, Morgan Stanley

artisti e contadini del Wisconsin lavorano insieme per allestire mercati in cui i prodotti alimentari si combinano con l'arte, e ZERO1, un *network* di arte e tecnologia californiano che lavora per promuovere il pensar creativo.

Si è parlato in precedenza di "agenzie". Questo termine può non risultare di immediata comprensione ad una lettrice o ad un lettore italiani per l'assenza di tali entità sul nostro territorio. Gli USA ci propongono tanti modelli di agenzie differenti, il più attivo dei quali è forse quello locale, che raggruppa diverse istituzioni sotto il nome di *United Arts Funds*. UAF sono agenzie artistiche locali la cui funzione principale è quella di ricevere denaro da individui, aziende e fondazioni presenti sul territorio per devolverlo ad istituzioni artistiche locali e creare un supporto per la comunità culturale. Generalmente queste entità puntano a finanziare le principali figure culturali del luogo in cui sono attive (orchestre sinfoniche, corpi di ballo, teatri -dell'opera-, musei e gallerie d'arte), alla condizione che queste rispondano tramite le sovvenzioni ai bisogni della comunità in maniera efficiente e tenendo conto della diversità del popolo americano. Le agenzie hanno anche assunto col tempo un ruolo più decisivo nella vita culturale statunitense, prendendosi carico anche di azioni di *cultural planning*, implementando programmi per coinvolgere le comunità nella cultura, collaborando con altre entità a livello regionale per offrire un supporto sempre più concreto. Storicamente gli UAF sono nati nel 1949, quando i leader civici di Cincinnati (Ohio) e Louisville (Kentucky) sono arrivati alla conclusione che uno sforzo di *fundraising* collaborativo sarebbe stato più efficace che condurre singole campagne; ad oggi si contano 53 punti UAF nel Paese.

La sovvenzione dell'arte avviene spesso, sia in forma pubblica che privata, attraverso *grant*. Questi sono trasferimenti legali di denaro, anche appellabili "donazioni" o "assegnazioni"¹⁷, che prendono forma in quattro tipologie principali. I *General Operating Support Grants* (GOS) aiutano le organizzazioni artistiche per spese amministrative e/o artistiche e sono tendenzialmente il tipo di donazione più difficile da ottenere. I beneficiari possono usare questi fondi per coprire spese operative generali o in accostamento ad altre sovvenzioni pubbliche o private. Questi *grant* sono in genere concessi all'interno della stessa comunità da cui proviene il *grantmaker* e vengono elargiti in base ai budget operativi preparati dai candidati. Oltre a questi esistono i

¹⁷ <http://www.wordreference.com/enit/grant>

cosiddetti *Project Grants*, i quali sono concessi per assistere le organizzazioni nel proporre programmazioni di qualità alle comunità di riferimento. Pensati per facilitare il dialogo tra gli artisti (o i loro lavori) ed il pubblico, è molto comune che queste assegnazioni vengano fatte ad entità non artistiche, come ad esempio scuole o associazioni di servizio sociale. Infine, gli *Artist Grants/ Fellowships* aiutano gli artisti a procedere nella carriera con i loro lavori.

Interessante è anche fare confronti riguardo uno stesso argomento o situazione nello stesso Paese ma in anni diversi. Secondo la *BCA National Survey of Business Support for the Arts 2013*¹⁸ il panorama delle sovvenzioni artistiche sta cambiando radicalmente mano a mano che gli USA si allontanano dalla crisi economica che ha colpito il mondo (occidentale) dall'inizio di questo millennio. Il grafico¹⁹ sottostante mostra alcuni dati che inquadrano chiaramente la situazione.

BUSINESS CONTRIBUTIONS TO THE ARTS	2006	2009	2012
Percent change in total arts giving from previous period	-5%	-14%	18%
Percent of all businesses contributing to any philanthropic cause	70%	52%	64%
Percent of all businesses contributing to the arts in a three-year period (cash/non-cash)	43%	28%	41%
Percent the arts received of total philanthropic contributions	15%	15%	19%

Figura 4. Contributi aziendali alle arti²⁰

Oltre a queste percentuali, altri dati presenti nel documento riguardano la quantità delle aziende finanziatrici e il denaro che esse devolvono, entrambi in salita dal 2009 al 2012. Le principali ragioni indicate per cui si supportano le arti sono un po' quelle già viste: esse migliorano la qualità di vita nelle comunità, la rendono più attiva e vivace, aiutano

¹⁸http://www.americansforthearts.org/sites/default/files/pdf/2013/by_program/afta_pubs/afta_report_s/BCA_Survey_V6_Single.pdf

¹⁹http://www.americansforthearts.org/sites/default/files/pdf/2013/by_program/afta_pubs/afta_report_s/BCA_Survey_V6_Single.pdf, p.7

²⁰http://www.americansforthearts.org/sites/default/files/pdf/2013/by_program/afta_pubs/afta_report_s/BCA_Survey_V6_Single.pdf, p.7

il rendimento accademico degli studenti e le organizzazioni del settore offrono iniziative educative che giovano ai cittadini. Particolarmente interessante è invece la parte del testo in cui si parla dei motivi per cui la cultura non dovrebbe essere finanziata secondo gli esponenti delle aziende che hanno partecipato alle interviste dell'associazione. In cima alla lista c'è prevedibilmente la mancanza di fondi da devolvere ad arte e cultura, seguita dall'attribuzione di maggiore importanza ad altre cause (educazione, sanità, giovani ed altre), dalla mancanza di attinenza tra l'essere delle parti e dallo scarso interesse degli impiegati nelle forme artistiche. Il fatto poi che il 66% degli intervistati risponda che nessuna organizzazione artistica ha mai chiesto alla propria azienda un aiuto o finanziamento di qualche tipo è già molto significativo di come spesso non si riescano a trovare connessioni tra ciò che la cultura offre ed il mondo *corporate*, oltre che forse un effettiva mancanza di risorse all'interno delle organizzazioni.

Una menzione finale è da fare per il *crowd-funding*, un metodo alternativo di raccolta fondi per il settore no profit che prevede il mettere insieme contributi finanziari di valore variabile (in genere basso) da parte di diversi individui per il sostentamento di cause legate ad altre persone o organizzazioni; il *crowd-funding* prende forma molto spesso su piattaforme online piuttosto che nella realtà fisica. Un esempio di programma statunitense promosso da iniziative di questo tipo è *Kickstarter*, progetto nato nel 2009 che al 2013 aveva sollevato circa \$283 mln per circa 29k progetti creativi nei campi di cinema, musica, arti visive, teatro, danza, editoria, design, moda e tecnologia.

1.2. La situazione australiana

1.2.1. La sfera pubblica

In questo paragrafo si andrà a studiare la situazione australiana del finanziamento delle arti, che per alcuni versi è simile a quella americana, per altri più a quella italiana (che si vedrà in seguito). Tutto ciò sarà possibile grazie ai preziosi dati raccolti nel 2014 dall'*Australian Bureau of Statistics*, che ha allora analizzato i dati relativi al settore culturale nell'arco di tempo 2007-2013, oltre che ad alcuni documenti gentilmente

inoltrati da *Australia Council for the Arts*, che illustrano il cambiamento di *policy* da parte del governo avvenuto nel 2013.

Partendo da dati puramente statistici, nel biennio 2012-13 il governo australiano ha concesso al settore culturale A\$7.050 mrd. Di questa cifra, \$2.361 mrd²¹ (33% del totale) sono stati erogati dal governo centrale, \$3.291 mrd (47% del totale) dalle reggenze statali e \$1.397 mrd (20% del totale) dalle amministrazioni locali. Il valore complessivo ha registrato in questo anno un aumento di circa l'1% rispetto al precedente, in discesa rispetto a quanto era successo in tra 2010-11 e 2011-12 (+5%). Si sono anche registrate priorità differenti tra governi centrale e statali; in particolare si è notato che le due principali categorie di sovvenzione da parte del primo sono "servizi radiotelevisivi" (\$1.281 mrd) e "altri musei e patrimonio culturale" (\$285 mln), mentre gli stati prediligono il "patrimonio ambientale" (\$1.281 mrd), mantenendo però "altri musei e patrimonio culturale" al secondo posto (\$550 mln).

Si parlava di un cambio di *policy* da parte del governo a partire dal 2013. Questa si è materializzata in *Creative Australia*, una nuova campagna nazionale lanciata dall'allora ministro dei beni culturali Simon Crean che colmava alcune necessità non coperte da quanto era stato fatto in precedenza²². Nei documenti ufficiali²³ si dice che *Creative Australia* presenta "a vision and strategy to place arts and culture at the centre of modern Australian life"²⁴; questi punti saldi sono mantenuti tramite cinque scopi principali, che il governo ha stilato dopo svariati confronti con i membri delle comunità. Gli scopi sono:

- Riconoscere, rispettare e celebrare la centralità della cultura aborigena e di quella degli indigeni dello stretto di Torres per l'unicità dell'identità australiana;

²¹ D'ora in avanti nei paragrafi riguardanti i casi australiani si intenderà il valore di \$ come quello del dollaro australiano (A\$) mentre nei paragrafi riguardanti gli Stati Uniti d'America quello del dollaro statunitense (US\$)

²² In particolare con *Creative Nation*, linee-guida promosse dal ministro Paul Keating nel 1994 (<http://apo.org.au/resource/creative-nation-commonwealth-cultural-policy-october-1994>)

²³ http://www.aph.gov.au/About_Parliament/Parliamentary_Departments/Parliamentary_Library/FlagPost/2013/April/Creative_Australia_National_Cultural_Policy_2013

²⁴ "una visione e una strategia per porre arte e cultura al centro della vita australiana moderna"

- Assicurare che il supporto governativo rifletta la diversità australiana e che tutti i cittadini, ovunque essi vivano e qualsiasi sia la loro provenienza o condizione, abbiano il diritto di formare l'identità culturale del Paese e la sua espressione;
- Supportare l'eccellenza e il ruolo speciale degli artisti e dei loro collaboratori creativi in quanto fonti di lavoro ed idee originali (incluso il narrare le storie australiane);
- Potenziare la capacità del settore culturale di contribuire alla vita nazionale, al benessere comunitario e all'economia;
- Assicurare che la creatività nazionale fiorisca dentro e fuori il Paese nella contemporaneità digitale, supportando l'innovazione, lo sviluppo di nuovi contenuti creativi, della conoscenza e delle industrie creative.

A favore del corretto sviluppo di questa iniziativa, il governo ha voluto esplicitare in maniera molto chiara quale apporto monetario avrebbe avuto la nuova politica sul settore culturale. Si specifica quindi²⁵ che il governo avrebbe concesso \$235 mln per raggiungere gli scopi enunciati qui sopra, oltre che \$75,3 mln distribuiti su un periodo di quattro anni.

Inclusi in queste cifre sono gli ammontare che il governo centrale ha deciso di destinare a progetti o cause specifici; esempi di questi ultimi sono l'investimento di \$5 mln totali frazionati su 4 anni che è stato condotto per creare e sostenere il fondo d'eccellenza delle maggiori arti performative (*Major Performing Arts Excellence Pool*), in collaborazione con gli altri livelli governativi, che si rivolgerà alle 28 organizzazioni principali attive in questo campo per evidenziare esempi di eccellenza e supportare progetti innovativi che siano in linea con le priorità nazionali; un altro esempio sono i \$3 mln in favore del nuovo coordinamento nazionale della musica dal vivo (*National Live Music Coordinator*), che stanno consentendo di dare nuova linfa all'industria musicale contemporanea, anche in un'ottica di esportazione all'estero.

Altri fondi sono anche stati devoluti per creare una rete nazionale di musei e gallerie d'arte, gestite in collaborazione con *National Museum of Australia* e *Museums Australia*, per assicurare una condivisione di risorse e facilitare l'accesso agli utenti delle collezioni.

²⁵[http://www.aph.gov.au/About Parliament/Parliamentary Departments/Parliamentary Library/FlagPost/2013/April/Creative_Australia_National_Cultural_Policy_2013](http://www.aph.gov.au/About_Parliament/Parliamentary_Departments/Parliamentary_Library/FlagPost/2013/April/Creative_Australia_National_Cultural_Policy_2013)

Una menzione anche per lo sviluppo ed il mantenimento delle infrastrutture che ospitano espressioni artistiche: nuova linfa è stata data a partire dal 2013 al RDAF (*Regional Development Australia Fund*) tramite un investimento di circa \$40 mln, combinandosi ad un bacino di donazione che si aggirava attorno ai \$100 mln da parte di privati (al 2014), va a costituire un'importante risorsa per il benessere artistico nazionale. *Creative Australia* prevede anche lo stanziamento di una cifra consistente, \$43 mln, a favore della coltivazione di giovani talenti tramite vari sottoprogrammi che il governo centrale ha pensato per dare terreno fertile alle generazioni creative che vogliono ed hanno le potenzialità per affermarsi nel panorama artistico nazionale ed internazionale. Grande respiro è stato dato anche al digitale ed alla comunicazione di massa (ad esempio, \$10 mln alle emittenti televisive, \$2,4 mln alle stazioni radiofoniche, \$20 mln a studi che producono giochi interattivi) nonché alla messa in evidenza delle culture dei nativi aborigeni ed isolani dello stretto di Torres (circa \$70 mln in totale per il sostentamento tramite finanziamento di centri culturali e programmi mirati).

Questi sono solo alcuni dei punti toccati da *Creative Australia*, un testo veramente ponderato a lungo che sviscera in ben 152 pagine tante problematiche legate allo sviluppo culturale australiano e cerca di dare soluzioni per rispondere alle esigenze di chi è immerso nel panorama artistico, ma anche della comunità in senso più lato. Il testo è stato pensato considerando sia l'apporto individuale e privato che i cittadini devolvono a favore del settore che cambiamenti finanziari su scala internazionale, specificatamente da parte del Commonwealth. Quest'organizzazione, pur riconoscendo i passi in avanti fatti con la nuova politica, ha voluto apportare variazioni ad alcuni aspetti legati alla sovvenzione dell'*Australia Council* (da essa gestito) per cercare di ottenere risultati più fruttuosi in questo settore.

Brevemente, *Australia Council* è dal 1975 "the Australian Government's arts funding and advisory body"²⁶, il cui fine è quello di sostenere ed investire nelle arti australiane supportando l'eccellenza e facendo leva su un supporto concreto per creare un ambiente culturale adeguato e stimolante. Alla fine del 2015, il governo ha annunciato che \$110 mln sarebbero passati nel corso dei quattro anni successivi dalle casse

²⁶"L'organo di consultazione e di sostentamento delle arti del governo australiano". *Australia Council for the Arts, Annual Report 2014-15*, 2015, p.3

dell'*Australia Council* (che nel 2014-15 ha ricevuto \$211 mln e nel 2015-16 \$184 mln) a quelle del ministero dei beni culturali. Questo cambio di rotta è dovuto a tre principali decisioni: la creazione di un programma nazionale per l'eccellenza nelle arti (*National Programme for Excellence in the Arts*) del valore di circa \$104 mln distribuiti sugli stessi quattro anni; la gestione di alcune iniziative culturali (*Visions of Australia, Festivals Australia*) passata al ministero; un prolungarsi di tre anni per il programma *Creative Partnerships Australia*, con un apporto di \$5,3 mln.

Alcune considerazioni a riguardo sono anche pervenute da esponenti politici. Il ministro per la cultura Brandis ha dichiarato che queste decisioni influenzeranno sicuramente le politiche di sovvenzione, ed in particolare toccheranno gli artisti indipendenti e le realtà culturali medio-piccole, le quali purtroppo vedranno i colleghi di capacità più significativa essere preferiti nelle sovvenzioni. Questo probabilmente anche per una sorta di "sicurezza" che il ministro vede nelle grandi organizzazioni (specialmente di arti performative), che possono produrre introiti più consistenti per il settore pubblico. Queste le sue parole "I'm more interested in funding arts companies that cater to the great audiences that want to see quality drama, music or dance, than I am in subsidising individual artists responsible only to themselves"²⁷.

Il ministro ha anche presentato il *National Programme for Excellence in the Arts* come "a programme which will support endowments, international touring and strategic projects, with an emphasis on attracting private sector support, allowing for a truly national approach to arts funding, delivering on a number of Government priorities including national access to high quality arts and cultural experiences and making funding available to a wider range of arts companies and arts practitioners, while at the same time respecting the preferences and tastes of Australia's audiences"²⁸. Questo

²⁷"Sono più interessato a finanziare le organizzazioni artistiche che soddisfano il grande pubblico che vuole vedere teatro, musica o danza di qualità che a farlo sovvenzionando artisti singoli responsabili solo per se stessi"
http://parlinfo.aph.gov.au/parlInfo/download/library/prspub/4036352/upload_binary/4036352.pdf;fileType=application/pdf , p.36

²⁸ "un programma che promuoverà la sovvenzione della cultura, i flussi internazionali ed i progetti strategici, con un' enfasi sull' attrarre supporto dai privati, consentire un approccio nazionale efficace per la sovvenzione delle arti, tenere conto di una serie di priorità governative tra cui l' accesso nazionale ad esperienze artistico-culturali di alta qualità e rendere le sovvenzioni accessibili ad un numero maggiore di organizzazioni artistiche e professionisti del settore, rispettando i gusti e le preferenze del pubblico australiano". Riferimento come nella nota precedente

provvedimento attribuisce sicuramente al ministro un ruolo più significativo ed è un ennesimo canale per ottenere supporto finanziario, ma manca di chiarezza nel definire come i diversi livelli governativi possano supportare le diverse forme artistiche.

Il Commonwealth ha anche tagliato dal 2015 una parte dei fondi (\$3,6 mln distribuiti nei prossimi quattro anni) che concedeva a *Screen Australia*, la sua maggior entità di supporto all'industria cinematografica. Nonostante nel *Portfolio Budget Statement* di quell'anno si colleghi questa riduzione all'esaurimento di un beneficio che veniva erogato tramite *Creative Australia*, si dice più avanti che in realtà quei fondi sono stati reindirizzati per favorire alcune priorità della *policy*²⁹. Questo taglio è solo una parte della riduzione totale di \$25,1 mln toccata all'industria cinematografica nel 2014, azione che ha portato i maggiori attori del settore a rimarcare come queste decurtazioni avrebbero avuto ripercussioni drammatiche su cinema e TV negli anni a venire.

A fine 2015 (18 novembre) il governo australiano ha lanciato un nuovo programma complementare alle forme di supporto ad arti e cultura già esistenti. *Catalyst-Australian Arts and Culture Fund* è sceso infatti in campo al fianco dell'*Australia Council*, del ministero per i beni culturali (da cui è gestito, il principale organo di gestione di arte e cultura, che amministra una serie di programmi finalizzati all'accesso ad esse, alla promozione dell'identità indigena, alla formazione culturale ed alla protezione del patrimonio mobile autoctono) e di *Creative Partnerships Australia* (il corpo governativo responsabile per l'incoraggiamento di supporto da parte di privati e della gestione dell'*Australian Cultural Fund*, di cui si parlerà in seguito).

Catalyst è nato per supportare idee innovative provenienti dai mondi di arte e cultura che trovano difficoltoso il percorso di accesso a fondi per questi loro progetti, che in genere riguardano gallerie, biblioteche, archivi, musei, il settore *education* e cambiamenti infrastrutturali. Punto di interesse è creare nuovi legami e stimolare nuove vie per la partecipazione dei cittadini alla vita culturale nazionale. *Catalyst* consentirà l'accesso ad esperienze artistiche di alta qualità alla comunità, puntando sull'internazionalità e sul mettere in risalto organizzazioni artistiche medio-piccole.

²⁹ Tutti i riferimenti al *Portfolio Budget Statement* del 2015 sono stati trovati nel documento citato nelle due note precedenti; per ogni riferimento più specifico si consulti il link riportato in precedenza

Nello stesso periodo sono anche state ripensate le cifre da devolvere alla sfera culturale ed il governo ha aggiunto \$32 mln al budget quadriennale dell'*Australia Council* (ad oggi, \$783 mln frazionati appunto su quattro anni, dei quali *Catalyst* è fautore "solo" dell'apporto di \$12 mln annuali -\$48 mln in totale-). *Catalyst* è aperto ad organizzazioni di ogni dimensione ed attive ad ogni livello e supporta progetti che dimostrano di avere le caratteristiche di innovazione, aumentano la partecipazione e l'accesso alla cultura nelle regioni ed enfatizzano la reputazione australiana all'estero; questi progetti sono valutati da team di esperti per verificare l'adeguatezza e la fattibilità³⁰.

Accanto a *Catalyst*, che ad oggi è l'ultimo programma attivato in linea temporale, vi sono una serie di altri metodi che il ministero mette a disposizione per finanziare le arti. La situazione ad oggi vede 14 programmi aperti per il sovvenzionamento della/e cultura/e³¹, oltre che tre "support programs" che prevedono aiuti concreti per artisti ed organizzazioni tramite una loro *application*. Brevemente, questi sono:

- *Cultural Gifts Program*, che offre sgravi fiscali per incoraggiare le persone a donare oggetti legati al patrimonio culturale a gallerie, musei, biblioteche ed archivi pubblici. Chiunque posseda un oggetto di riconosciuto valore per le culture australiane può consegnarlo alle autorità preposte ed ottenere uno sgravio fiscale pari al valore dello stesso;
- *Resale Royalty Scheme*, per il quale gli artisti hanno il diritto di ricevere il 5% del costo di vendita quando una loro opera che presenta determinate caratteristiche viene rivenduta per +\$1000;
- *Tax rebates for film and television producers*, misure fiscali che consentono ad aziende australiane o straniere con base sul territorio nazionale che lavorano a progetti particolarmente dispendiosi nei settori televisivo e cinematografico di

³⁰

http://www.minister.communications.gov.au/mitch_fifield/news/guidelines_released_for_new_arts_fund#.V-ZcfCLTIX

³¹ L'indagine è stata condotta in data 06/10/16 e i programmi aperti erano *Catalyst*, *Festivals Australia*, *Indigenous Visual Arts Industry Support program*, *Visions of Australia*, *Anzac Centenary Production and Commissioning Fund*, *National Cultural Heritage Account*, *Regional Arts Fund*, *Community Heritage Grants*, *Australian Government International Exhibitions Insurance Program*, *National Collecting Institutions Touring and Outreach program*, *Lending Rights*, *Maritime Museums of Australia Project Support Scheme*, *Indigenous languages and arts program*, *Anzac Centenary Public Grants Program*. Per un fatto di semplicità non si andrà nel dettaglio di ognuno; tutte le informazioni sono comunque reperibili all'indirizzo <https://www.arts.gov.au/funding-and-support>

ottenere una decurtazione sulle tasse da pagare al governo che va dal 16,5% al 30%³².

1.2.2. La sfera privata

Come detto poco più sopra, l'Australia gode di una sorta di "bipolar cultural funding", ovvero di un adeguato sistema di finanziamento per la cultura creato dalla sinergia tra contributi governativi e privati. I cittadini, oltre che donare autonomamente alle realtà di loro interesse, possono anche rivolgersi a *Creative Partnerships Australia*, un'organizzazione che gestisce le sovvenzioni private alla cultura. Nella loro *homepage* si legge: "Our role is to create a culture of private sector support for the arts. We aim to grow the culture of giving, investment, partnership and volunteering, bringing donors, businesses, artists and arts organisations together to foster a more sustainable and vibrant arts sector for the benefit of all Australians."³³ Senz'altro il progetto più grosso ed ambizioso di CPA è l'*Australian Cultural Fund*, una piattaforma di sovvenzione collettiva per gli artisti australiani inaugurata nel 2003 per incoraggiare le donazioni nel settore artistico. Ad oggi ACF è riuscito a raccogliere più di \$15 mln per favorire gli artisti in patria ed all'estero. Le donazioni di +\$2 sono detraibili dalle tasse e possono essere indirizzate specificatamente ad un artista o progetto specifici.

ACF agisce attraverso vari progetti che si rinnovano periodicamente e vengono divisi in macro-categorie: architettura e design, circo e teatro fisico, arte nella comunità e sviluppo culturale, danza, festival eventi ed esibizioni, video e fotografia, arte indigena, letteratura ed editoria, spettacolo dal vivo ed arti ibride, musei gallerie e patrimonio culturale, musica, opera teatro musicale e cabaret, teatro e rappresentazioni, arti visive. Alcune altre caratteristiche di ACF sono: gli artisti si registrano online e presentano il loro progetto (anche con budget variabile), che in genere viene approvato in 3-4 giorni lavorativi; le donazioni possono essere visualizzate sul sito di ACF in tempo reale; alla fine

³² Informazioni più complete riguardo questi programmi si potranno trovare al link indicato nella nota precedente

³³ "Il nostro ruolo è quello di creare una cultura del supporto per le arti all'interno del settore privato. Puntiamo a far crescere la cultura del dono, dell'investimento, della collaborazione e del volontariato, facendo incontrare donatori, aziende, artisti ed organizzazioni artistiche per far progredire un settore artistico più sostenibile e stimolante per il beneficio di tutti gli australiani", <https://www.creativepartnershipsaustralia.org.au/>

del periodo indicato nell'*application* il progetto verrà eliminato dalla pagina web di ACF e l'ammontare delle donazioni sarà versato all'artista in un'unica soluzione.

Creative Partnerships Australia è quindi un organismo di aiuto per le organizzazioni artistiche, le quali normalmente si rivolgono a dei manager statali per avere consulti specifici da esperti del settore su come trovare le partnership più adatte per ognuno. Molto utili risultano anche le pagine web offerte da CPA in cui si presentano guide e report su come portare avanti la filantropia e le sponsorizzazioni in un'organizzazione artistica; specificatamente, si tratta di guide per la gestione delle tasse, l'utilizzo dell'informatica nel *fundraising*, la presentazione dell'organizzazione ai donatori, il *crowdfunding* ed un'introduzione a filantropia e sponsorizzazioni; accanto vi sono poi schede informative sul supporto dell'arte da parte del settore privato, su lasciti e sovvenzioni e su come creare una fondazione.³⁴

Particolarmente interessante per gli scopi di questo capitolo sono almeno un paio dei temi affrontati in queste sezioni online. Alla pagina "Philanthropy and private giving 101"³⁵ si trova un'utile distinzione tra le diverse tipologie di fondazioni presenti in Australia, che sono soggetti (giuridici) differenti e vanno trattati seguendo prassi diverse. Specificatamente, queste sono:

- Fondazioni private, create da un individuo singolo, di solito tramite un lascito e gestite da amministratori che donano in base alle priorità espresse dal fondatore (ad esempio la Ian Potter Foundation);
- Fondazioni familiari, create da una famiglia e gestite dai membri di questa (ad esempio la Myer Foundation);
- Fondazioni comunitarie, per individui, aziende o gruppi interessati ad un'area geografica precisa (ad esempio una città, regione, stato) che è gestita da una commissione di persone di quell'area (ad esempio la Fremantle Foundation);
- Fondazioni aziendali, mantenute dalle entrate dell'azienda ma istituite come entità legali separate (ad esempio la MacquarieGroup Foundation);

³⁴ <https://www.creativepartnershipsaustralia.org.au/resources/factsheets/>

³⁵ <https://www.creativepartnershipsaustralia.org.au/resources/factsheets/philanthropy-and-private-giving-101/>

- Fondazioni governative, mantenute grazie alle entrate dei programmi governativi o da proventi di sezioni particolari come il gioco d'azzardo o le tasse sul tabacco (ad esempio il Victorian Women's Trust o Lotterywest);
- Società fiduciarie, aziende *full profit* che gestiscono le fondazioni, i lasciti e i fondi fiduciari (ad esempio ANZ Trustees).

Per quanto riguarda la sfera privata, non esistono purtroppo ad oggi documenti che attestino cifre complessive per il settore *arts&culture*. Esistono però almeno un paio di ricerche molto recenti condotte da AMPAG (*Australian Major Performing Arts Group*) sulle entità di sponsor e donazioni relative alle arti performative in Australia. Questi dati, che in realtà penetrano in profondità diversi aspetti del settore, possono essere riassunti nel grafico seguente³⁶³⁷.

Figure 2. Major performing arts companies—sources of revenue: 2001–2015

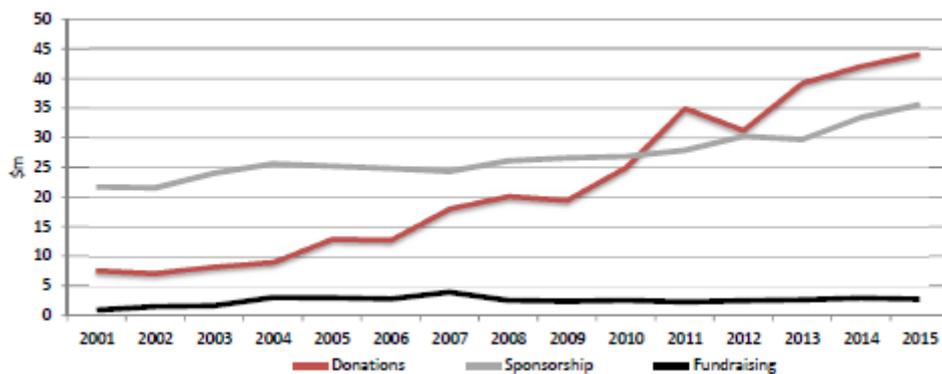


Figura 5. Fonti di entrate delle maggiori compagnie di arti performative 2001- 2015³⁸

Ciò che si nota è una consapevolezza maggiore da parte dei privati dell'importanza di arte e cultura nella società australiana a partire dall'inizio del secolo. Questo probabilmente è dovuto a scenari socio-economici mutati nel tempo, oltre che ad una comunicazione diversa e meglio indirizzata ed a bisogni nuovi della società. In generale si nota senz'altro un arricchimento generale della popolazione australiana negli ultimi 15 anni, segnalato dagli indici in rialzo sia per quanto riguarda la filantropia che il

³⁶ Tratto da "Tracking changes in corporate sponsorship and donations 2016", pubblicato alla pagina <http://www.ampag.com.au/article/Surveys>, p.2, AMPAG, 2016

³⁷ Per "fundraising" si intendono nel grafico tutti gli eventi fisici che contribuiscono a generare revenue per le organizzazioni.

³⁸ AMPAG (2016), p.2

supporto aziendale; si può anche commentare che gli eventi di *fundraising* abbiano un'importanza marginale nello sviluppo delle organizzazioni di arti performative, forse per una combinazione di fattori che vede il dispendio di tempo e risorse degli operatori combinarsi con una presenza importante di contributi versati da privati ed aziende, pressoché sempre in salita dal 2001 ad oggi, con un'escursione più importante da parte delle donazioni personali dovuto essenzialmente ad una maggior cautela da tenere quando si procede nelle strategie aziendali. Si dice anche che negli ultimi 15 anni il ricavato totale per le maggiori organizzazioni di arti performative è cresciuto di circa \$52,2 mln, passando da \$30,3 mln nel 2001 a \$82,5 mln nel 2015 (+172,6%).

Nello stesso documento si scende anche molto più nel dettaglio per quanto riguarda le singole forme d'arte, mostrando come ognuna abbia avuto sviluppo differente dalle altre nel corso degli anni. In particolare, nel 2015 il campione delle maggiori organizzazioni di arti performative per il settore musicale è stato quello che ha riscosso più denaro, \$29 mln, seguito da teatro (\$21,9 mln), danza (\$21,4 mln) ed opera (\$10,2 mln), con i rispettivi ammontare di sponsorizzazioni, donazioni ed eventi di raccolta fondi a diminuire in questa sequenza. Nonostante ciò, poco dopo si mostra come tuttavia il panorama delle sovvenzioni medie per forma artistica sia molto diverso. Il grafico a seguire³⁹⁴⁰ ci mostra infatti come i contributi medi devoluti a favore della danza siano stati tendenzialmente in continua e netta ascesa dall'inizio del secolo ad oggi, mentre per la musica ed il teatro ciò sia avvenuto in maniera più graduale; particolare anche la situazione dell'opera, che dopo un picco importante riscontrato nel 2013 ha avuto una ricaduta altrettanto importante l'anno seguente, che ha portato il settore ad un livello perfino inferiore a quello del 2012.

³⁹ Tratto da "Tracking changes in corporate sponsorship and donations 2016", pubblicato alla pagina <http://www.ampag.com.au/article/Surveys>, p.12, AMPAG, 2016

⁴⁰ Si ricorda che i dati provenienti dai documenti di AMPAG riguardano unicamente le maggiori organizzazioni di *performing arts*; tuttavia, essi possono anche essere pensati come campione per il settore in maniera più generale

Figure 18. Average sponsorship and donations by art form: 2001–2015

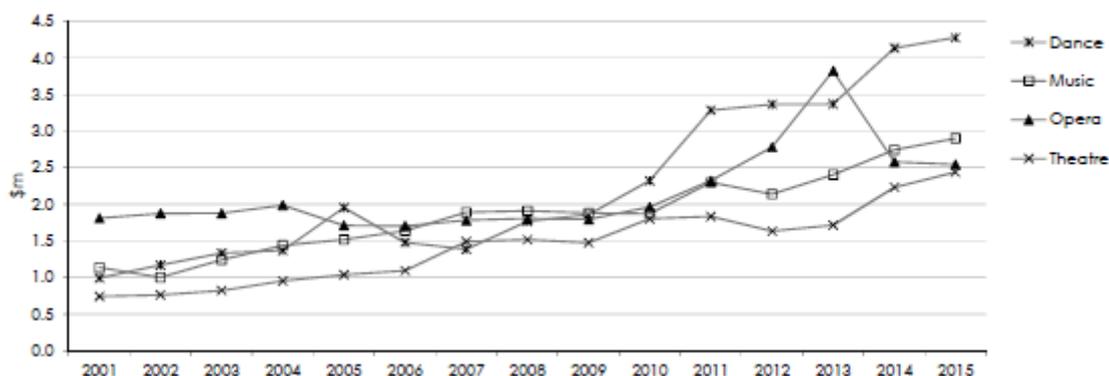


Figura 6. Importi medi di sponsorizzazioni e donazioni per forma artistica (2001- 2015)⁴¹

Sempre parlando di arti performative e visto quanto si tratterà nel prossimo capitolo, ho pensato di portare qui l'esempio di come *Melbourne Recital Centre*, una grossa sala concerti nel cuore della capitale del Victoria, è riuscito a stabilire una solida collaborazione con Etihad Airways, facendo diventare quest'ultimo suo principale sponsor. Nel 2009, poco dopo l'apertura di MRC e l'arrivo di Etihad Airways a Melbourne, si è dato il via ad una partnership che ha aiutato ad aumentare significativamente la componente internazionale della programmazione artistica del centro. Nel corso di più di sei anni la collaborazione si è evoluta, consentendo ad entrambi i partner ed alla comunità vittoriana di poter godere di svariati benefit.

Le due organizzazioni, entrambe nuove in Victoria, hanno cercato di insediarsi nella vita culturale melbourniana sviluppando una partnership basata su un interesse condiviso per la diversità culturale e sul desiderio di mettere in contatto il pubblico locale con una grande varietà di musica internazionale. La collaborazione è stata costruita tenendo ben presenti tre scopi da ottenere e mantenere nel corso del tempo: il coinvolgimento del pubblico, un forte allineamento di *brand* ed una collaborazione a lungo termine per supportare gli obiettivi principali di ognuna delle parti (nello specifico la creazione di un programma internazionale sostenibile per MRC che porti benefici al pubblico vittoriano ed un accrescimento dell'utenza per entrambe le organizzazioni). Tra le altre cose, Etihad ha contribuito nella collaborazione regalando le trasferte in *business class* a circa

⁴¹ AMPAG (2016), p.12

60 artisti internazionali; in cambio, la compagnia aerea è riuscita in operazioni di *brand building* verso gli utenti di MRC.

Per solidificare la partnership, MRC ha preparato un documento in cui si esplicano tutti i vantaggi fuoriuscenti dalla sinergia tra le organizzazioni ed i punti di interesse per entrambe⁴². Nel 2013, MRC ha proposto al suo pubblico un sondaggio sulle abitudini di viaggio, puntando il focus anche sulla loro opinione riguardo Etihad. Il segmento analizzato, facendo parte della popolazione australiana, ha chiaramente una forte tendenza agli spostamenti via aereo e conosce la compagnia (98% degli intervistati) e la reputa una buona scelta per viaggi internazionali, anche se molti non hanno mai usufruito del servizio. In una strategia di comunicazione molto mirata ed azzeccata, MRC mette in risalto il fatto che il 61% del suo pubblico prende in considerazione un biglietto con Etihad quando deve prenotare; si parla anche di “strong correlation between awareness of the partnership with MRC and willingness to try Etihad Airways”⁴³. In seguito a questa campagna ben costruita, EA è diventato il principale partner e sponsor ufficiale di MRC, in una collaborazione che tocca entrambi e combina per i fruitori una programmazione musicale e culturale internazionale e variegata di tutto rispetto con il comfort offerto da una delle compagnie aeree migliori del mondo.

1.3. Il panorama italiano

Similarmente all’Australia, anche se con una spinta privata molto più debole, l’Italia vanta un buon bilanciamento tra finanziamenti pubblici e privati nel campo arte e cultura che garantisce una sostenibilità discreta del settore⁴⁴. Questo è molto importante per evitare che una delle due parti prenda il sopravvento sull’altra, causando problematiche come una diminuzione della qualità e dell’efficienza, l’eccessiva influenza

⁴² Il documento (Melbourne Recital Centre Principal Partnership Proposal for Etihad Airways) è pervenuto all’autore via posta elettronica da Sandra Robertson, direttrice della sezione Development di MRC. Non esiste al momento una collocazione online di questo.

⁴³ “forte corrispondenza tra la consapevolezza della partnership con MRC e la volontà di provare EA”. Melbourne Recital Centre Principal Partnership Proposal for Etihad Airways, 2012, p.8

⁴⁴ https://mpr.aub.uni-muenchen.de/43661/1/MPRA_paper_43661.pdf , p.1

politica nei processi decisionali, il mancato bilanciamento tra organizzazione di prestigio e portata diversa e altro. La sfera privata ha poi senz'altro avuto importanza primaria nel periodo della crisi economica che il Paese ha attraversato nel corso degli ultimi anni.

A livello pubblico esiste una sorta di gerarchia che vede il MiBACT (Ministero dei Beni ed Attività Culturali e del Turismo) all'apice, il quale elargisce la maggior quantità di denaro per il settore; più in basso, seppur con pari importanza, si trovano le istituzioni locali come regioni, province, comuni e, in quantità minore, comunità montane, unioni di enti locali, enti pubblici gestori di siti storici, teatri, parchi archeologici e altro. Altri canali di finanziamento vengono poi da:

- Il gioco del Lotto, per cui in base alla legge 662/1996 una porzione degli utili erariali derivanti da questa pratica sono conferiti al ministero e rivolti ad interventi sui beni culturali;
- ARCUS, una società per azioni a capitale pubblico che sostiene interventi di restauro e recupero del patrimonio culturale ed attività a favore di cultura e spettacolo grazie alle risorse annuali derivanti dal fondo infrastrutture ferroviarie e stradali;
- Il 5x1000 e l'8x1000 dell'IRPEF, parti dell'imposta sul reddito destinabili ad attività di tutela, promozione e valorizzazione di beni culturali e paesaggistici, operazioni sulla salvaguardia di beni di interesse storico, scientifico, architettonico, archeologico, etnografico, artistico, archivistico e bibliografico;
- Fondi Strutturali dell'Unione Europea e il Fondo Aree Sottoutilizzate (FAS) dello Stato.

Il MiBACT è l'organo statale che regola la conservazione, difesa e valorizzazione del patrimonio culturale e ambientale italiano. Una riorganizzazione promossa nel 2009 ha strutturato il ministero in nove entità centrali con compiti di amministrazione generale e diciassette punti nevralgici periferici (le Direzioni regionali per i beni culturali e paesaggistici). Le prime hanno svariati compiti, tra cui:

- ✓ promozione del sapere, della ricezione pubblica e della rivalutazione dei beni culturali in riferimento alle istituzioni ed ai luoghi della cultura statali, compito

portato avanti dalla direzione generale per la valorizzazione del patrimonio culturale;

- ✓ salvaguardia di zone e beni di interesse archeologico, tramite la direzione generale per le antichità;
- ✓ salvaguardia dei beni architettonici, del paesaggio, storici, artistici ed etnoantropologici e promozione dell'arte contemporanea, il tutto coordinato dalla direzione generale per il paesaggio, le belle arti, l'architettura e l'arte contemporanea;
- ✓ salvaguardia degli archivi, tramite la direzione generale per gli archivi;
- ✓ preservazione di biblioteche pubbliche statali, istituti culturali e relativi servizi nonché promozione delle attività annesse, il tutto gestito dalla direzione generale per le biblioteche, gli istituti culturali ed il diritto d'autore;
- ✓ promozione di attività cinematografiche tramite la direzione generale per il cinema;
- ✓ promozione di attività di spettacolo dal vivo, in particolare musica, danza, teatro, circhi, il tutto coordinato dalla direzione generale per lo spettacolo dal vivo.

Le regioni si occupano invece di conservare e valorizzare i beni culturali e ambientali, promuovere ed organizzare attività culturali di loro competenza. La tutela dei beni culturali è invece compito esclusivo dello stato, il quale può però promuovere deleghe speciali alle regioni per questi fini. I comuni ricoprono solitamente le funzioni amministrative nel campo dei beni culturali, compito assegnato alle province qualora la valorizzazione sia di interesse provinciale; queste ultime promuovono e coordinano poi attività culturali in collaborazione con i comuni. Il Codice dei beni Culturali esplicita che province e comuni, stato e regioni devono garantire il mantenimento, lo sviluppo e la valorizzazione del patrimonio culturale, cooperando col ministero.

In un documento di alcuni anni fa, Ginevra Domenichini⁴⁵ ci mostra la spesa che le entità pubbliche hanno fatto nel periodo 2002-2010 per sostenere la cultura. Il grafico a riguardo è riportato qui sotto.

⁴⁵ Docente di Economia della Cultura presso l'università degli Studi di Genova

Figura 1 Andamento della spesa in cultura di MiBAC, Comuni e Province tra il 2002 e il 2010, in milioni di Euro

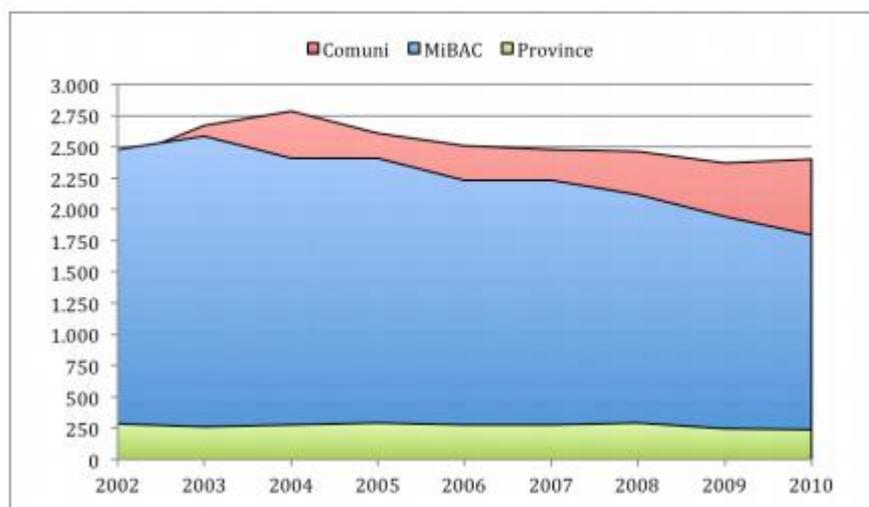


Figura 7. Andamento della spesa in cultura del MiBACT, Comuni e Province tra il 2002 e il 2010⁴⁶

Da questo contributo si nota come l'apporto delle province sia rimasto modesto ma costante nel corso degli anni, mentre quelli di ministero (in particolare) e comuni tendano a decrescere. Specificatamente, i comuni hanno acquisito maggiore importanza nel tempo rispetto al ministero nel supporto della cultura. Come si nota, nel 2002 la spesa totale del secondo eccedeva quella dei primi di €88 mln, mentre a partire dal 2003 il distacco si capovolge crescendo poco a poco fino ad arrivare nel 2010 a circa €600 mln. L'evoluzione dei contributi è piuttosto variegata, con un'inclinazione particolarmente drastica tra il 2008 e il 2009 per tutti e tre gli organi citati, riconducibile alla crisi economica che ha toccato e sta toccando il Paese. Altro aspetto interessante è vedere come tra il 2002 e il 2010 i versamenti da parte dei comuni siano aumentati dello 0,36%, mentre quelli di ministero e province siano scesi rispettivamente del 27,56% (che ha poi recuperato un modesto 0,68% nel 2011) e del 16,31%.

⁴⁶ https://mpa.ub.uni-muenchen.de/43661/1/MPRA_paper_43661.pdf, p.5

Figura 2 L'incidenza della spesa del MiBAC sul bilancio dello Stato e quella relativa alle funzioni culturali di Comuni, Province, Regioni sul bilancio complessivo dei rispettivi enti tra il 2002 e il 2010

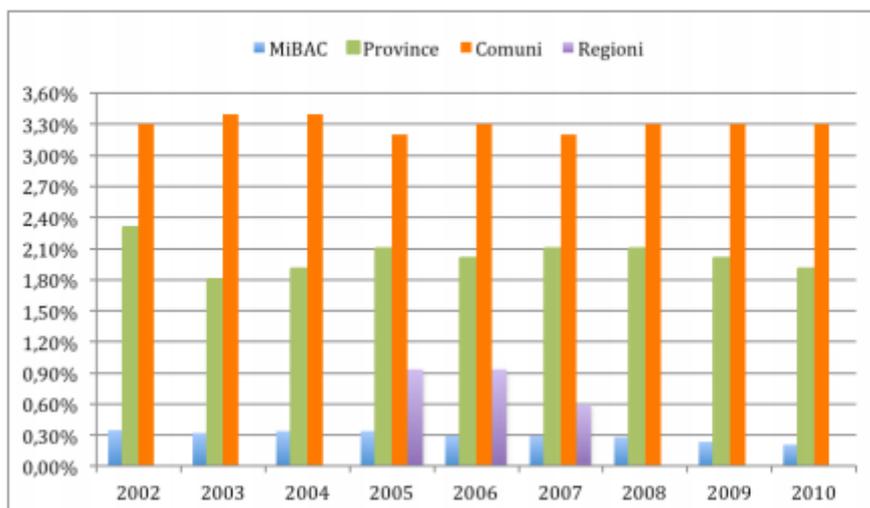


Figura 8. Incidenza della spesa del MiBACT sul bilancio dello stato e quella relativa alle funzioni culturali di comuni, province, regioni sul bilancio complessivo dei rispettivi enti tra il 2002 e il 2010⁴⁷

Il grafico appena riportato mostra il peso dell'esborso in cultura sul bilancio totale. Da qui si nota che, mentre il valore delle spese del MiBAC sul budget statale scende di un sonoro 40% tra il 2002 e il 2010 e quello delle province pure cala del 17,4%, la parte di bilancio culturale dei comuni resta generalmente costante con 3,30% sia nel 2002 che nel 2010, mostrando questi come gli organi che devolvono la percentuale di budget più alta ad arte e cultura. In rapporto, le regioni spendono poco più delle province nel settore, con uno 0,93% del bilancio complessivo nel 2005/06 in picchiata a 0,60% nel 2007.

Domenichini prosegue nel suo articolo mettendo in luce il sostegno privato per arte e cultura. L'autrice si sofferma tra le altre cose sulle 88 fondazioni bancarie italiane, ovvero "persone giuridiche private senza fine di lucro, dotate di piena autonomia statutaria e gestionale..." che "perseguono esclusivamente scopi di utilità sociale e di promozione dello sviluppo economico secondo quanto previsto dai rispettivi statuti"⁴⁸. Tra le 21 aree a cui il codice chiede loro di essere attive c'è anche la voce "arte, attività e beni culturali", che si traduce in: la salvaguardia e lo sviluppo di beni architettonici e

⁴⁷ Grafico proveniente da https://mpr.ub.uni-muenchen.de/43661/1/MPRA_paper_43661.pdf, p.6.

Fonte: ISTAT, Bilanci Consuntivi delle Amministrazioni Comunali; ISTAT, Bilanci Consuntivi delle Amministrazioni Provinciali; Mibac (2011)

⁴⁸ Cfr. D. Lgs. n.153 del 17 maggio 1999, art. 2

archeologici; il supporto ad istituzioni, nuove creazioni ed eventi nel campo delle arti performative e cinematografiche, oltre che a musei, arti visive, biblioteche ed archivi, editoria; promozione e creazione di progetti culturali multidisciplinari.

Il modo di azione di queste figure segue due vie principali: adoperando parti del proprio denaro tramite un investimento, oppure mettendo in gioco le rendite del patrimonio. Nel primo caso si tratta di partecipazioni azionarie, fondi di investimento, programmi di community investing o l'adesione a iniziative comuni di investimento. Alcuni dati mostrano che le concessioni da parte delle fondazioni bancarie a favore della cultura ammontano a circa €242 mln. L'area guadagna il 3,7% degli investimenti totali ed è la seconda preferita dai membri delle fondazioni dopo lo "sviluppo locale". Nella seconda ipotesi, si attivano stanziamenti di denaro a fondo perduto ad operatori (pubblici o privati) oltre che la sovvenzione di eventi e progetti pensati e gestiti direttamente dalle fondazioni; questo mix attivo nel secondo scenario è molto più comune rispetto al primo e rende le fondazioni bancarie italiane particolari e diverse da quelle straniere.

Figura 3 Andamento delle erogazioni delle Fondazioni di Origine Bancaria nel settore "Arti, attività e beni culturali" tra il 2002 e il 2011, in milioni di euro

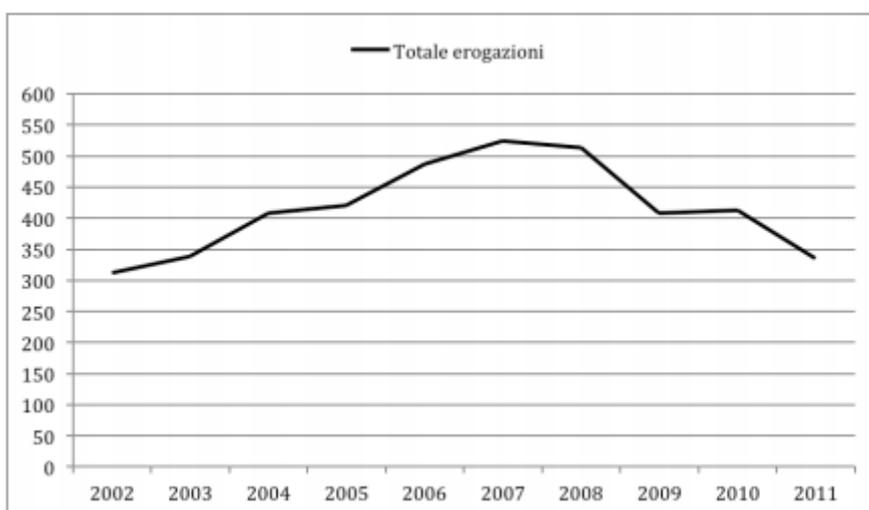
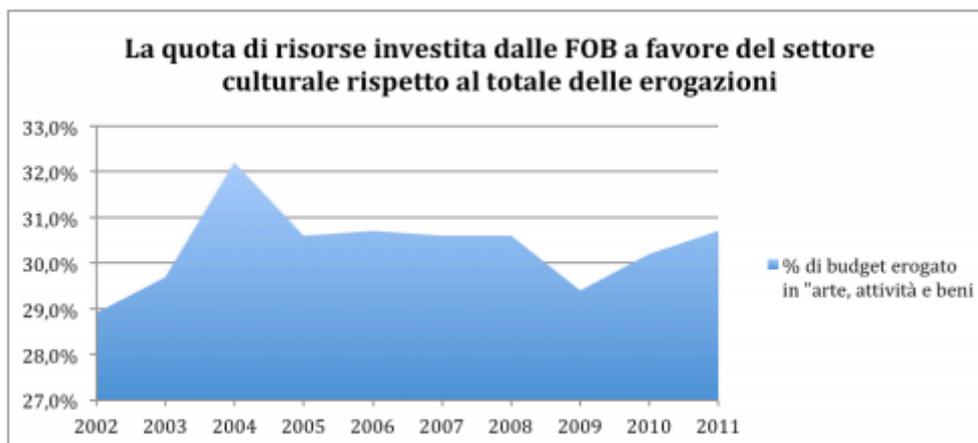


Figura 9. Andamento delle erogazioni delle fondazioni di origine bancaria nel settore artistico-culturale tra il 2002 e il 2011⁴⁹

⁴⁹ Grafico proveniente da https://mpr.ub.uni-muenchen.de/43661/1/MPRA_paper_43661.pdf, p.10.
Fonte: ACRI, Rapporti Annuali sulle Fondazioni di Origine Bancaria

Il grafico sovrastante mostra il trend di come le erogazioni provenienti dalle fondazioni bancarie abbiano toccato il settore culturale negli anni tra il 2002 ed il 2011. Si nota in particolare un'ascesa delle concessioni fino al 2008, quando il panorama comincia a cambiare con una flessione del 2,1%. La situazione, a causa principalmente della grave crisi economica che ha toccato il Paese, è andata in peggiorando sempre più, con le erogazioni in calo del 35% tra il 2008 e il 2011 (quando l'esborso è stato pari a quello di otto anni prima). Negli ultimi anni si è poi assistito anche ad una diminuzione degli interventi e ad una conseguente redistribuzione delle risorse. Si registra anche un aumento di queste ultime investite in cultura rispetto al totale delle erogazioni tra il 2002 ed il 2004, da quando si nota un assestamento su una media del 30,5% (vedi grafico sottostante). La cultura resta quindi, in termini economici, l'area di azione principale delle fondazioni. Parlando poi dei beneficiari di queste erogazioni, le fondazioni, gli enti ecclesiastici e le associazioni sono tra i principali. I dati mostrano anche che il settore più penalizzato dalle riduzioni nei versamenti negli anni presi in esame è la 'conservazione e valorizzazione dei beni architettonici e archeologici' sebbene rimanga l'area di intervento più importante in termini monetari.

Tavola a4



Fonte: ACRI, Rapporti Annuali delle Fondazioni di Origine Bancaria

Figura 10. Risorse investite dalle fondazioni di origine bancaria a favore del settore culturale rispetto al totale delle erogazioni⁵⁰

⁵⁰ Grafico proveniente da https://mpr.ub.uni-muenchen.de/43661/1/MPRA_paper_43661.pdf, p.16

A livello aziendale, Domenichini si sofferma anche nell'analisi delle sponsorizzazioni e delle erogazioni liberali culturali nel nostro Paese. Le prime, preferite dalle imprese, prevedono per "una cessione di beni e/o servizi determinate controprestazioni riconducibili (...) alla diffusione dei segni distintivi del finanziatore"⁵¹; le seconde sono invece considerate come donazioni a titolo gratuito da parte di un soggetto erogatore. Come si diceva poco fa, le sponsorizzazioni sono di gran lunga preferite alle donazioni liberali da parte delle aziende per ovvi motivi di rendicontazione strategica; i dati che l'autrice raccoglie nel suo *paper* confermano questa affermazione, mostrando una variabilità meno accentuata delle seconde, che sono rimaste abbastanza stabili nei valori nel periodo 2006-2011 ed hanno anche accusato di meno i colpi della crisi economica, anzi raddoppiando la propria portata rispetto ai cinque anni immediatamente precedenti (contrariamente a quanto accaduto alle sponsorizzazioni, in grave calo dal 2009 al 2011).

Domenichini riprende in mano questi argomenti molto recentemente⁵² e procede con l'analisi del finanziamento di arte e cultura nel nostro Paese. L'autrice riporta alcuni dati relativi a quest'area: nel 2013, il MiBACT ha investito €1.654.973.764 (€1.683.857.109 nel 2014⁵³), i Comuni €1.990.000.000⁵⁴, le Province €131.000.000⁵⁵, le Regioni e Province Autonome €1.105.038.286⁵⁶. Sul fronte privato, le Fondazioni di Origine Bancaria hanno erogato €269.200.000 nel 2013 (€272.800.000 l'anno successivo⁵⁷), le imprese sotto forma di sponsorizzazioni €159.000.000 -soprattutto nel settore degli

⁵¹ https://mpr.ub.uni-muenchen.de/43661/1/MPRA_paper_43661.pdf, p.10

⁵² Beltrametti L, Domenichini G., "Riflessioni su alcune tendenze in ambito museale: esposizioni permanenti versus mostre temporanee e problematiche finanziarie", in Atti del Convegno Quale museo della fotografia per Roma, Università La Sapienza, Roma 28 novembre 2013, *in corso di pubblicazione*

⁵³ Ragioneria Generale dello Stato, *La spesa delle Amministrazioni Centrali dello Stato*, 2016
http://www.rgs.mef.gov.it/VERSIONE-I/Pubblicazioni/Pubblicazioni_Statistiche/La-spesadelle-amministrazioni-centrali/

⁵⁴ Istat, *Bilanci consuntivi delle amministrazioni comunali*. Roma, 2015
http://www.istat.it/it/files/2015/05/bilanci_comuni_2013.pdf?title=Bilanci+consuntivi+amministrazioni+comunali+-+14%2Fmag%2F2015+-+Testo+integrale.pdf

⁵⁵ Istat, *Bilanci consuntivi delle amministrazioni provinciali*. Roma, 2015
http://www.istat.it/it/files/2015/05/bilanciprovince_2013.pdf?title=Bilanci+consuntivi+amministrazioni+provinciali+-+14%2Fmag%2F2015+-+Testo+integrale.pdf

⁵⁶ Copaff, *I bilanci delle Regioni in sintesi*. Roma, 2014
http://www.mef.gov.it/ministero/commissioni/copaff/documenti/l_bilanci_delle_regioni_in_sintesi_2013.pdf

⁵⁷ ACRI, *Ventesimo Rapporto sulle Fondazioni di Origine Bancaria. Anno 2014*. Roma, 2015

eventi⁵⁸ e come erogazioni liberali €30.998.818 -€24.109.501 nel 2014⁵⁹-. Le persone fisiche e gli enti non commerciali hanno poi effettuato erogazioni liberali per €5.796.866 nel 2013 e €2.802.909 l'anno successivo⁶⁰. Complessivamente, la sfera privata copre circa €464.995.684, circa il 10% del contributo pubblico. Dati aggiornati⁶¹ dicono che il settore culturale è il preferito dalle fondazioni bancarie: esse (tutte quante) hanno infatti erogato €280,1 mln nel 2015 in questa direzione, corrispondente al 29,9% del totale.

A questo proposito occorre segnalare l'introduzione di interessanti novità in materia di defiscalizzazione sia per i soggetti titolari del reddito d'impresa che per le persone fisiche e gli enti non commerciali. Nel 2015 è infatti entrato in vigore il cosiddetto Art Bonus, ovvero il DL. 31 maggio 2014 n. 838. Le agevolazioni – poi rese permanenti con la Legge di Stabilità 2016 - prevedono la detraibilità al 65% delle contribuzioni destinate al sostegno degli istituti e dei luoghi di cultura di appartenenza pubblica, la manutenzione e il restauro di beni culturali pubblici, la realizzazione di nuove strutture e il restauro di quelle esistenti appartenenti a fondazioni lirico-sinfoniche e a enti pubblici che svolgono attività nello spettacolo. Rispetto alla precedente normativa i benefici introdotti in questa occasione riguardano soprattutto le persone fisiche e gli enti non commerciali, per i quali il tetto di detraibilità si alza dal 19 al 65% e, in ambito culturale, le attività di protezione e conservazione. Le imprese infatti già godevano della totale deducibilità delle erogazioni a favore di enti pubblici, fondazioni e associazioni per lo svolgimento dei loro compiti istituzionali e la realizzazione di programmi nei settori dei beni culturali e dello spettacolo.

Secondo i dati presentati dal MiBACT in occasione di un recente convegno tenutosi a Roma⁶², le liberalità effettuate con l'utilizzo dell'Art Bonus, nel 2015, ammontano a €57 mln e provengono da oltre 1400 mecenati a favore di 388 enti culturali, risultando in

⁵⁸ StageUp, *Il futuro della sponsorizzazione. Indagine predittiva 2014*. 2014
<http://www.stageup.com/report/predittiva2014.pdf>

⁵⁹ Circolare MiBACT n. 114 del 22.12.2015

⁶⁰ Circolare MiBACT n. 114 del 22.12.2015 e n. 402 del 19.12.2014

⁶¹ www.acri.it

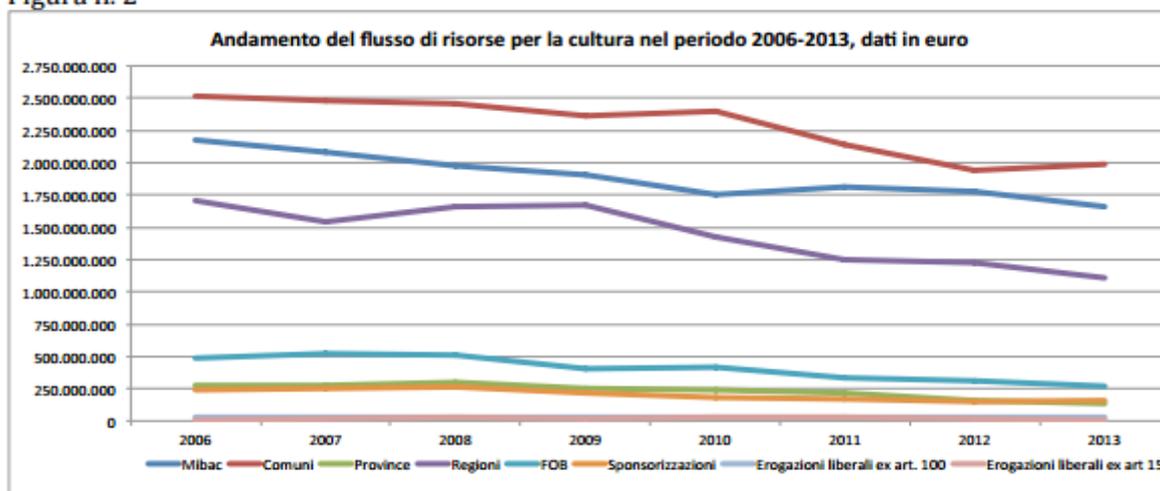
⁶² Convegno dal titolo "Chiamata alle Arti! Mecenatismo ed imprese: un investimento strategico", 2 febbraio 2016, Palazzo Venezia, Roma,

http://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sitoMiBAC/Contenuti/MibacUnif/Comunicati/visualizza_asset.html_1059667292.html

crescita già dalle prime settimane del 2016. Complessivamente, nel periodo compreso tra l'entrata in vigore della normativa e fine gennaio 2016, gli interventi effettuati sono 469 di cui il 74% a favore del restauro di beni culturali pubblici, il 25% a sostegno di istituti e luoghi di cultura e il restante 1% per la realizzazione e il restauro di istituzioni pubbliche dello spettacolo. I soggetti che ne hanno più usufruito sono le persone fisiche, seguite a distanza dalle imprese e dagli enti non commerciali che rappresentano, rispettivamente, il 66%, 24% e 10% dell'insieme dei mecenati (2000 unità). Questi ultimi costituiscono però la categoria che, in media, ha elargito di più, seguiti dalle imprese e dalle persone fisiche con una erogazione media rispettivamente di 111.437, 80.007 e 1.969 euro.

Questi dati consentono un paragone con l'ammontare riscosso tramite erogazioni liberali precedentemente a questa riforma, il quale confronto mostra senza ombra di dubbio un successo dell'iniziativa, maggiori somme riscosse ed una risposta positiva in particolare da parte delle categorie che più ne beneficiano sul piano fiscale. Particolare è la situazione delle imprese, le quali, pur avendo donato complessivamente la cifra maggiore -€37.843.311-, non si discostano significativamente dai valori elargiti in precedenza.

Figura n. 2



Fonte: Ragioneria Generale dello Stato, Istat, Copaff, Acri, StageUp, Circolari MiBACT, anni vari

Figura 11. Andamento del flusso di risorse per la cultura nel periodo 2006-13⁶³

⁶³ Beltrametti, Domenichini (in corso di pubblicazione), p. 9

Domenichini aggiorna poi il grafico proposto qualche anno prima nel suo ultimissimo lavoro e presenta il *crowdfunding*, di cui già si è parlato in precedenza nella sezione dedicata agli USA. Si introducono in questa sede le piattaforme di raccolta fondi, che fungono da intermediario tra donatore e ricevente e possono appartenere a quattro tipologie: *equity-based* laddove il finanziamento consenta l'accesso a partecipazioni azionarie relative al progetto sostenuto; *lending-based* qualora vengano sottoscritti titoli o contratti di debito fra le parti coinvolte; *reward- o donation-based* se a fronte del finanziamento si riceve un premio materiale o meno (primo caso) o nessuna remunerazione (secondo caso). Questi ultimi due modelli sono i più diffusi in ambito culturale considerando che in Italia le piattaforme *reward-based* ospitano progetti culturali per il 57% del totale.

La forza del *crowdfunding* sta nell'efficacia mista alla praticità dei processi, che consentono al singolo di entrare in contatto con una moltitudine di potenziali donatori in tempi ristretti e con costi relativamente contenuti (quasi la totalità delle campagne finanziate -91%- 'vale' meno di €10.000, con la maggior parte dei progetti compresi tra i €3.000 e i €5.000 sulle piattaforme *lending* (46%) mentre su quelle *donation* la maggior parte (48%) non supera €1.000). La spesa è poi generalmente contenuta anche da parte dei finanziatori, che vengono anche spesso coinvolti nelle fasi di progettazione e realizzazione per creare progetti che siano più vicini ai bisogni degli utenti futuri ed aggiungere valore al rapporto tra le parti. Interessante è anche notare come molte delle proposte avanzate da soggetti non trovino un riscontro di interesse adeguato per essere poi messe in atto. Si parla infatti di circa un 30% dei progetti che vanno poi a buon fine, prevalentemente *reward-* e *lending-based*. Essendo pratiche avviate e quasi interamente condotte online, è anche opportuno sottolineare l'importanza non marginale che strumenti come pubblicità in rete e social network hanno nei processi di raccolta fondi, mettendo in secondo piano problematiche che sono presenti in altre occasioni, come quelle di distanze geografiche. Oggi il *crowdfunding* culturale sta riscontrando un buon successo in Italia e nell'ultimo anno si è registrato un aumento delle piattaforme rispetto al 2014, che ora sono il 9,4% del totale; questo dato fa riflettere su come si stia sempre più concretizzando la tendenza dei donatori a contribuire alle cause di loro interesse via web.

Anche Gaetana Trupiano scava a fondo nel settore del finanziamento di arte e cultura, e lo fa in un interessante documento di recente pubblicazione⁶⁴ in cui riporta la tabella sottostante, nella quale si registra il drastico calo delle sovvenzioni da parte del MiBACT già presentato in precedenza ma anche la minore importanza che queste anno sul bilancio statale. L'autrice introduce anche dati relativi al FUS, Fondo Unico per lo Spettacolo, che "sostiene attività di produzione e programmazione negli ambiti di musica, teatro, danza, circo e spettacolo viaggiante"⁶⁵. Vengono messi in luce in particolare i cambiamenti negli anni 2012-2013, probabilmente gli ultimi di cui l'autrice ha potuto trovare dati.

Tab. 1 – Stato di previsione della spesa del MiBACT

<i>Anno</i>	<i>Previsioni MiBACT (milioni)</i>	<i>Bilancio dello Stato (%)</i>	<i>PIL (%)</i>
2000	2.102	0,39	0,18
2001	2.241	0,38	0,18
2002	2.115	0,35	0,16
2003	2.116	0,32	0,16
2004	2.197	0,34	0,16
2005	2.201	0,34	0,15
2006	1.860	0,29	0,13
2007	1.987	0,29	0,13
2008	2.037	0,28	0,13
2009	1.719	0,23	0,11
2010	1.719	0,21	0,11
2011	1.425	0,19	0,11
2012	1.687	0,22	0,11
2013	1.547	0,20	0,10
2014	1.595	0,19	0,10

Fonte: MiBACT, 2014

Figura 12. Stato di previsione della spesa del MiBACT anni 2000-2014⁶⁶

⁶⁴ Trupiano G., a cura di, *La finanza della cultura. La spesa, il finanziamento e la tassazione*. Roma Tre-Press, 2015

⁶⁵ <http://www.spettacolodalvivo.beniculturali.it/index.php/contributi-online>

⁶⁶ <http://www.spettacolodalvivo.beniculturali.it/index.php/contributi-online>

Tab. 2 – Ripartizione dello stanziamento del FUS

	Aliquote di riparto 2013 (%)	Stanziamento 2013 (milioni)	Aliquote di riparto 2012 (%)	Stanziamento 2012 (milioni)	Variazioni 2013/2012 (%)
Fondazioni liriche	47,00	183	47,00	193	-5,44
Attività musicali	14,10	59	14,10	58	-5,44
Attività di danza	2,64	10	2,50	10	-0,15
Attività teatrali	16,04	62	16,04	66	-5,44
Attività circensi	1,40	5	1,54	6	-14,04
Attività cinematografiche	18,59	72	18,59	76	-5,44
Osservatorio spettacolo	0,20	0,1	1,0	1,0	-5,44
TOTALE	100	389	100	411	-5,44

Fonte: Osservatorio dello spettacolo su dati MiBACT

Figura 13. Ripartizione dello stanziamento del FUS⁶⁷

Precisazioni da parte della Trupiano vengono anche in altre aree toccate dalla Domenichini. Si parla ad esempio della distribuzione non omogenea dei fondi culturali nelle regioni italiane; in particolare, la ricercatrice di Roma Tre mette in luce la situazione del Lazio, dove la spesa è alta da parte del ministero visto l'alto tasso di patrimonio presente, e del sud Italia, dove invece non si spende molto a livello statale a favore del patrimonio e delle attività culturali nonostante la spinta dei finanziamenti europei.

Un approfondimento è anche concesso riguardo la filantropia (che in ogni sua forma legale riceve agevolazioni fiscali). Rivolgendosi al 2012, l'autrice parla di €28,5 mln elargiti dalle aziende (in calo dello 0,5% dall'anno precedente) e di €6,8 mln per quanto riguarda i contributi versati da persone fisiche (in picchiata di 37 punti percentuali dal 2011). Nello specifico si è poi registrato che le erogazioni liberali da parte delle aziende sono rivolte per il 43,74% ai beni culturali legati alle arti visive, il 56,26% alle arti performative; grande disparità è poi evidente da zona a zona, con il nord Italia che riscuote il 79,83% delle donazioni, il centro il 16,17% ed il sud solo un misero 3,9%.

Trupiano introduce anche il DL Valore cultura (2013), oltre che il già presentato Art bonus (2014). Valore cultura prevede che le donazioni ≤ €10.000 effettuate nel settore analizzato non comportino oneri amministrativi a carico del privato, siano assicurate al destinatario prescelto e vengano pubblicizzate, così come anche il loro impiego. Sempre in questo contesto la *tax credit* per cinema ed audiovisivo è cresciuta e si è stabilizzata

⁶⁷ <http://www.spettacolodalvivo.beniculturali.it/index.php/contributi-online>

a €110 mln e le performance dal vivo sono state liberalizzate se si registrano al massimo 200 persone nel pubblico. Grande giovamento hanno trovato in questo decreto anche alcuni musei (tra cui il MAXXI di Roma, per cui sono stati stanziati €5 mln) e siti a profondo rischio di deterioramento (per i quali il ministero ha deciso di devolvere €8 mln). Valore cultura ha anche ripristinato alcuni consigli del ministero che sono utili nelle operazioni di *decision making* e che erano stati rimossi a causa della *spending review*.

Un piccolo approfondimento è anche concesso riguardo la Legge di stabilità 2015, la quale ha toccato la cultura nel contesto più generale del settore no profit. Qui gli sgravi relativi alle erogazioni liberali sono stati ridimensionati aumentando da €2.085 a €30.000 l'ammontare massimo per il quale si ha diritto alla decurtazione IRPEF/IRES del 26%. Le imposte riguardanti i ricavi percepiti da fondazioni ed enti non commerciali sono cresciute retroattivamente a partire da inizio 2014 comportando un calo dell'esenzione d'imposta dal 95 al 22,26% sugli utili percepiti. Da notare anche che la possibilità di devolvere il 5x1000 dell'IRPEF a scelta del contribuente prende forma pure nel 2015 e negli anni seguenti con una soglia massima di €500/anno.

Il lavoro di Trupiano prosegue con altri contributi della stessa e del collega Valerio Lo Mauro sull'impatto che i finanziamenti europei hanno avuto e stanno avendo sulla situazione culturale italiana. Si parla in particolare dei fondi strutturali, "strumenti finanziari istituiti e gestiti dalla Commissione Europea, con lo scopo di perseguire la coesione economica e sociale di tutte le Regioni dell'Unione Europea riducendo il divario tra quelle più avanzate e quelle in ritardo di sviluppo"⁶⁸. La UE ha stanziato circa €336 mrd per il periodo 2007-2013 per avvicinare gli stati membri a questo traguardo e all'Italia sono stati concessi in questa occasione €28 mrd, ponendo così il Belpaese al III posto tra gli stati maggiormente sovvenzionati. Di questo ammontare, €812 mln (il 3%) sono andati a toccare la sfera culturale, coprendo spese relative in particolare a tutela e valorizzazione del patrimonio, sviluppo delle infrastrutture e servizi culturali orientati prevalentemente al turismo.

Mi sembrano poi particolarmente interessanti alcune riflessioni che Lo Mauro riporta nel suo scritto, quando egli sottolinea che un finanziamento che si configura come una

⁶⁸ Trupiano (2015), p. 121

mera somma di denaro non basta per creare sviluppo e “più cultura”. L’esperto riconosce infatti che manca in Italia una politica efficiente di valorizzazione del patrimonio, che non riguarderebbe solo gli ammontari di denaro ricevuti ma anche un “coordinamento tra il settore culturale e i settori ad esso collegati a livello nazionale, nel tentativo di uscire dal mero finanziamento al singolo bene culturale, dimenticando il tessuto imprenditoriale e sociale che lo circonda e lo caratterizza”⁶⁹. Lo Mauro porta alcuni esempi emblematici di cattiva gestione culturale (che qui non verranno trattati per sintesi, ma che si trovano comunque ben espliciti nel testo di riferimento) e rivolge la sua attenzione prevalentemente al sud Italia, che appare in ritardo in termini di sviluppo culturale rispetto al resto del Paese ed all’Unione più in generale. Qui infatti si registrano cifre importanti in entrata provenienti dalla UE, che però non vengono spesso utilizzate in modo efficace e nei tempi prefissati; al contrario le regioni del centro-nord sembrano portare avanti pratiche più lodevoli ed efficaci. In generale, tuttavia, l’Italia dimostra di essere capace di produrre progetti efficaci in campo culturale da proporre alla UE per ottenere finanziamenti, molti dei quali approvati e sostenuti⁷⁰.

Per quanto riguarda il sud Italia, il governo italiano e la commissione europea promuovono insieme il programma operativo nazionale “cultura e sviluppo” 2014-2020. Trattasi di una sinergia tra i fondi comunitari (FESR) e nazionali, per un ammontare complessivo di €490,9 mln (rispettivamente 368,2 mln provenienti dai FESR e 122,7 mln dal settore pubblico nazionale), che vede il MiBACT nel ruolo di organo proponente ed autorità di gestione. Il programma si rivolge alle regioni di Basilicata, Calabria, Campania, Puglia e Sicilia ed ha come principale scopo la rivalutazione del territorio attraverso azioni di mantenimento del patrimonio culturale, di rafforzamento del sistema dei servizi turistici e di supporto all’area imprenditoriale collegata al settore. Il programma rientra nell’ambito dell’accordo di partenariato tra il Belpaese e la commissione europea, che prevede azioni concrete per la protezione e lo sviluppo del patrimonio culturale.

In ultimo si segnalano anche alcuni bandi annuali di sovvenzione ad iniziative culturali. Tra i più conosciuti sono Culturability e Funder35: Culturability è finanziato dalla

⁶⁹ Trupiano (2015), p. 137

⁷⁰ Queste azioni di progettualità vengono portate avanti anche per colmare le lacune lasciate dal settore pubblico nazionale, come commenta Lo Mauro

Fondazione Unipolis e stanziava ogni anno €400k per sostenere progetti culturali innovativi che contribuiscano alla riattivazione di spazi abbandonati, mentre Funder35 si rivolge ad organizzazioni culturali no profit composte in prevalenza da U35 che vogliono intensificare il loro operato e divenire più stabili. Funder35 è finanziato da 18 fondazioni private e comprende anche eventi di formazione per le organizzazioni beneficiarie.

2. Giving Circle: un'introduzione

2.1. Contesti mutevoli della partecipazione civica

Alcuni studi recenti⁷¹ dimostrano che dai primi anni Duemila si è notato un nuovo vigore nell'attenzione che gli americani prestano alla propria comunità. Parte di questo rinnovato interesse è probabilmente dovuto al deterioramento della comunità tradizionale e della partecipazione civica cominciati molti decenni fa in seguito a fattori quali le pressioni di tempo e denaro, la suburbanizzazione, il pendolarismo, l'intrattenimento elettronico (specialmente la televisione) ed i cambi generazionali. Si nota anche che la partecipazione alle elezioni nazionali ed a tutto ciò che riguarda la politica è diminuita, così come l'affiatamento attorno alle chiese, alle associazioni di lavoratori, a quelle dei genitori nelle scuole ed alle organizzazioni di volontariato, per non parlare delle "vecchie" associazioni quali Lions e Rotary.

Nonostante questi dati, l'evidente declino nella partecipazione civica potrebbe essere considerato non tanto come una diminuzione nel coinvolgimento, quanto come un cambiamento del modo in cui la gente partecipa alla vita comunitaria e civica. Infatti si nota che, a differenza di quanto accadeva in passato con associazioni di volontariato più datate, i nuovi gruppi si prefiggono obiettivi più ristretti e si relazionano con i (pochi) membri tramite un sistema di mailing list; la posta elettronica serve poi spesso anche per inviare assegni e per comunicare tramite newsletter, e poche realtà in confronto al passato mantengono una alta densità di attività dedicate ai membri, prediligendo un contatto individuale, ristretto e strumentalizzato alla donazione.

Oltre a questo tipo di organizzazioni, si è notato l'emergere negli USA negli ultimi anni anche di altre realtà molto piccole. Si è verificata l'apparizione di gruppi di aiuto reciproco per i membri (gruppi religiosi, di lettura e altri che pare coinvolgano il 40%

⁷¹ Fung, A., *Survey article: Recipes for public spheres: Eight institutional design choices and their consequences*, in *Journal of Political Philosophy*, 11, 2003, pp.338-367; Putnam, R. D., *Bowling alone: The collapse and revival of American community*, New York: Simon & Schuster, 2000

degli americani sopra ai 18 anni d'età⁷²), che sembrano attrarre coloro che non sono stati soddisfatti dalle istituzioni e preferiscono finanziarsi con l'aiuto di persone comuni ed un gruppo più ristretto. Oltretutto, pare che i facenti parte di queste entità abbiano problemi ad ottenere fondi da strutture più classiche e tradizionali, quali la famiglia ed il vicinato, ma anche un forte desiderio d'integrazione nella comunità. Bella infine la considerazione che Wuthnow fa: "il movimento è emerso come un vero sforzo per combattere la frammentazione e l'anonimato nella nostra società"⁷³.

2.2. Vecchia e nuova filantropia in America e l'avvento dei *giving circle*

A partire dall'inizio degli anni 2000, una grande parte degli studiosi di finanza americani (oltre che sociologi e giornalisti) ha riconosciuto che fosse cominciata una nuova era per la filantropia locale. Si è infatti passati da un modello tradizionale in cui il settore era normalmente popolato da istituzioni filantropiche organizzate (utili in un primo periodo anche per razionalizzare e professionalizzare il campo, costituite principalmente da fondazioni e programmi filantropici federati, con un alto tasso di competizione) alla cosiddetta "nuova filantropia", in cui sono essenzialmente i singoli individui a voler partecipare a processi di donazione e volontariato meno convenzionali, ma più mutevoli (nel coprire settori anche molto diversi tra di loro) e coinvolgenti rispetto alle precedenti esperienze, in cui il rapporto interpersonale era passato in secondo piano. Eikenberry⁷⁴ fa anche notare che non si tratta solamente di una tendenza a sé: la nuova filantropia si colloca in un ambiente di grande trasformazione sociale in cui i donatori (provenienti da contesti diversi) cercano nuovi modi di essere coinvolti nelle loro comunità.

⁷² Wuthnow, R., *Sharing the journey: Support groups and America's new quest for community*. New York: Free Press, 1994

⁷³ Wuthnow (1994), p.40.

⁷⁴ Eikenberry, A. M., *Philanthropy and Voluntary Association in the Hollow State: Giving Circles and Challenges for Democracy*. Administration and Society, 2007, pp.857–882

La nuova filantropia si manifesta sotto svariate forme negli USA, una delle quali più interessanti è quella dei *giving circle*. Essi sono strumenti particolarmente duttili e dai contorni non delineati; possono, ad esempio, seguire principi identitari (come nel caso di circoli composti unicamente da persone afro-americane o di sesso femminile) oppure essere improntati all'imprenditorialità, solitamente sempre concependo l'idea di un gruppo di individui che concentrano le proprie risorse per poi decidere insieme dove devolverle. Dalle ricerche che sono state fatte in questo Paese, non è certo quanti circoli siano presenti⁷⁵, ma certamente aiutano i membri ad essere coinvolti nelle comunità, spesso per molto tempo.

Secondo i risultati di interviste che Eikenberry ha condotto per studiare il fenomeno, anche qui come nel Regno Unito (vedi in seguito) i *giving circle* sono considerati differenti rispetto alle altre forme di filantropia in quanto offrono un valore aggiunto alla relazione con i beneficiari. Infatti, non si tratta solamente di circolazione di denaro, ma anche e soprattutto di nuovi volontari, risorse maggiori, nuovi contatti, prestigio ed accesso a nuovi donatori che il rapporto porta con sé. Si può quindi dire che l'enfasi non ruoti solamente attorno ai movimenti di cassa, ma anche all'esperienza umana e di crescita per entrambe le parti.

Il grande punto interrogativo che rimane su questi gruppi riguarda alcune loro altre caratteristiche. In particolare, gli intervistati hanno sottolineato quanto sia stato facile ottenere fondi dai circoli, nonché le loro attitudini di "informalità" e "flessibilità"; da un lato si può dedurre che questi due sostantivi corrispondano a qualità che possono dare un senso "leggero" e familiare alla relazione, ma dall'altro si rischia di instaurare un rapporto di eccessiva confidenza e lascività che porta al decadimento degli obiettivi ed ad una perdita di *focus*. Questo pericolo è evidenziato anche in una conversazione telefonica che Eikenberry riporta nel suo scritto:

"La gente era felice di donare denaro (...) non comportava alcun tipo di sforzo. Non dovevo compilare e firmare alcun tipo di contratto (...) Era come se la gente capisse che il loro denaro stava andando ad una buona causa, ed indipendentemente che si parlasse

⁷⁵ Più di 400 nel 2008 secondo il *Forum of Regional Associations of Grantmakers*, ma sicuramente molte di più oggi vista l'espansione del fenomeno negli ultimi anni, che coinvolge uomini e donne di tutte le età e provenienze

comprare libri, pagare un trainer o contribuire a finanziare un'assicurazione sanitaria (...) la cosa a cui pensavano non era "mi serve una ricevuta per vedere dove vanno esattamente questi soldi" (...) il che era piacevole per me" [professional no profit, intervista telefonica condotta da Eikenberry nel giugno 2006]

Senz'altro la dimensione più personale che si instaura nel rapporto tra circoli e destinatari contribuisce spesso a far pervenire benefici non contemplati dalla relazione tra le parti; esempi di ciò sono nuovi volontari che rimangono anche al di fuori dell'esperienza, maggiori fondi e contributi allo sviluppo, nuovi contatti portano a maggiori risorse, prestigio e futuri benefici dati dal fatto che i membri sono spesso ben collocati nelle comunità d'appartenenza ecc. Questi aspetti pure contraddistinguono i *giving circle* e li rendono unici rispetto agli altri strumenti filantropici.

Dall'altro lato, altri intervistati raccontano come effettivamente tutte le note positive che finora si sono elencate non arrivino facilmente o non siano sempre presenti. In molti casi, i *giving circle* non sono interessati ad essere cercati dai beneficiari una volta che gli obiettivi fissati in partenza si sono raggiunti, andando a creare possibili "buchi" nella strategia finanziaria dei destinatari. A volte anche arrivare ai singoli membri risulta difficile, in quanto i circoli rimangono chiusi a chi è esterno in termini di facilità di contatto, scoraggiando il fiorire di nuove relazioni individuali interpersonali e possibile prosperità futura a favore della compattezza del circolo e della sua maggior forza ed efficacia.

Ancora, la relazione tra le parti può risultare difficoltosa quando si crea un'incongruenza tra ciò di cui l'entità no profit ha bisogno e ciò che i circoli cercano per adempiere a quanto gli obiettivi educativi e di engagement richiedono; a volte questi ultimi rischiano anche di mettere in difficoltà i beneficiari avanzando richieste inadatte al loro status attuale, creando problemi che richiedono tempo per essere risolti ed adattati. Da un punto di vista comportamentale, a volte non risulta chiaro a chi interloquisce con i circoli come ci si debba comportare con loro e soprattutto quale ruolo i professionisti del settore che sono in contatto debbano ricoprire. Ecco un esempio:

"Di solito è molto chiaro quale sia il loro scopo. Il loro scopo è quello di donare denaro in base a determinati criteri prefissati, o valori, o qualcosa (...) Non credo che qualcuno si

stia grattando il capo dicendo “Cosa succederà dopo?” e questo è sotto gli occhi di tutti. Credo che con questi giving circle ci sia un po’ meno chiaro cosa dovremmo fare esattamente”

[*professional no profit, intervista telefonica condotta da Eikenberry nel giugno 2006*⁷⁶]

Questa confusione è data anche dal fatto che i membri spesso stanno ancora cercando di capire quali siano gli obiettivi del proprio circolo ed i processi che vi stanno dietro quando vanno a collaborare con altre entità, dato che questi strumenti sono una novità nel meccanismo filantropico, oltre che spesso appena nati quando avviano partnership. Questi fatti portano a volte a cambiamenti improvvisi in corso d’opera agli obiettivi, a cui le controparti fanno fatica ad adattarsi e che screditano la serietà dei circoli. Purtroppo anche il fatto che i *giving circle* spesso siano presenti solo per cooperare per un progetto specifico, o comunque per poco tempo, fa venir meno tutti quei benefici extra di cui si parlava in precedenza, portando la tipologia della relazione ad un livello pressoché “standard” e simile a quelli degli altri atti filantropici.

2.3. Definizioni e dati

Secondo la definizione data da Eikenberry e Bearman⁷⁷, “a **giving circle** is a form of participatory philanthropy where groups of individuals donate their own money or time to a pooled fund, decide together where to give these away to charity or community projects and, in doing so, seek to increase their awareness of and engagement in the

⁷⁶ Stralcio riportato da Eikenberry (2007), p.25

⁷⁷ Eikenberry, A e Bearman, J, [*The Impact of Giving Together: a snapshot of a study on giving circles' influence on philanthropic & civic behaviors, knowledge & attitudes.*](#) Washington, DC: Forum of Regional Associations of Grantmakers, 2009, p.6.

issues covered by the charity or community project. Many circles, in addition to donating their money, also contribute their time and skills to support local causes”⁷⁸⁷⁹.

Con i primi esempi apparsi negli USA agli inizi degli anni 2000, già nel 2007 si identificavano più di 400 circoli e 12000 donatori⁸⁰, che contribuivano allo sviluppo di organizzazioni di vario tipo, tra cui quelle artistico-culturali. Ad oggi il fenomeno è in continua espansione in Paesi anglosassoni quali il Regno Unito e appunto gli USA, e sta lentamente entrando a far parte del sistema filantropico australiano, come si vedrà in seguito.

Secondo lo studio sopra citato⁸¹, i contribuenti facenti parte dei *giving circle* donano di più ed in maniera mirata rispetto ad altri donatori attivi in contesti filantropici diversi poiché si sentono parte integrante della comunità che beneficerà del loro contributo. L’ammontare delle donazioni è stato verificato come maggiore anche se chi contribuisce fa parte di più circoli o è un membro da lungo tempo.

Essendo i partecipanti individui diversi, essi favoriscono il progredire della causa cui il circolo si rivolge in modi diversi, a seconda delle necessità che ne riscontrano. In generale, Eikenberry e Bearman⁸² hanno verificato che le azioni che i donatori fanno più frequentemente sono: interessarsi alle differenze culturali, donare per più anni consecutivi, contribuire a colmare le spese operative, collaborare con gli altri membri, fare ricerca e proporre spunti per il cambiamento.

Analizzando i dati, le studiose sono anche giunte ad alcune conclusioni (vedi anche Figura 14): i membri dei *giving circle* donano ad un range di organizzazioni più vasto rispetto a quello del control group, ed in particolare si nota una propensione maggiore

⁷⁸ “Un *giving circle* è una forma di filantropia partecipativa in cui gruppi di individui donano il proprio denaro o tempo ad un fondo condiviso, decidono insieme se dare questi in beneficenza o a progetti comunitari e, facendo ciò, cercano di aumentare la loro consapevolezza e coinvolgimento nei problemi affrontati dalla beneficenza o da progetti comunitari. Molti circoli, oltre a donare denaro, devolvono anche il loro tempo e le loro competenze per supportare le cause locali”, p.6

⁷⁹ Per quanto riguarda le donazioni di denaro, esse saranno detraibili fiscalmente secondo gli schemi previsti da ogni singola legislazione per le erogazioni liberali individuali; sia per quanto riguarda gli USA che l’Australia si prevede uno sgravio pari al 100% dell’importo versato

⁸⁰ Bearman, J. E., [More giving together: The Growth and impact of giving circles and shared giving](#). Washington, DC: [Forum of Regional Associations of Grantmakers](#), 2007

⁸¹In questa occasione sono stati coinvolti 341 donatori afferenti a 26 *giving circle* di vario tipo, grandezza ed identità, i quali sono stati confrontati con un control group composto da altrettanti donatori di altra provenienza

⁸² Eikenberry, Bearman (2009)

a sostenere realtà che si occupano di donne e ragazze, minoranze (in particolare etniche), arte e cultura ma anche “altro”, ad esempio cause ambientali ed aiuti internazionali. Al contrario, si registra un interesse molto più sensibile da parte di membri di altri gruppi a donare in favore di realtà religiose e fondi combinati rispetto a quanto si fa solitamente nei *giving circle*.

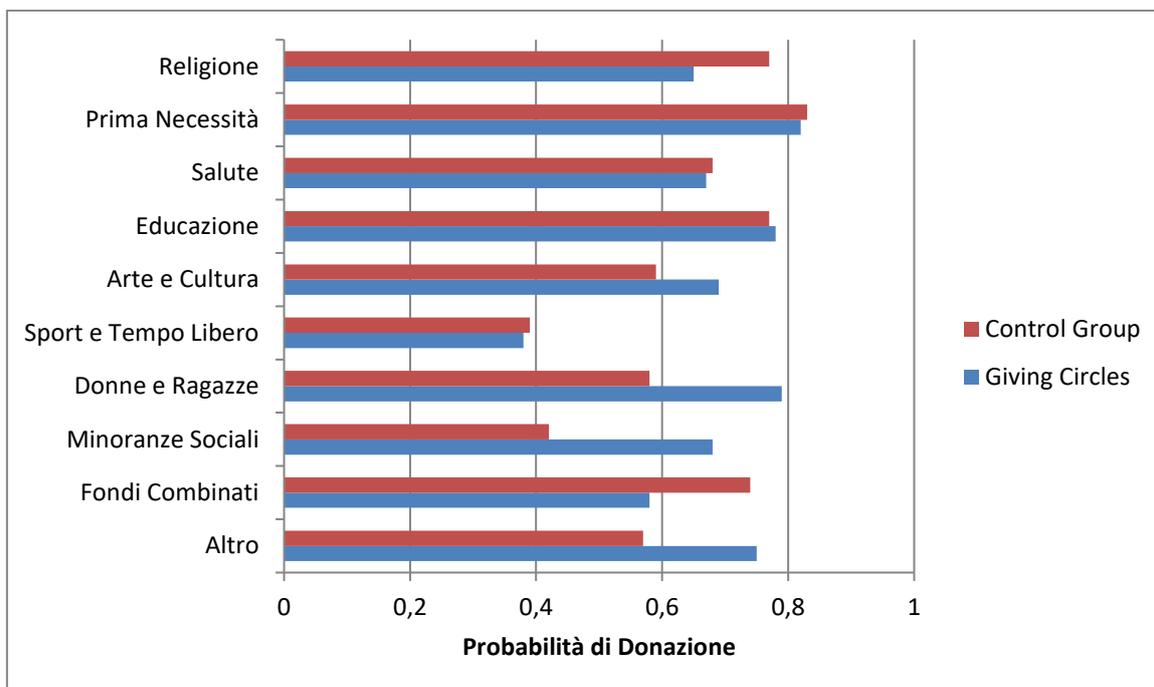


Figura 14. Confronto di donazioni⁸³

Il grado di coinvolgimento che un membro ha nel proprio *giving circle* esprime anche un sentimento di responsabilità civica verso la comunità. Questa sensazione, alla base del concetto di filantropia in ogni tempo, muove in primo luogo il leader del gruppo, che ha avuto l’idea di creare il circolo ed in genere detiene una posizione di rilievo (ad esempio, presidente) con mansioni specifiche che variano di caso in caso. Questa azione è sentita in genere dai membri come finalizzata a contribuire al cambiamento di una situazione che necessita di aiuti in forma di denaro e di azioni di volontariato, e che risulterà anche più efficace rispetto ad una donazione individuale.

Questo lavoro si traduce anche in una conoscenza più approfondita da parte dei donatori riguardo le tematiche legate al pubblico: il confronto tra i diversi membri del circolo dà vita ad interessanti spunti di riflessione riguardo la già menzionata importanza

⁸³ Eikenberry, Bearman (2009), p.11

della filantropia nella società, ma anche il significato del settore no profit a livello locale ed internazionale nell'affrontare cause di rilievo per il benessere comune.

Le due studiose americane hanno verificato che la grandezza del circolo ha un significato che si ripercuote su vari aspetti. In particolare, un gruppo più grande sarà tendenzialmente più organizzato, con i membri che tenderanno a donare di più ed in maniera più strategica; ciononostante, si sono registrati anche trend negativi in presenza di *giving circle* più grandi, quali la minor propensione al volontariato e la minor convinzione da parte dei membri che il proprio contributo sia rilevante per la società. Al contrario, le realtà più piccole sono più inclusive ed incoraggianti per chi ne fa parte, traducendosi esternamente in un coinvolgimento civico più accentuato.

Interessante è anche vedere il rapporto tra i circoli e la politica. Sempre in riferimento alle dimensioni dei gruppi, si è notato che il senso civico dei donatori tende a declinarsi in una convinzione che sia responsabilità dei governi ridurre le differenze di benessere economico tra classi sociali, nonché di assicurare a tutti uno standard di vita sostenibile. Proseguendo nell'analisi dello studio, vengono forniti alcuni accorgimenti per la creazione ed il buon mantenimento di un circolo, in particolare:

1. Investire nel coinvolgere i membri nelle attività e nel mantenerli sul lungo periodo, visto che l'impatto che i circoli hanno cresce proporzionalmente al livello di coinvolgimento dei singoli membri ed alla durata della loro partecipazione e;
2. Considerare come la grandezza di un circolo può influenzarne il suo impatto, tenendo conto anche ciò che è stato detto in precedenza riguardo il comportamento dei membri, la strategia e la responsabilità civica.

Al momento della decisione di avviare un circolo, il leader segue sovente alcuni passaggi per arrivare ad avere un gruppo unito e coeso. È importante sin da subito definire al gruppo gli obiettivi e la struttura del lavoro che si andrà a fare, facendo forza sugli effetti benefici maggiori che il lavorare insieme apporta. Non da dimenticare sono anche gli step di dare un nome al circolo, definire una mission ed una struttura operativa, oltre che una somma finale da raccogliere. Riguardo questo ultimo punto, l'entità delle donazioni varia da realtà a realtà (muovendosi in genere da US\$10 a US\$25.000), ma

spesso si prevede che ogni membro fornisca una cifra (definita insieme in base alle possibilità di chi partecipa e dagli obiettivi) fissa ed uguale per tutti, affinché alcuni individui non surclassino altri, pretendendo più potere nel gruppo.

Dopo aver deciso un'area tematica d'azione, è utile e pratico dividersi in gruppi più piccoli, ove ogni membro abbia uno o più compiti specifici, così da incrementare il coinvolgimento dei singoli. Fondamentale è anche definire i contorni della partnership che si va ad instaurare con gruppi od organizzazioni: essere chiari sull' "area d'azione" del circolo, così come sui termini di contribuzione, è importante per gettare le basi di un lavoro mirato e ben svolto. Durante l'intero processo viene in genere lasciata larga autonomia ai singoli membri, tenendo comunque conto della figura del leader, il quale ha sempre "l'ultima parola" su ogni azione.

Una volta che la "macchina" del circolo è partita, è fondamentale per il gruppo (ed in particolare per il leader) darsi delle scadenze per verificare di tanto in tanto come il lavoro stia procedendo, quali siano i risultati raggiunti e quali obiettivi porsi per il futuro (a breve e lungo termine); importante per determinare l'impatto che il circolo ha avuto sulla comunità e sull'entità partner è anche cercare di avere un feedback da parte di questi ultimi per capire se il modus operandi del gruppo sia proficuo e diligente oppure se debba essere ritoccato.

Si può quindi concludere che tutti i circoli condividono sei caratteristiche salienti che insieme li rendono unici nel panorama filantropico odierno: raccolgono fondi, distribuiscono risorse (denaro, doni, tempo, talento), educano i membri riguardo la filantropia e i problemi delle comunità, hanno dimensione sociale, coinvolgono i membri nel volontariato e di solito sono indipendenti dalle entità che beneficiano del loro aiuto. Sono i donatori, piuttosto che professionisti del settore, a decidere in cosa e come investire. Dalle caratteristiche appena espresse, Eikenberry⁸⁴ identifica tre tipi principali di circolo: i gruppi piccoli (*small groups*), le reti allentate (*loose networks*) e le organizzazioni formali (*formal organisations*), che poi integrerà con altre tipologie meno

⁸⁴ Eikenberry, A. M., *Giving Circles: Growing Grassroots Philanthropy*. Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, 2006, pp.517–532; Eikenberry (2007)

frequenti (vedi più sotto). Seguono le caratteristiche di ognuna delle tre categorie secondo le ricerche della studiosa negli USA.

2.3.1. Gruppi piccoli

I *gruppi piccoli* sono formati da un piccolo numero di persone che raccolgono fondi e poi decide dove devolverli. Questi contributi sono quasi sempre dello stesso valore per i vari componenti e, di solito, rientrano in un range che va dai \$50 ai \$5000, sebbene esistano anche casi in cui la quota è a discrezione del singolo donatore. Dato che il gruppo è piccolo, la leadership e i processi di decisione sono spesso condivisi (secondo i dati raccolti, circa il 30% di questi gruppi usa procedimenti di votazione per quest'ultimo scopo, mentre la restante parte agisce per numero di consensi). I due scopi principali di questa tipologia sembrano essere le attività sociali (interazione, discussioni) ed educative (processo di donazione, visite in loco, incontri con lo staff, diffusione delle informazioni). Interessante è anche dire che circa il 70% dei piccoli gruppi identificati sono affiliati a qualche tipo di istituzione filantropica, ad esempio le fondazioni comunitarie, le quali spesso hanno il ruolo di "agente fiscale" per i circoli, con tanto di staff qualificato per aiutare i membri nella gestione ed amministrazione. Un esempio di questo tipo di gruppi è *Shared Giving* (Durham, North Carolina, USA). Vediamo di cosa si tratta.

Caso-studio: *Shared Giving*

Shared Giving è un piccolo circolo (chiuso in numero) di 16 membri, tutti facenti parte di ERUUF⁸⁵, che si sono riuniti nel 2001 sotto la spinta dei coniugi Marilyn e Don Hartman, i quali decisero di creare un club in cui i benefici legati alla donazione potessero toccare entrambe le parti in gioco. Negli anni precedenti, infatti, i coniugi si erano accorti di dare in beneficenza grandi quantità di denaro, seppure in modo molto frazionato e spesso senza sapere molto dei beneficiari, chiedendosi se questo modo di agire facesse veramente la differenza per chi riceveva, oltre spesso a non vedere gli

⁸⁵ *Eno River Unitarian Universalist Fellowship*, una comunità religiosa che riprende molti dei precetti del Buddhismo e affronta problemi della società con i praticanti, ora "agente fiscale" di Shared Giving. La sede è a Durham, North Carolina. <http://www.eruuf.org/>

effetti perché contribuivano allo sviluppo di organizzazioni lontane spazialmente dal loro domicilio.

Decisero allora di formare *Shared Giving*, annunciandolo sul periodico di ERUUF e chiedendo ad alcuni amici di parteciparvi. I membri sono per lo più attivisti religiosi e nella comunità, essenzialmente di mezza età, bianchi (in linea con la media dei partecipanti ad ERUUF), con formazione universitaria alle spalle, ben informati e con disponibilità economica. Ognuno di essi dona almeno \$500 all'anno (il valore depositato da ogni membro è confidenziale con il tesoriere), rimanendo nel circolo per almeno tre anni. Ci sono voluti alcuni incontri per decidere insieme su cosa puntare il focus e come farlo, creando un *mission statement* e dimostrando ancora una volta come sia difficile spesso mettere d'accordo molte persone diverse; è stato infine deciso di dedicarsi ai problemi di giustizia sociale, donando alle piccole organizzazioni locali.

Particolare è anche stato il processo di *decision making* per le decisioni successive, che ha seguito il precetto unitario di "unirsi ad una ricerca costante della verità ed onorare le opinioni degli altri". A questo proposito, ad ogni incontro qualcuno si offre di condurre l'evento cercando il luogo, occupandosi dell'agenda e coordinando l'incontro. Il gruppo non ha regole rigide per decidere cosa finanziare, ed in genere i membri presentano organizzazioni e progetti da poter incentivare nei meeting, c'è una discussione ed una votazione (dove il peso di ogni voto individuale è uguale). Notata la difficoltà di soddisfare tutti i membri e coordinarsi con la *mission* del gruppo, pare che il lato che importi più di ogni altro i componenti sia quello sociale. Questo si manifesta nell'importanza che è stata descritta nelle interviste per il processo di discussione delle tematiche, apparentemente più significativo rispetto a dove il denaro vada effettivamente. A volte forse anche esagerato e poco adeguato, secondo le parole di un membro:

"In realtà io vado agli incontri solo per gli incontri. Mangiamo per la maggior parte del tempo, poi parliamo e ridiamo, sbrighiamo qualche faccenda e finisce lì." [membro di *Shared Giving*, intervista personale condotta da Eikenberry nel maggio 2004⁸⁶]

⁸⁶ Stralcio tratto da Eikenberry (2006), p.18

Il gruppo ha firmato il primo assegno nel 2002. Da allora hanno donato tra i \$1000 ed i \$5000, di solito per programmi o progetti specifici (ad un centro per la prevenzione della violenza familiare, ad organizzazioni che si occupano del benessere della comunità ispanica, progetti per l'aiuto di persone affette da malattie mentali ed altri ancora).

2.3.2. Reti allentate

Le *reti allentate* sono costituite da un gruppo centrale che porta avanti l'organizzazione, la pianificazione e prende le decisioni filantropiche, e poi da individui, i quali possono o meno essere considerati membri, che partecipano occasionalmente alla beneficenza, qualora siano interessati agli eventi proposti; questi ultimi tipicamente presentano raccomandazioni al circolo, ma difficilmente partecipano alle decisioni. Molto raramente questi gruppi sono affiliati con un'organizzazione e non hanno mai uno staff di supporto per essere sostenuti nei rapporti esterni; essi sono anche molto flessibili e risultano avere spese generali particolarmente basse, date anche da una burocrazia portata al minimo. Non c'è un minimo valore di denaro da devolvere per partecipare a questi circoli, i quali hanno anche la peculiarità di essere quasi nella totalità composti da donne, spesso mosse dal voler "fare qualcosa di buono" nelle loro vite impegnate. Un esempio di rete allentata è *Womenade*, presente in più di quaranta comunità statunitensi.

Caso-studio: *Womenade*

Il movimento è nato a Washington DC nel 2001, quando la dottoressa Amy Kossoff decise di indire una cena in cui si chiedeva ai partecipanti di donare \$35 per aiutare i pazienti del medico sia in termini di cure che di aiuti primari (denaro per pagare l'affitto e le bollette). Circa 100 donne arrivarono a cena, raccogliendo la somma di \$3000. Un anno e mezzo dopo la rivista *Real Simple* pubblicò la storia di *Womenade*, includendo una sezione su come iniziarne uno ("*How to start a Womenade*").

Leggendo l'articolo, un gruppo di donne di una piccola città del *Mid-West* decise subito (2002) di fondare un proprio *Womenade*. Raggruppando amici ed amici degli amici, si contano oggi circa 140 partecipanti al gruppo, il quale è formato da un *board* di 5 membri che pianifica gli eventi e prende le decisioni su come spendere il denaro, e dalle

altre partecipanti, che come appuntato qui sopra hanno un potere molto minore rispetto ai 5 “ufficiali” e partecipano a discrezione agli appuntamenti, occasionalmente portando persone nuove con loro. La partecipazione in genere va dai 60 agli 80 elementi per occasione, con 4 eventi all’anno (3 cene –cui a volte partecipano anche *professional* del *fundraising* in qualità di *speaker*- ed una vendita di beneficenza). Per quanto riguarda il denaro raccolto, questo è depositato in un conto corrente; *Womenade* è considerato come un gruppo no profit secondo il regime del North Carolina, ma non è esentasse a livello federale; per questo motivo, non donando la maggior parte dei membri più di \$75 all’anno, essi accettano di non farne menzione al momento della dichiarazione dei redditi.

Si sono verificati problemi nel trovare organizzazioni no profit locali che fungessero da partner di collegamento coi beneficiari (con cui il circolo non è in contatto diretto –a differenza del modello-) poiché queste ultime pensavano che *Womenade* chiedesse denaro ed aiuti, invece di fornirne, non avendo avuto esperienze analoghe in passato. Ad oggi il circolo ha provveduto al miglioramento della condizione delle persone svantaggiate tramite i contatti di chiese ed altre organizzazioni (le quali tuttavia rimangono estranee ai connotati dei doni), pagando per cene del Ringraziamento, bollette, *gift card*, mobilio, regali e altro.

Un aspetto considerato importante dai membri di questo circolo è il fatto di dar potere alle donne, le quali si sentono molto appagate da quello che fanno. Esse provengono da svariati contesti sociali, e generalmente hanno tra i 30 ed i 60 anni e sono bianche. Molte sono anche nuove alla filantropia ed ai suoi meccanismi. Le partecipanti a questo *Womenade* vedono la struttura del gruppo come una realtà facile di cui far parte, dove le donne impegnate che non hanno tempo per fare volontariato possono comunque fare qualcosa che fa la differenza nella propria comunità di appartenenza.

2.3.3. Organizzazioni formali

Questo tipo di *giving circle* è più formale nella struttura e nei processi decisionali, nonché molto simile ad un’organizzazione di volontariato tradizionale (anche per quanto riguarda la burocrazia, di gran lunga maggiore rispetto agli altri due tipi di *giving*

circle presentati), con tanto di board/gruppo direttivo e consiglio d'amministrazione, cui si affiancano staff competente ed i membri (84 in media per gruppo). Un interesse che si è riscontrato come comune nei vari casi che sono stati analizzati nello studio è stato quello di allargare l'organizzazione il più possibile, per creare un servizio migliore, competitivo e d'interesse. Questi circoli sono quindi più grandi rispetto alle altre tipologie fin qui analizzate ed il costo di partecipazione tende ad essere più elevato (\geq \$5000), precludendo la possibilità di entrarvi a far parte per gli individui con possibilità economiche non spiccate.

Il processo di *decision making* per la concessione di sovvenzioni coinvolge il consiglio o dei team d'investimento che formulano le decisioni, le quali vengono poi approvate dagli stessi o sottoposte al parere dei membri tutti (nel caso della seconda ipotesi, spesso il passaggio si tratta di una pura formalità). Le due attività principali che importano ai vertici di questi circoli sono il coinvolgimento con le organizzazioni no profit vere e proprie (circa metà dei circoli presi in esame offrono ai propri membri la possibilità di collaborare con questi partner, in particolare mettendo a disposizione la loro esperienza collaudata a livello amministrativo più che mediante un servizio diretto) e l'educazione (tramite programmi mirati, ospitate di esperti, workshop ed altre attività che veicolano educazione alla filantropia ed ai problemi sociali). Un caso-studio interessante per la tipologia può essere l'*Omaha Venture Group*, con sede in Nebraska, dove Eikenberry lavora.

Caso-studio: Omaha Venture Group

L'*Omaha Venture Group* è nato nel 2002 ad Omaha, Nebraska, USA, dall'idea di una giovane filantropa, attiva nella fondazione di famiglia ed in una sua propria. Questa ragazza ha creato OVG secondo il modello del *Chicago Young Leader's Fund*, mirando ad attrarre giovani professionisti per investire \$400 all'anno (\$300 in beneficenza e \$100 in spese amministrative) e sostenere organizzazioni no profit; c'è anche la possibilità per chi lo vuole di accedere al circolo in veste di "membro affiliato" al costo di \$100, non partecipando però alle attività di volontariato. Nel primo anno i membri a pieno titolo sono stati 30, di età tra i 25 ed i 40 anni, in genere bianchi, con esperienza nei settori *business*, no profit e governativo.

Come in altre organizzazioni formali, il processo di *decision making* ha una struttura molto precisa. Ogni anno, dopo un incontro iniziale di orientamento, i membri che svolgono volontariato si dividono in tre gruppi (arte e cultura, giovani ed educazione, sviluppo del vicinato) ed ognuno cerca le proprie opportunità di finanziamento. Questo si manifesta quindi secondo forme diverse: il gruppo “arte e cultura” durante il primo anno di attività ha pubblicizzato una richiesta per proposte di finanziamenti, selezionato le più interessanti, effettuato visite in loco, votato le più appetibili e solo in seguito avanzato questi nomi al circolo intero per verificare i pareri dell’intero gruppo; il gruppo “sviluppo del vicinato” ha invece cercato associazioni locali, condotto una visita in loco e poi lavorato con queste associazioni per creare proposte che potessero risultare interessanti per l’intero circolo.

Il tutto viene esposto ad un *funding day*, in cui ognuno dei tre gruppi presenta le sue proposte al resto del circolo, caldeggiando i finanziamenti. I membri vanno poi alle votazioni, in cui ognuno propone anche una cifra da devolvere a ciascun progetto. Questo passaggio è molto delicato e a volte problematico; per evitare lunghe discussioni e perdite di tempo, già dal primo anno a questo proposito è stato istituito un comitato apposito per la regolazione dei finanziamenti. Anche in questo circolo, come solito per le organizzazioni formali, è data grande importanza alle questioni sociali ed educative, anche tramite svariati eventi che prendono forma ogni anno.

2.3.4. Conclusioni sui tre tipi principali di Circle

Eikenberry propone alcuni parametri di confronto tra le tipologie in uno dei suoi scritti⁸⁷, argomentando anche come i diversi tipi di circoli intacchino situazioni sociali differenti. I membri delle organizzazioni formali tendono ad informarsi sui problemi di una data area d’interesse, verificando chi sta facendo cosa e cercando di “riempire i buchi” che vengono lasciati in termini finanziari; essi sfruttano le loro vaste possibilità. I partecipanti ai gruppi piccoli sono pure interessati al proprio apprendimento, anche se passano meno tempo ad informarsi sui problemi e gli attori, focalizzandosi prevalentemente sulle organizzazioni che si propongono loro, facendo meno attenzione alle problematiche. Le

⁸⁷ Eikenberry, A. M., *Philanthropy, Voluntary Association and Governance beyond the State*, Administration and Society, 2008

reti allentate puntano invece principalmente ad aiutare singoli individui, non curandosi tanto di problemi o organizzazioni quanto di storie che sentono e a cui vogliono contribuire. Per esemplificare queste differenze si riporta anche uno schema che l'autrice propone nello stesso testo⁸⁸, oltre che una tabella in cui si possono osservare nella loro totalità le caratteristiche dei tre gruppi⁸⁹.

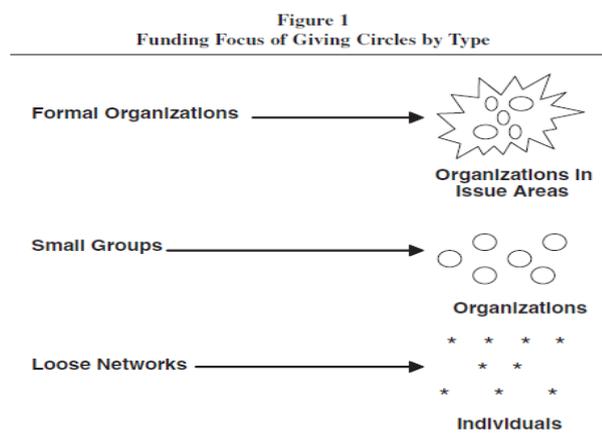


Figura 15. Focus erogativo dei giving circle secondo il tipo⁹⁰

⁸⁸ Eikenberry (2007), p.874

⁸⁹ Eikenberry (2007), p.863

⁹⁰ Eikenberry (2007), p.863

Table 1
Three Types of Giving Circles (GCs) and Their Key Characteristics

Type/Category	Small Groups (41 identified)	Loose Networks (49 identified)	Formal Organizations (86 identified)
Number of members	5 to 25 people, average 13 people per group	2 to 140 people, number fluctuates	5 to 500 people, average 84 people per group
Gender	Half women only; half mixed gender	Mostly women	Mostly mixed gender
Member fee per year	Range \$50 to \$5,000 or discretionary	None, discretionary	Approximately \$250 to \$5,500
Organization structure	Shared leadership, closed membership (few with staff support)	Informal network, people come in and out with core group leading (volunteers only)	Formal (many with staff support), committees, focus on growth
Grant decision making	All participate, consensus	Board or lead group decide, consensus	Committee decide (in some, members vote)
Major activities	Social and educational	Social and fundraising	Educational and volunteer engagement
Affiliation	Community foundation or other organization serves as fiscal agent and/or provides staff support	National affiliation to headquarters or part of movement	Affiliated with community foundation, other organization, or independent 501(c)(3)
Primary fundees	Small, local nonprofits members hear about	Individuals in need or doing good work	Smaller, innovative nonprofit and public organizations with established track record and strong leadership

Figura 16. Tre tipi di giving circle e le loro caratteristiche principali⁹¹

2.3.5. Altre forme di circle e la situazione tra Regno Unito ed Irlanda

Eikenberry ha poi esplorato più a fondo e più recentemente il terreno dei *giving circle* ed ha “aggiornato” l’elenco delle tipologie insieme alla collega Breeze⁹² nel Regno Unito ed in Irlanda. Oltre a fare ciò, ha anche rimarcato una certa differenza tra la natura dei GC in America e nel Regno Unito. In particolare, la ricercatrice nota che, mentre negli USA i circoli sono sempre o quasi indipendenti rispetto ad altre organizzazioni, questo non succede in UK ed Irlanda, dove invece essi per più della metà dei casi sono collegati ad un’entità che aiuta e cura lo svolgimento dei processi manageriali. I gruppi che le studiose hanno riscontrato esistere nel Vecchio Continente sono:

- ✓ Gruppi guidati, network di circoli con un numero ristretto di membri per ognuno, che sono interessati a formare giovani professionisti che educino i filantropi del futuro a donare in modo saggio e consapevole. In genere la formazione è fatta

⁹¹ Eikenberry (2007), p.863

⁹² Eikenberry, A., Breeze, B., *Growing philanthropy through collaboration: the landscape of giving circles in the United Kingdom and Ireland*, Policy Press, 2015

da esperti di età maggiore a quella dei candidati e questo modello sembra presente solamente nel Regno Unito;

- ✓ Gruppi di “Live crowdfunding” (LCF), come i precedenti molto comuni in UK e molto meno in USA. Questi gruppi supportano organizzazioni attive nella beneficenza, le quali avanzano proposte ai circoli che poi vengono presentate in un evento “auction-like”;
- ✓ Gruppi ospitati, *giving circle* gestiti dalle organizzazioni che li ospitano, tipicamente enti di beneficenza o fondazioni attive nelle comunità. L’ospitante ha quindi un ruolo molto importante in questo caso e gestisce il denaro ricavato, fa pervenire supporto qualificato ai circoli ed a volte ha anche una voce prominente nella scelta dei progetti o dei beneficiari dei fondi. Secondo lo studio, questi circoli sembrano essere più diligenti e responsabili rispetto a quelli delle altre categorie;
- ✓ Gruppi indipendenti, in cui i membri (spesso pochi) tendono a donare cifre modeste ed i processi decisionali e manageriali tendono ad essere informali. Come detto in precedenza, i gruppi indipendenti sono predominanti negli USA, mentre sono presenti in misura molto minore in Europa;
- ✓ Gruppi ibridi, che vedono caratteristiche dei precedenti mischiarsi in vario modo.

In quest’altro scritto l’autrice esplicita diversi punti di somiglianza e differenza tra la situazione americana e quella britannica (sintetizzati nella tabella sottostante⁹³). Come già accennato, la maggioranza dei circoli inglesi ed irlandesi sembra esser parte di un network centralizzato o struttura organizzativa di qualche genere, contrariamente a quanto accade negli *States*, dove una simile struttura *top-down* sembra non funzionare nella promozione dei circoli. Anche la composizione dei gruppi è diversa: in UK infatti sembrano esserci (nella percentuale sul totale) meno circoli formati da donne o caratterizzati da una componente etnica o identitaria.

⁹³ Eikenberry, Breeze (2015), p. 16

Table 3: Giving circles in the UK and Ireland compared with the US

Aspect being compared	What is similar to the US?	What is distinctive in the UK and Ireland?
Structure	Variety of types, including some that are focused on specific demographic groups	Presence of mentoring, LCF and broker groups
Why formed	Initiated by someone who heard about or had an idea themselves Seen as an alternative to 'mainstream' philanthropy Part of a focus on developing philanthropy Importance of networking/ socialising To support host organisation	Several groups encouraged and organised by staff of central organisation Focus on 'normalising' giving in a context that lacks widespread cultural affirmation for philanthropy Pursuit of solidarity and social change
Key activities	Giving money (and time) Various decision-making processes Education, meetings and events	Generally appears to be less emphasis put on due diligence and instead reliance on trust in fellow members and beneficiaries More staff driven Less formal educational programming
Characteristics of members/participants	Mixture, including young and other professionals	Fewer race/ethnicity-, women- or other identity-based groups as a percentage of total groups
Why people join	To be around like-minded people, have purposeful discussions, learn and engage more deeply with an issue or organisation See more closely the impact of giving, because it is easier and more fun than other methods	To 'come out' as a person of wealth and/or a philanthropist To practise being generous in a supportive setting, more pronounced

Figura 17. Confronto tra i giving circle britannici ed irlandesi e quelli statunitensi⁹⁴

Proseguendo nell'indagine, Eikenberry e la collega Breeze passano ad analizzare le voci di chi ha preso direttamente parte nei processi filantropici, sia dalla parte dei membri dei circoli che da quella dei beneficiari. Le interviste hanno toccato più di 80 persone in totale, e dalla loro analisi si è potuto desumere quanto segue.

2.3.5.1. L'impatto sui membri

Per quanto riguarda l'indagine sui membri dei *circle*, le domande fondamentali che la ricercatrice statunitense ha e si è posta sono state essenzialmente due:

- La partecipazione ad un gruppo di donatori ha influenzato il comportamento dei membri in relazione all'atto di donare, al volontariato ed al senso civico?;

⁹⁴ Eikenberry, Breeze (2015), p. 17

- La partecipazione ad un gruppo di donatori ha influenzato la conoscenza, le attitudini o le convinzioni riguardo l'atto di donare, il volontariato, la beneficenza, le aree civiche ed il benessere?

Come in altri stati, i membri dei circoli britannici spesso ricercano i possibili beneficiari e prendono decisioni coordinate sull'utilizzo delle risorse. Dallo studio è emerso che i circoli stanno avendo un impatto positivo sui propri membri per quanto riguarda le donazioni, l'apprendimento e lo sviluppo in relazione al donare ed alla beneficenza. I gruppi hanno avuto un impatto decisivo, anche se meno marcato, sul volontariato, il benessere ed il coinvolgimento civico dei donatori; si è poi registrato un impatto positivo trascurabile sul coinvolgimento politico degli stessi soggetti. Il grado di influenza di questi dati sembra essere in stretta relazione con la durata della partecipazione dei membri ai circoli, il numero dei gruppi, il volontariato ed il numero di ore passate a svolgerlo come parte del gruppo, il modello del *circle*.

Riguardo l'influenza sul comportamento dei membri (anche tenendo conto di un control group formato da singoli donatori o gruppi estranei ai *circle*, che ha funzionato da benchmark per il confronto dei dati⁹⁵) i risultati mostrano che i partecipanti agli strumenti che si stanno analizzando:

- Hanno aumentato la loro propensione a donare in seguito all'esperienza di gruppo. Questo dato è forse il più significativo di tutta la ricerca, con circa il 77% degli intervistati (4 su 5) che confermano la loro maggiore inclinazione a devolvere il loro tempo o denaro a favore di cause benefiche ogni anno. Come già discusso nell'introduzione generale all'argomento, anche in questo caso i membri dei circoli dimostrano di donare molto di più rispetto a quanto si fa nel gruppo antagonista (più del doppio, £235 vs £114 su base mensile);
- Hanno aumentato il numero di organizzazioni che supportano in seguito all'esperienza di gruppo e collaborano con un numero maggiore di entità rispetto a quanto non facciano i membri del gruppo antagonista;

⁹⁵ Il numero dei partecipanti al sondaggio non è stato uguale per le due "parti": si sono infatti intervistati 201 membri provenienti dai circoli (56% del totale) e 158 provenienti dal *control group* (44%).

- Sono più inclini a donare per cause vicine alle donne, alle minoranze sociali ed a favore della cittadinanza e dello sviluppo comunitario rispetto al control group;
- Tendono ad usare una strategia mirata a differenza degli altri intervistati, la quale si esprime principalmente con la verifica della performance dell'organizzazione candidata a ricevere benefici dal circolo, in termini di efficienza e tramite l'utilizzo di dati che provino anche il perseguimento della mission e degli obiettivi prefissati;
- Hanno aumentato la quantità di tempo speso nel fare e progettare azioni di volontariato, contribuendo allo sviluppo di 1,95 organizzazioni nel periodo agosto 2014- agosto 2015 contro l'1,48 del control group;
- Risultano più inclini degli altri a dire che si sono spesi a favore di cause vicine alla povertà, ai problemi dei senzatetto ed alla provvigione di beni di prima necessità;
- Hanno aumentato i propri network sociali e professionali, le loro capacità di leadership e la partecipazione nel coinvolgere la comunità nella risoluzione di problemi interni.

Riguardo invece la conoscenza, le attitudini o le convinzioni riguardo l'atto di donare, il volontariato, la beneficenza, le aree civiche ed il benessere, i risultati mostrano che i membri dei *giving circle*:

- Hanno approfondito cosa sia la beneficenza, come le organizzazioni operino e come si possa valutare il loro operato, oltre che i programmi attivi in quest'area. I partecipanti si sentono ora effettivamente più consci riguardo i problemi e le sfide che gli enti benefici affrontano di giorno in giorno;
- Hanno mantenuto un'inclinazione a donare e fare volontariato maggiore e per maggior tempo (in relazione diretta alla permanenza nel circolo) rispetto al gruppo antagonista;
- Hanno espresso come ragione primaria del loro operato "perché mi fa sentire bene", in contrasto con quanto risposto principalmente dal control group

(“perché in passato io stesso, un parente o un amico ha beneficiato o potrebbe beneficiare in futuro di questo rapporto instaurato con la donazione”);

- Sentono il loro senso di benessere aumentato;
- Forti di numeri e risultati, sono più propensi rispetto agli antagonisti ad ammettere che hanno un’influenza sulle politiche pubbliche e che possono aiutare nella risoluzione di problemi comunitari.

Come già in parte visto, chi partecipa ai circoli ha provenienza variegata e spesso individui con caratteristiche simili tendono a far parte di uno stesso gruppo; essi fanno anche particolare piglio ai più giovani ed alle donne, che in altre tipologie di filantropia tendono ad essere meno presenti, oltre che ad una serie di gruppi identitari e sociali. La grossa differenza con altri meccanismi di donazione sembrerebbe essere nella dimensione personale che il circolo va a toccare: il coinvolgimento in cause d’interesse comune, anche tramite l’apprendimento e l’implementazione di strategie mirate, è ciò che lega profondamente i membri al circolo, in cui arrivano a donare anche coloro che hanno possibilità economiche non spiccate.

2.3.5.2. L’esperienza dei beneficiari

Rivolgendo l’attenzione alle organizzazioni che hanno beneficiato dell’aiuto dei circoli, Eikenberry si è posta principalmente tre domande:

- Quali caratteristiche dei beneficiari hanno richiamato l’attenzione dei *giving circle* britannici?;
- Come i beneficiari che hanno lavorato coi circoli hanno vissuto l’esperienza (benefici, sfide, rapporto con altri strumenti di sviluppo e *fundraising*)?;
- Quali sono i consigli che i beneficiari danno per migliorare il rapporto coi circoli?

Da quanto scoperto tramite le interviste fatte a 21 rappresentanti delle organizzazioni, pare che i *giving circle* siano particolarmente propensi a supportare entità che:

- ✓ Utilizzano il denaro a disposizione per produrre prodotti di adeguato valore;

- ✓ Sono piccole e/o di recente creazione;
- ✓ Sono capaci di connettere i membri dei circoli direttamente con il proprio operato e rendere quest'ultimo accessibile e facile da comprendere;
- ✓ Condividono valori simili a quelli del circolo, dei suoi membri e trovano riscontro nei loro interessi;
- ✓ Sono innovative, progressiste e/o aperte, reattive, flessibili e coinvolgenti;
- ✓ (meno frequente) esprimono in maniera molto chiara ciò di cui hanno bisogno e hanno prove di aver fatto un buon lavoro in passato.

Dall'analisi sono anche scaturite opinioni riguardo i benefici e le sfide che le organizzazioni affrontano attraverso il contatto coi circoli. I benefici sono:

- ✚ Denaro. Si registra che dal 2002 al 2015 l'apporto monetario che i circoli hanno fornito a migliaia di organizzazioni e progetti nel Regno Unito si aggira attorno ai £25 mln;
- ✚ Aiuto *pro bono*;
- ✚ Nuove connessioni, anche a livello umano e sociale;
- ✚ Dialogo con i membri dei circoli, che ha portato con sé l'apprendimento di nuovi concetti e competenze da entrambi i lati;
- ✚ Supporto morale.

Le sfide invece sono state:

- (a volte) l'ingenuità o le aspettative irrealistiche dei membri dei *circle*;
- (a volte) la mancanza di capacità o tempo adeguati all'organizzazione per lavorare ed essere a disposizione dei membri dei circoli, incluso il fatto di gestire i volontari;
- Il collocare i circoli all'interno di "normali" operazioni di *fundraising*;
- Il riuscire a stabilire buone connessioni coi membri;

- L'averne ed il rendicontare il denaro ricevuto dai circoli;
- L'occasionale mancanza di comunicazione e trasparenza da parte dei *circle*.

Nel confronto tra i *giving circle* ed altre forme di *fundraising*, alcuni beneficiari hanno notato che non c'è una grossa differenza in quanto si tratta sempre di "relazioni". In ogni caso, alcuni hanno visto che lo scambio con i circoli è stato più veloce rispetto ad altri contatti avuti in precedenza, oltre che più sentito da parte dei membri, che sono risultati più coinvolti; quest'ultimo aspetto può avere una duplice interpretazione, offrendo nuove opportunità per entrambe le parti, ma anche portando con sé attitudini dei donatori particolarmente restrittive o puntigliose riguardo le modalità della collaborazione, che possono essere una sfida per una buona riuscita di quest'ultima.

Ai beneficiari è stato anche chiesto quali consigli darebbero sia ai *giving circle* che ai possibili futuri beneficiari. Per i primi è stata espressa la necessità di maggiore chiarezza e trasparenza nella comunicazione, oltre che una maggiore fiducia da dare alle limitazioni di tempo e risorse delle organizzazioni, cercando di mantenere il rapporto vivo più a lungo di un anno. Per quanto invece riguarda i futuri beneficiari, i consigli vertono principalmente sul fatto di pensare attentamente al progetto da proporre ai *circle* ed essere molto chiari e specifici sugli obiettivi da perseguire; si è poi parlato di prendere un forte ruolo di leadership, oltre che di verificare la congruenza con i circoli prima di devolvere tempo e risorse.

Questa ricerca getta quindi luce sia sui benefici che sulle tensioni e sfide che vengono a galla quando i donatori sono più coinvolti (e restrittivi) nel loro supporto. Da un lato il maggior coinvolgimento può portare a molti benefici (ad esempio favorire l'apprendimento e la scoperta da ambo le parti, aumentare il supporto dei donatori e cambiare la loro prospettiva sulla beneficenza) ma dall'altro può far scaturire pretese da parte dei membri sulle organizzazioni, in particolare in riferimento a tempo e risorse. Senz'altro le migliori esperienze per gli enti che hanno lavorato con i circoli sono state quelle in cui il supporto è stato essenzialmente relativo alla grandezza dell'organizzazione o progetto e si è ben amalgamato con i piani strategici, senza essere restrittivo ma accompagnato da altri benefici, quali supporto addizionale, connessioni, dialogo, apprendimento e interazioni positive.

2.3.6. Esperienze australiane

Alexandra Williamson, ricercatrice presso la Queensland University of Technology (Brisbane, QLD, Australia) ha analizzato molto recentemente la situazione australiana dei circoli ed ammette che essi sono ancora “very young and still evolving”⁹⁶. Da uno studio che ha condotto essi appaiono tuttavia molto flessibili ad adattarsi alle necessità delle comunità che li ospitano. Questi gruppi hanno poi aspetto completamente informale e la presenza agli incontri organizzati non è di solito obbligatoria. Come in altre nazioni, anche qui si dà la precedenza ad un aspetto educativo della filantropia ed ad un senso di inclusione che toglie quell’alone di elitarismo che vorrebbe solo i più ricchi nelle operazioni di dono.

Nel 2014 Gibbs⁹⁷ ha individuato sedici circoli presenti in Australia: il gruppo *Impact100* (SA, WA, Melbourne, Freemantle, YoungImpact100), *100 Women*, *Women and Change*, *10x10 Melbourne and Sydney*, *Melbourne Women’s Fund*, *The Funding Network*, *Kids in Philanthropy*, *The Awesome Foundation*, *First Seeds Fund*, *SVP Melbourne*, *Australian Red Cross Tiffany Circle*, *YWCA NSW Giving Circle*. In base a questi nomi è interessante vedere come alcuni “modelli” internazionali sono stati importati nel Paese; esempi di ciò sono i gruppi *Impact100*, di derivazione statunitense. Questo modello prevede la presenza di cento persone per gruppo, le quali donano ciascuna A\$1000 e raccolgono questi fondi per donarli ad un’organizzazione no profit locale (una volta l’anno). Partito da Perth e poi approdato a Melbourne, il progetto non ha accordi formali con l’originale americano, dal quale si distanzia anche per il fatto di essere composto da persone di entrambi i sessi, contrariamente a quanto accade in USA, dove le donne costituiscono la totalità dei partecipanti.

Ancora, alcune considerazioni vengono fatte da Williamson⁹⁸ riguardo la partnership tra i circoli e le organizzazioni no profit. Come si è accennato, i circoli possono rimanere completamente indipendenti dai beneficiari oppure affiliarsi più o meno strettamente a

⁹⁶ “molto giovani ed ancora in evoluzione”. Williamson, A., *Giving Collectives*, in *Annual Review 2016*, Queensland University of Technology Press (in corso di pubblicazione), p. 10

⁹⁷ Gibbs, S., *Top 10 Aussie collective giving groups*, Generosity, 2014.

<http://www.generositymag.com.au/top-10-aussie-collective-giving-groups/>

⁹⁸ Williamson (in corso di pubblicazione)

questi; chiaramente, qualsiasi sia lo scenario entrambe le parti troveranno punti a favore ed altri relativamente a sfavore per loro stesse. Il maggior vantaggio per un circolo che viene “ospitato” è quello di non dover comparire davanti alla legge come “organizzazione” vera e propria, gestendo il beneficiario gli aspetti finanziari e delle donazioni⁹⁹.

Le organizzazioni partner possono essere fondazioni pubbliche o private (circa il 52% dei partner), associazioni, aziende di servizi finanziari, università o altre istituzioni pubbliche. La maggioranza dei circoli collabora con enti che possano garantir loro la detraibilità delle donazioni effettuate. Dall'altra parte, alcune organizzazioni addirittura creano circoli e li promuovono (influenzandoli abbondantemente riguardo svariate tematiche), nella speranza di allargare il proprio network filantropico e di avere maggiori contatti che potrebbero risultare utili in futuro, oltre che di elevare il proprio profilo ed il proprio nome all'interno della comunità di riferimento.

⁹⁹ Questa sembra essere la soluzione adottata da circa il 68% dei gruppi (Eikenberry, Breeze- 2015)

3. I Giving Circle e il finanziamento delle arti: tre casi-studio

In questo capitolo si andranno ad analizzare alcuni casi specifici, i cui dati sono stati raccolti online e con l'aiuto di membri dei *circle* che si sono gentilmente prestati ad essere intervistati. In particolare si passeranno in rassegna un caso australiano (*Impact100 Western Australia*) e due casi statunitensi (*Texas Women for the Arts* e *Funding Arts Network*)¹⁰⁰. Si è fatta questa scelta perché il *giving circle* australiano pare l'unico nella nazione ad aver finora finanziato le arti, mentre i due americani si sono scelti da una rosa a disposizione; si è avuto cura di selezionarne uno indipendente (FAN) ed uno che invece è inglobato in un'entità più grande che ne coordina le attività (TWA). Alla fine del capitolo si proporranno le dovute considerazioni e confronti tra i casi e con quanto espresso nella letteratura.

3.1. Impact100 Western Australia

Impact100 Western Australia è uno dei sedici *giving circle* identificati nel 2016 da Alexandra Williamson. In linea con l'operato degli altri circoli di questo tipo, l'auto-definizione che le fonti ci danno è "Impact100 WA is a collaborative giving group that pools its donations to make a significant difference in areas of need"¹⁰¹. Questi tratti compaiono anche nella *mission* del gruppo, "creare donazioni di alto impatto che tocchino persone meno fortunate, innalzino il profilo di organizzazioni no profit meno conosciute, evidenzino i bisogni della regione ed aumentino la portata della filantropia australiana"¹⁰².

¹⁰⁰ Specificatamente, Sophie Chamberlain (membro del comitato direttivo) per Impact100 WA, Dawn Leatherwood (presidente) per Texas Women for the Arts e Maureen Gragg (presidente) per Funding Arts Network

¹⁰¹ "Impact100 Western Australia è un gruppo di donazione collaborativo che raccoglie donazioni per avere un impatto significativo nelle aree di bisogno", da <http://www.impact100wa.org.au/>

¹⁰² Traduzione estrapolata dalla fonte di cui alla nota precedente

L'idea di *Impact100* non è però originaria di questo Paese. Nonostante si contino svariate sedi con questo nome in Australia (oltretutto stranamente slegate tra loro), *Impact100* nacque negli USA nel 2001, quando Wendy Steel, un'impreditrice di Cincinnati, convocò cento tra amici e colleghi per formare un gruppo di donazione collettiva e creare soluzioni sostenibili per persone che non avevano accesso a risorse di base come assicurazione sanitaria, dimora, educazione e lavoro. Da allora il circolo ha riscosso grande successo, arrivando dieci anni dopo a contare donazioni per più di US\$1,8 mln a Cincinnati e nello stato del Kentucky. Dal 2001 sono poi nate altre tredici sedi di *Impact100* negli USA, e si stanno appunto diffondendo anche in Australia (4 al momento).

Il modello è stato scelto nella sede di Perth dopo aver osservato i dati che provenivano dagli USA riguardo i *giving circle*. Oltre alla dimensione educativa (che vede gran parte dei circoli offrire ai propri membri incontri formativi sui problemi della comunità di riferimento ma anche sulla filantropia e i suoi processi, finalizzati a prendere decisioni più consapevoli riguardo i beneficiari del denaro) sono risultati interessanti anche altri "effetti collaterali" scaturiti dalla partecipazione ai circoli, che hanno toccato direttamente sia i membri che i beneficiari: tendenzialmente, i donatori sono infatti risultati più consapevoli dei problemi presenti all'interno della propria comunità d'appartenenza, hanno donato volontariamente più del previsto rispetto a quanto pattuito, hanno svolto spesso attività di volontariato ed offerto aiuto pro bono ed alcuni siedono nei consigli direttivi delle organizzazioni sovvenzionate. Tutti questi *plus* costituiscono un elemento di grande novità in questa forma di filantropia, mentre sono meno frequenti altrove.

Impact100 WA è quindi stato lanciato a marzo 2012 da un gruppo di amici che volevano essere parte di un cambiamento all'interno della loro comunità, prendendo l'esperienza americana appena citata come modello a cui ispirarsi per rendere, secondo loro, la filantropia più semplice da applicare per chi li circondava. Nel periodo 2012-2015 il circolo si è andato sempre più ampliando in termini di membri, e il denaro raccolto ha pure tendenzialmente seguito questo trend (vedi tabella sottostante).

	2012	2013	2014	2015
Nr membri	90	104	111	159
Donazioni principali	\$115k	\$130k	\$130k	\$220k
Donazioni secondarie	-	\$40k	\$33k	\$31k
Totale ricavato	\$115k	\$170k	\$163k	\$251k

Figura 18. Crescita di I100WA negli anni 2012-15

Il processo di devoluzione fondi è molto delicato e prende forma come segue. Ogni anno i membri del circolo invitano gli enti no profit attivi in Western Australia a fare richiesta per la donazione principale (*Primary Grant*) di \$100k. Generalmente arrivano dalle venti alle quaranta richieste nella forma di bozza, che i membri del circolo analizzano insieme e selezionano portandone otto ad uno *step* successivo. A questo punto ogni ente selezionato deve presentare un progetto rifinito nei minimi dettagli corredato da espresse motivazioni del perché il denaro che *I100WA* mette a disposizione è di fondamentale importanza per lo sviluppo dell'organizzazione. Segue una visita in loco da parte di membri del circolo interessati, i quali poi si riuniscono ancora una volta anche con i restanti volenti e non convenuti per rianalizzare le proposte e scremarle fino ad un numero di quattro, le quali vengono portate ad un evento chiamato *Annual Grant Awards*, in cui la totalità dei membri convenuti decide a chi destinare il denaro (una o più organizzazioni a seconda della disponibilità finanziaria¹⁰³). In parallelo eventuali

¹⁰³ Il "dettaglio" importante e necessario è che ci sia almeno un *grant* principale da \$100k per almeno un beneficiario

esuberi vengono pure naturalmente destinati agli enti garantendo dei cosiddetti “secondary grant”, di portata minore¹⁰⁴.

Impact100 Western Australia ha raggiunto importanti traguardi nei poco più che quattro anni di attività come partner di enti no profit. Il circolo ha infatti costruito rapporti di collaborazione con diverse realtà, le quali hanno beneficiato dell’aiuto sul campo dei membri (ad esempio con forme di volontariato o di scambio di conoscenza) così come di quello economico. *I100WA* ha donato circa \$595k dal 2012, assicurando dal principio un *Primary Grant* di circa \$100k poi mutato in due donazioni principali a partire dal 2015. I beneficiari di questi contributi principali¹⁰⁵ sono stati anche molto diversi tra di loro in natura nel corso degli anni: si è infatti trattato di enti attivi nel campo dell’assistenza a persone senza fissa dimora, oppure di famiglie con problemi economici, oppure di scuole primarie, tutte entità con caratteristiche e necessità diverse tra di loro.

Nonostante l’operato lodevole degli anni scorsi, *I100WA* ha deciso nel 2016 di ricalcare ulteriormente il modello statunitense e di proporre una divisione in cinque macro-aree di azione, che saranno “contenitori” di riferimento per i progetti nonché elementi di aiuto per una maggior semplicità al momento della scelta individuale di una causa da prendere a cuore. Queste aree sono arte e cultura, educazione, ambiente, famiglia e comunità, salute e benessere, tutte toccate dai progetti arrivati alla fase finale di selezione di quest’anno, risoltasi il 15 novembre in occasione dell’assegnazione del *Primary Grant*.

I programmi degli enti finalisti sono infatti risultati di natura molto varia. *Barking Gecko Theatre Company* ha richiesto un aiuto per la creazione di sei nuovi ensemble nelle comunità rurali che lavorino con artisti locali in un programma annuale di recitazione per far scoprire nuove espressività e creatività a 780 ragazzi di età compresa tra i 5 ed i 18 anni, alcuni dei quali in condizioni svantaggiate. *Birdlife WA* ha invece cercato di stimolare la sensibilità dei membri del circolo in favore della creazione di un habitat protetto per gli uccelli locali a Bayswater e Cockburn, con la collaborazione di società ed istituzioni. *Huntington’s WA* ha messo in luce il progetto di creazione di un’app di terapia

¹⁰⁴ Anche coloro che non sono così fortunati da ottenere una somma di denaro ingente hanno comunque l’occasione di essere esposti al pubblico ed in particolare a donatori su una vetrina di prestigio che innalza la loro credibilità ed il loro profilo

¹⁰⁵ *Manna Inc., Edventures, Homeless Healthcare, EON Foundation, Kalparrin*

autonoma per le persone affette dal morbo di Huntington per ritardare la comparsa dei sintomi e migliorare la qualità di vita e l'indipendenza fisica¹⁰⁶. *Sensorium Theatre* propone invece incontri di narrazione delle fiabe classiche a bambini da 0 a 6 anni affetti da disabilità; questi eventi non saranno solamente caratterizzati da un'attività di racconto ma anche da una sensibilizzazione dei piccoli a stimoli sensoriali e musica, oltre che dall'apprendimento da parte dei genitori di tecniche e strumenti utili da poter applicare anche all'interno delle mura domestiche per un maggior benessere del proprio figlio ed una fortificazione della relazione tra le parti. Per finire, *Teach Learn Grow* ha proposto un programma per migliorare l'istruzione in alcune scuole primarie situate in zone remote dello stato tramite il tutoraggio uno a uno tra scolari e studenti universitari debitamente formati. I vincitori sono stati *Sensorium Theatre* e *Huntington's*¹⁰⁷.

A parte queste votazioni finali ed il contributo obbligatorio da versare annualmente, il coinvolgimento dei membri nelle attività del circolo è molto vario: essi infatti sono liberi di prendere parte alle iniziative ed agli eventi che preferiscono, senza alcun obbligo di partecipazione; vi sono quindi persone che tengono una presenza assidua ai momenti di ritrovo ed altre meno coinvolte. Il minimo contributo versabile per far parte dei progetti è \$1000 all'anno, totalmente inglobati negli ammontari da indirizzare ai vincitori, sempre e completamente detraibili fiscalmente ed individualmente (100%); questo è l'unico requisito indispensabile per far parte del gruppo¹⁰⁸.

Particolarmente importante per il circolo è anche il fatto di educare sia i membri che le generazioni a venire sulla filantropia e su problemi e bisogni della comunità di riferimento. *I100WA* si rapporta con questo argomento in due modi: organizzando eventi di approfondimento (workshop, conferenze etc.) tenuti da esperti del settore o personalità di riferimento per i convenuti¹⁰⁹ e tramite l'operato di *YoungImpact100*.

YoungImpact100 è un programma filantropico lanciato dal circolo nell'aprile del 2014 ed indirizzato a minori di età compresa tra i sei ed i diciotto anni. Finalizzato a stimolare

¹⁰⁶ Il progetto è stato redatto in collaborazione con la Edith Cowan University

¹⁰⁷ Dati precisi sugli esiti delle votazioni non sono ad oggi disponibili online; si rimanda quindi per maggiori specifiche all'intervista ad un membro del circolo che verrà riportata nelle prossime pagine

¹⁰⁸ Donazioni di portata maggiore sono accettate ma non comportano cambiamenti di status o favoreggiamenti per i membri che le elargiscono

¹⁰⁹ Fino ad ora sono stati organizzati cinque eventi, in cui hanno presenziato personalità come l'ex governatore statale e la presidente di *Women's Washington Foundation*

nei ragazzi il senso civico e la volontà di far qualcosa per chi sta attorno a loro ed è meno fortunato (in qualsiasi senso), YI100 accoglie donazioni dai membri secondo uno schema e processi molto simili a quelli attivi per il circolo-pilota¹¹⁰. Focalizzati principalmente sull'aiuto ai coetanei, i ragazzi hanno donato \$3225 nel 2014 a "Foyer on Oxford", un'associazione che si occupa di trovare alloggio a giovani (12-25 anni) senza dimora; negli anni seguenti è poi stata la volta di "CanTeen Australia" (2015, \$3402 donati), un gruppo che si occupa di supporto ai giovani malati di cancro, e di "Technology Assisting Disability WA" (2016), per i membri del quale è stato possibile acquistare speciali biciclette create per persone disabili tramite la donazione di \$3400 da parte del circolo.

3.1.1. L'intervista

Questi dati raccolti sul sito web del circolo¹¹¹ vengono integrati dalle risposte che l'autore della presente tesi di laurea ha ricevuto alle domande sottoposte ad uno dei membri di *Impact100 Western Australia*, Sophie Chamberlain, che si coglie l'occasione per ringraziare per il prezioso contributo.

1. Perché ha voluto unirsi a questo circolo?

Mi piacevano le idee di a) avere un maggiore impatto insieme ad altre persone in rapporto a quanto sarei stata capace di fare da sola, b) lavorare insieme ad altri entusiasti per supportare i progetti, c) scoprire piccole realtà no profit di cui non sarei stata a conoscenza altrimenti

2. Perché ha scelto questa forma di filantropia e non un'altra?

¹¹⁰Alcune differenze compaiono tuttavia tra i due gruppi; in particolare, ai più giovani vengono assegnate di anno in anno quattro organizzazioni da analizzare e solamente una porta a casa l'ammontare totale riscosso dai ragazzi. YI100 si avvale in larga misura dell'aiuto dei membri del circolo-pilota nonché della supervisione dei genitori per condurre le proprie operazioni

¹¹¹ www.impact100wa.org.au

In realtà faccio parte anche di altri progetti filantropici- donazioni da una fondazione familiare e consiglio di amministrazione di una grande realtà no profit

3.Siete riconosciuti come gruppo dalla legge? Se sì, in che modo?

Sì, Impact100 WA è una *incorporated association* (che è un macrotermine che ingloba tutti i tipi di organizzazione e richiede solo una supervisione minima)¹¹²

4.Ha avuto benefici (materiali, morali ecc.) da quando è entrata nel gruppo?

Certo che abbiamo avuto benefici! Niente di materiale. Ho acquisito molta conoscenza in tantissime aree- in termini di filantropia: come fare donazioni efficienti, come analizzare le organizzazioni, valutare le loro proposte, che tipo di organizzazioni ci sono, come fare la differenza nel migliore dei modi; per quanto riguarda me stessa: un senso di donare, fare la differenza, aiutare gli altri, una comprensione di ciò che è importante per me, opportunità di dare esempi di sani valori e comportamenti ai miei figli. E probabilmente molto di più...

5.Qualche membro del gruppo fa azioni di volontariato presso i beneficiari?

Sì, parecchi membri hanno svolto volontariato presso le organizzazioni che abbiamo scoperto attraverso Impact100 WA (nonostante non tanti quanti ci eravamo aspettati all'inizio)

6.Quali sono le parti più facili e quali quelle più complicate in una relazione con un beneficiario?

¹¹² Quando un gruppo si incorpora diventa un'entità legale a tutti gli effetti che può fare azioni sotto il suo nome, enunciate nella "constitution". L'unica clausola vincolante per diventare un'associazione è che siano presenti almeno sei membri con diritto di voto

Dipende molto dalle organizzazioni stesse, ma generalmente tendono ad avere problemi col far passare il loro messaggio, col dirci cosa richiedono effettivamente. Dato che si concentrano sul fare ciò che fanno, parlarne o venderlo ad un possibile donatore non è un loro punto di forza. Abbiamo anche occasionalmente avuto problemi ad avere buoni rapporti delle attività e, più specificatamente, dei risultati durante l'anno

7. Le relazioni con i beneficiari sono solitamente continuate dopo la fine delle sovvenzioni? Se sì, come?

A volte. Per esempio, Kalparrin e Sensorium Theatre sono stati entrambi vincitori di grant minori prima di diventare vincitori di quello principale.

È complicato per noi perché siamo un gruppo molto piccolo di volontari che portano avanti l'organizzazione ed ogni anno la nostra attenzione va ai selezionati del momento. Abbiamo provato a spendere tempo a mantenere i contatti con i vincitori passati poiché capiamo che essi sono parte della nostra storia (che noi utilizziamo per trovare nuovi membri), ma il tempo è limitato...

8. Avete avuto riscontri dalle comunità che hanno beneficiato dei vostri contributi?

Sì, quando i vincitori redigono i loro report finali tendono ad includere anche un feedback di coloro che hanno ricevuto i servizi- ad esempio dirigenti scolastici, partecipanti ai programmi. Tutto ciò forma parte delle nostre storie per il marketing

9. Ci sono difficoltà che potete riscontrare durante il processo di donazione? Se sì, quali sono?

Niente di particolarmente rilevante di solito. Dato che le organizzazioni devono tutte avere uno status di DGR1 (*deductible gift recipient, oggetto 1-* una classificazione dell'ufficio tasse che indica che queste realtà sono organizzazioni benefiche che svolgono un lavoro di beneficenza verso altri, classificazione che viene attribuita dopo un processo abbastanza rigoroso) possiamo essere sicuri che esse siano organizzazioni

benefiche a tutti gli effetti e poi dipende da noi il verificare il potenziale delle loro proposte. I fondi sono gestiti da una fondazione comunitaria che pure ha propri processi di verifica, nonostante ormai essi siano abbastanza sicuri che il nostro processo è sufficiente e d'accordo ad accettare coloro che abbiamo selezionato come finalisti.

10.Come funziona il vostro processo di attribuzione di donazioni secondarie?

Se riceviamo fondi al di sopra dei \$100k richiesti per la donazione principale allora distribuiamo questo denaro agli altri finalisti. Funge da ricompensa per lo sforzo che hanno fatto e ci aiuta a sentirci meglio riguardo al fatto che loro non abbiano vinto il premio maggiore! Non si richiede che le donazioni secondarie vengano impiegate per la riuscita di progetti specifici. Quest'anno siamo riusciti con difficoltà a raccogliere abbastanza denaro per attribuire questi premi, il che ci ha causato sensazioni sgradevoli ma volevamo assolutamente essere sicuri che essi ricevessero qualcosa.

11.Com'è organizzato il gruppo? Alcune persone hanno responsabilità maggiori di altre?

Abbiamo al momento un consiglio di otto persone (idealmente ci piacerebbe averne un paio in più). C'è un presidente e una persona responsabile dell'area donazioni, una delle comunicazioni e una degli eventi, nonostante tutti noi lavoriamo per supportarci a vicenda in tutte le aree. Ci sono anche consigli subordinati per ognuna delle cinque aree di indirizzo (*focus areas*), composti da membri e che hanno due co-presidenti ognuna per distribuire il lavoro.

12.Come sono scelti i membri del consiglio e quanto frequentemente questo accade?

Il consiglio originale comprendeva i nove fondatori che volevano realizzare questo progetto. Da allora abbiamo avuto un po' di alti e bassi a causa di persone che hanno lasciato lo stato o la nazione o avevano troppo altro lavoro da fare, ed ora vi sono solamente otto consiglieri, due dei quali erano membri "standard" in precedenza. Non

abbiamo preso decisioni formali riguardo quanto tempo i consiglieri debbano restare in carica o come essi debbano essere sostituiti- finora è avvenuto tutto naturalmente.

13.Pensa che un miglioramento nei risultati e nella prestazione potrebbe essere possibile? Se sì, come?

Bè, ci piacerebbe avere più membri ed avere la possibilità di fare più donazioni... ma questo è il nostro scopo tutti gli anni. Ci piacerebbe anche poter presentare i risultati del processo di donazione in un modo migliore e più chiaro. Credo che le nostre prestazioni siano abbastanza notevoli!

14.Le donazioni private extra avvengono frequentemente? Perché pensa che questo succeda?

Avvengono ma non direi frequentemente. Di solito provengono da membri che hanno anche una fondazione familiare privata, i quali hanno trovato qualcosa di entusiasmante da supportare separatamente. Per quanto ne sappiamo, ci sono stati circa cinque diverse persone che hanno fatto donazioni indipendenti ma non è qualcosa che è riportato a noi specificatamente, quindi è difficile da identificare.

15.Ha notato aree di interesse particolari che i suoi colleghi membri hanno particolarmente a cuore?

Per i primi quattro anni abbiamo avuto un'area di approfondimento sul supporto dei giovani in un modo o nell'altro. Questa era una tattica intenzionale dato che sappiamo che è un argomento che a molta gente interessa. L'anno scorso abbiamo incluso il supporto per gli anziani ma solo uno di quei progetti è riuscito ad arrivare in finale, non vincendo il premio principale. Quest'anno avevamo cinque *focus area* diverse (arte e cultura, educazione, ambiente, famiglia e comunità, salute e benessere) ed è interessante che un progetto da ognuna delle aree sia arrivato in finale, ma tutti riguardavano il supporto dei giovani o di persone svantaggiate in un modo o nell'altro.

16.Qual è la sua opinione riguardo il donare ad organizzazioni artistiche? Come questo ha un impatto sulle comunità?

Se vuole la mia opinione personale... Come famiglia abbiamo supportato molte organizzazioni artistiche ed eventi perché sappiamo quanto ci piacciono e vogliamo poter offrirli agli altri. Sentiamo l'importanza di poter esprimere se stessi ed aiutare gli altri a capire, imparare o crescere attraverso le storie, le immagini, la musica. Le comunità si riuniscono e sono formate attorno all'arte nelle sue diverse espressioni ed un senso di comunità è vitale in questo mondo per tantissime ragioni. Ma non posso dire che tutti nel nostro circolo la pensino allo stesso modo!

17.Pensa che arte e cultura siano un'area di interesse primario per il suo circolo? Perché (no)?

No, assolutamente. Gran parte (ma non tutti) dei nostri membri hanno aderito al circolo con la premessa di supportare in qualche modo giovani in difficoltà. Se capita che ci sia un programma che fa ciò efficacemente attraverso l'arte allora esiste una buona opportunità che arrivi alla cena finale! Questo potrebbe cambiare in futuro, ma è difficile vendere il concetto di fare una grande differenza attraverso arte e cultura- specialmente quando ciò è confrontato direttamente col fare la differenza per, ad esempio, cento bambini in difficoltà.

18.Come avete finanziato l'arte in passato prima che una delle ultime donazioni principali fosse attribuita a *Sensorium Theatre*?

Donazioni secondarie sono state attribuite a CANWA (*Community Arts Network, Western Australia*), *Agelink Theatre*, *Sensorium Theatre* e *Barking Gecko Theatre Company*.

19. *Sensorium Theatre* sarà uno dei vostri beneficiari nel 2016/2017. Questo implicherà una connessione più profonda tra i membri del circolo e l'arte nel prossimo futuro: come accadrà questo? Quali sono state le caratteristiche determinanti che hanno fatto distinguere il progetto di *Sensorium Theatre* rispetto agli altri candidati?

Ovviamente questa è un'opinione soggettiva, ma direi che ST è stato uno dei vincitori quest'anno perché sono stati capaci di mostrare che il loro lavoro tocca il settore svantaggiato della comunità e fornisce qualcosa che la maggior parte di noi può dar per scontato. Hanno mostrato che sanno creare una bella esperienza ma anche una effettiva e duratura differenza positiva per un grande numero di bambini e per le loro famiglie, e quindi per le loro comunità. Alcune delle cose principali che cerchiamo nei progetti quando li analizziamo sono l'efficacia (quanta differenza sarà fatta), l'impatto (in termini di persone) e la sostenibilità al di fuori del nostro contributo. Questo progetto era particolarmente forte nel creare una fonte di entrate future ed impiego affinché l'organizzazione fosse sostenibile in tutti i suoi programmi nel futuro. Questo è molto importante considerato il clima attuale di tagli da parte del governo.

3.2. Texas Women for the Arts

Proseguiamo il percorso tra esempi di *giving circle* parlando di *Texas Women for the Arts*, un circolo attivo da diversi anni nell'intero stato del Texas (USA), che supporta unicamente enti legati al mondo dell'arte. Fondato nel 2005, il gruppo è punto di incontro per più di 300 donne texane che vogliono dare il loro contributo per apportare migliorie al panorama artistico locale, specialmente per quanto riguarda le attività educative legate ai bambini, mirate a stimolare in ognuno di loro uno sviluppo personale ed una curiosità verso una o più forme artistiche tramite la sperimentazione in prima persona della musica, del teatro e delle arti visive, seguendo la *vision* di "awaken and nurture the artist in every Texas child"¹¹³.

¹¹³ "Risvegliare ed alimentare l'artista presente in ogni bambino texano"

Tenendo ben presente il concetto valido generalmente per i *giving circle* (il creare una “cassa comune” in cui ogni componente versa il suo contributo per poi favorire progetti scelti democraticamente), le opportunità di partecipazione sono anomale per questo tipo di identità filantropica, esistendo quattro somme (che in realtà effettivamente si riducono a due) tra cui poter scegliere da poter versare in un unico momento o in tre rate annualmente¹¹⁴:

Legacy Council Membership	\$2500
Membership	\$1200
Mother/ Daughter Membership ¹¹⁵	\$1500
Junior Membership ¹¹⁶	\$750

Figura 19. Contributi annuali per fare parte di TWA

Ad oggi TWA ha donato più di \$1.7 mln per la realizzazione di 99 progetti artistici educativi provenienti da ogni angolo del territorio statale, toccando più di un milione di bambini. Nonostante le differenziazioni di cui in tabella, i benefit di cui godono i membri variano essenzialmente tra i *Legacy Council members* e tutti gli altri: ogni componente del gruppo avrà l’opportunità di far conoscere il circolo e le sue offerte di sovvenzione ad organizzazioni che rispondono ai requisiti di selezione prefissati da TWA, diritto di voto in ogni occasione, invito ai meeting annuali, all’escursione autunnale ed agli eventi di *Texas Cultural Trust*, un riconoscimento nominale sul sito internet del circolo; solo i membri del *Legacy Council* avranno invece diritto ad un invito ad attività esclusive opzionali organizzate in occasione del meeting annuale e ad escursioni e ticket di partecipazione ad eventi e spettacoli.

Si è da poco citato *Texas Cultural Trust*. Questo è l’ente gestito da volontari entro il quale opera TWA, e più specificatamente un fondo fiduciario che punta ad essere la voce dominante nell’educazione, sostegno ed impatto economico per le aree artistiche in

¹¹⁴ L’adesione al gruppo si rinnova annualmente l’1 settembre; è tuttavia possibile entrare nel circolo anche in altri momenti ed essere membro fino al 1 settembre successivo, quando inizia l’annualità seguente

¹¹⁵ Disponibile solo per il primo anno di membership

¹¹⁶ Per partecipanti U40

Texas dal 1995. Il fondo ha nel corso degli anni attivato diversi programmi per perseguire questa *mission*, tra cui ad oggi sono attivi, oltre a TWA, *Texas Medal of Arts Award* (un riconoscimento che viene conferito ogni due anni a texani che hanno eccelso nella produzione artistica o contribuito ad uno sviluppo significativo delle arti nello stato), *Arts&Digital Literacy Initiative* (otto programmi accademici attivati presso il College of Fine Arts, University of Texas ad Austin che enfatizzano l'importanza della tecnologia nel mondo artistico moderno, proponendo attività pratiche e applicative per gli studenti), *Young Masters* (un fondo creato per assegnare borse di studio a talentuosi giovani artisti texani e promuoverne la formazione) e *ArtCan* (un programma per promuovere la partecipazione ad attività artistiche per i ragazzi della scuola dell'obbligo).

Da menzionare è sicuramente anche *Texas Commission on the Arts*, un'agenzia statale costituita da persone appuntate dal governatore che amministra effettivamente TWA ed è l'organo a cui i potenziali beneficiari devono presentare la propria candidatura corredata da progetto dettagliato. La mission di TCA è di far avanzare il Texas economicamente e culturalmente investendo in progetti creativi, supportando una comunità artistica diversificata ed innovativa che vada a stimolare lo sviluppo economico, l'istruzione, il turismo e la sostenibilità dei progetti artistici. Oltre ad essere riferimento per TWA, TCA mette a disposizione risorse tramite programmi specifici, servizi di supporto nelle aree di *fundraising*, marketing e gestione del no-profit per adempiere alla propria mission.

Una volta che TCA ha raccolto le domande di partecipazione degli applicanti, queste vengono sottoposte a processi di giudizio da parte di TWA e normalmente la selezione finale dei progetti avviene in primavera, seguita da un meeting di tre giorni in una location all'interno dello stato che varia di anno in anno, dove si annunciano i premiati. L'incontro è anche occasione di condivisione di esperienze artistiche e sociali tra i membri del gruppo: cene di gala, tour esclusivi nei musei, visite a collezioni private e molto altro sono offerti al circolo per accrescere la conoscenza reciproca e quella del panorama culturale, con la speranza di favorire donazioni sempre più consapevoli e ragionate. Per l'anno 2016-17 la destinazione prescelta è Austin; nel 2015-16 il gruppo si è invece recato ad Amarillo, dove ha partecipato ad eventi culinari in location esclusive (Russian Room, Duncan and Boyd Jewelers) e a tour all'Amarillo Museum of Art; nel

2014-15 si è scelta invece San Antonio, dove pure è stata offerta una visita privilegiata del McNay Art Museum, shopping, una cena di gala ed un'escursione nel distretto culturale locale.

Le candidature, da presentare entro l'inizio di marzo annualmente, devono rispondere a requisiti specifici, alcuni dei quali anche molto particolari. Non è infatti possibile per un organismo che non abbia connessioni con un membro di TWA presentare il proprio progetto: i partecipanti al gruppo devono invitare i beneficiari a mettere in luce le loro proposte in forma 1:1 (una filantropa, un -e solo un- beneficiario). Non è possibile presentare candidature per più di due anni consecutivi ed i progetti devono essere coerenti con la *vision* di TWA. È anche importante che ci sia un'operatività di massimo un anno, poiché TWA mira a finanziare iniziative che non eccedano questo lasso temporale; non da ultimo, enfasi deve anche essere data ai segmenti di popolazione che beneficeranno dalla messa in atto del progetto.

I titolari dei progetti più interessanti vengono invitati a partecipare al meeting annuale sapendo di essere stati selezionati ma non essendo a conoscenza della somma che verrà loro versata, che comunque da regolamento non eccederà il 50% dell'importo totale indicato nel budget dai richiedenti. Ad ogni progetto viene attribuito un punteggio a seconda della qualità artistica (aderenza alla vision di TWA, creatività ed innovazione dell'idea -30 punti-), della possibilità di attuazione (valutazione del sostentamento attuale dell'organizzazione, della sua struttura e gestione e di come è stato sviluppato il progetto, sua implementazione e valutazione -30 punti-) e dell'impatto che può avere (sulla popolazione ed effetti consecutivi alla riuscita per le comunità di riferimento -40 punti-).

Altre iniziative promosse annualmente da TWA sono: il premio *Champion of the Arts* (un riconoscimento conferito ad un membro del gruppo che sia stato particolarmente lodevole e generoso nei suoi contributi verso la sfera artistica su scala statale, ricalcando *mission* e *vision* di TWA) creato grazie al supporto della rivista Texas Monthly e consegnato alla vincitrice durante il meeting primaverile; un viaggio autunnale con destinazione diversa ogni anno (all'interno degli USA), durante il quale intercorrono

attività simili a quelle proposte per l'incontro di assegnazione fondi¹¹⁷. I viaggi che vengono organizzati sono opportunità per vedere gli altri membri più di una sola volta l'anno per il meeting, oltre che occasioni di *fundraising*: parte dei proventi che se ne ricavano, insieme a parte di quelli del meeting e di altri eventi di presentazione del circolo a nuovi pubblici selezionati, sono fonti di sostentamento per il gruppo. *Texas Cultural Trust* si occupa invece di organizzare e finanziare workshop e conferenze.

3.2.1. L'intervista

Si riporta qui sotto l'intervista fatta a Dawn Leatherwood, attuale presidentessa del circolo, che ha gentilmente risposto alle mie domande per consentire uno svolgimento più completo della mia ricerca. Più sotto verranno presentate poi alcune considerazioni riguardo al confronto di questo circolo con i parametri e gli esempi portati dalla letteratura.

1. Qual è l'età media delle partecipanti? Le signore di una fascia d'età specifica donano di solito di più o più frequentemente?

Direi che la media è tra i 55 ed i 60 anni. Le persone più anziane hanno di solito guadagnato ed accumulato più denaro da poter donare, e sono naturalmente più inclini a far parte delle cause che più le toccano in riferimento alla loro esperienza di vita personale. La frequenza delle donazioni è più difficile da tracciare. Sembrerebbe che le persone con meno disponibilità economica siano più inclini a donare piccole somme più frequentemente, mentre coloro che hanno un capitale maggiore preferiscano donare in un'unica soluzione o quando si presentano eventi per loro interessanti.

2. Perché ha voluto unirsi al gruppo?

¹¹⁷ Ogni anno viene poi organizzato un viaggio esclusivo per i Legacy Members. Nel 2016, ad esempio, tutti i membri del gruppo sono stati invitati a partecipare ad un'escursione a Philadelphia, mentre i soli partecipanti versanti una quota maggiorata sono stati convocati per l'uscita a Washington, D.C.

Una mia cara amica e sua madre erano membri. L'organizzazione della mia amica era candidata ad un *grant* e lei voleva avere più persone che supportassero il suo progetto presenti alla discussione ed al voto. Ho accettato con piacere la proposta perché ero sicura che mi sarebbe piaciuto il gruppo e la sua organizzazione che si occupa di bambini in affido è supportabile senza problemi. In ogni caso, mi sono sentita come se le stessi facendo un favore. Il meeting annuale si tenne a Ft Worth quell'anno, dove fummo sorprese da tour privati curati da direttori di musei, accolte in bellissime residenze private per vedere le loro collezioni artistiche personali, momenti seguiti da cene fantastiche; si crearono grandi amicizie in quell'occasione. L'ultimo giorno si tenne il meeting. Ogni programma presentato era ugualmente o anche più interessante di quello direttamente precedente. Ero molto emozionata, sbalordita e in ammirazione.. ed immensamente felice che mi fosse stato chiesto di diventare un membro. Alla fine è stata la mia amica a farmi un favore (ed ha anche ricevuto una donazione generosa).

3. Perché ha scelto questa forma di filantropia e non un'altra?

Come molti le diranno se si unirà ad un gruppo attivo come il nostro, deve essere una passione. Deve essere una causa che parla direttamente al cuore, perché sono tutte cause molto valide e necessarie. Per me è molto importante aiutare i bambini, specialmente quelli esposti a pericoli o rischi. Se riusciamo a dare ai bambini un ambiente sicuro in cui imparare, crescere e sentirsi meritevoli, allora non avremo solo migliorato una singola vita, ma l'intera comunità. Mi interessa anche in quasi egual modo il concetto di creare consapevolezza dell'importanza e necessità dell'arte. Per un contributo relativamente esiguo -\$1200 all'anno- è possibile diventare parte di un'organizzazione che arricchisce le vite di molti, conoscendo anche alcune delle più interessanti donne del Texas.

4. Ha riscontrato benefici (materiali, morali...) da quando si è unita al gruppo?

Ho ricevuto immisurabili benefici intrinseci. Potendo donare più di \$250k ogni anno, sappiamo che stiamo facendo la differenza nelle vite di molti bambini, e che il nostro

contributo avrà riflesso per generazioni ed impatto sulle famiglie e sulla comunità oltre che sui singoli beneficiari. Dato che stiamo facendo la differenza, sappiamo che stiamo creando consapevolezza del ruolo vitale che l'arte gioca nello sviluppo umano. È appagante vedere i benefici nelle nostre comunità individuali oltre che attraverso i dati che raccogliamo.

5. Quali sono le parti più semplici e quali le più complicate nella relazione con un beneficiario?

La parte semplice è la gioia di donare una cifra sostanziosa ogni anno a programmi d'impatto meritevoli. Ogni relazione è un caso a sé. La parte più complicata, oltre al dover assottigliare il numero di riceventi da diverse centinaia a circa trenta, è il tenersi in contatto con loro in seguito per formare un legame permanente e seguire i loro successi. Lo stato è abbastanza grande e la lista in gran parte composta da nuovi beneficiari ogni anno.

6. Come il vostro gruppo decide a chi donare fondi?

Sul nostro sito web abbiamo una serie di criteri e requisiti che le proposte devono soddisfare. L'organizzazione deve essere nominata da un membro di TWA. Dalle proposte che riceviamo, il nostro comitato delle donazioni selezionerà quelle che potranno essere votate dalla totalità dei membri. Facciamo tutto il possibile affinché l'intero stato abbia una rappresentazione geografica e cerchiamo programmi che siano innovativi e di grande impatto per la comunità di riferimento.

7. Ci sono difficoltà che è possibile incontrare durante un processo di donazione? Se sì, quali sono?

Le difficoltà possono includere il creare consapevolezza della nostra esistenza specialmente nelle aree rurali, dove le necessità sono elevate. Una delle soluzioni che risulta ottimale è quella di trovare alcuni membri idonei in quelle aree per creare quella

consapevolezza. Poi si tratta di un lungo processo di selezione delle realtà che riceveranno le nostre donazioni. Si animano molte discussioni costruttive e vengono pesati diversi fattori al momento di stilare la lista finale. Alla fine ne vale sempre la pena e supportiamo le organizzazioni più valide.

8. Com'è organizzato il gruppo?

TWA agisce secondo lo statuto di Texas Cultural Trust. Abbiamo lo stesso staff ad Austin: direttore, responsabile della comunicazione, manager dello sviluppo, manager operativo, specialista dei programmi educativi e assistente allo sviluppo. Tra i membri di TWA vengono eletti degli *officer* che rimangono in carica per uno o due anni, ed ognuno si occupa di un'area tra presidenza, *membership*, nomine future, programmi e meeting, donazioni, governance, rapporti con TCT, gestione dei membri premium, viaggi. Sono fiera di essere la presidentessa quest'anno fino al mese di maggio.

9. Quali sono le responsabilità connesse ai vari *officer*?

La presidentessa soprassiede gli altri incaricati e lavora con lo staff per pianificare tutti gli eventi e i programmi annuali. Il responsabile alla cura dei membri si occupa di promuovere ed incoraggiare eventi di *membership* nello stato. Gli addetti alle nomine future vagliano i futuri possibili *officer*; coloro che invece si occupano della programmazione gestiscono il meeting annuale e gli eventi collaterali. Il comitato per le donazioni si occupa di selezionare i progetti più adatti per poi passarli alla votazione dei membri, mentre chi si occupa di governance crea delle linee guida per svolgere meglio la nostra mission, dato l'ingrandimento del gruppo. L'incaricata per le relazioni con TCT è fa parte di TWA ma è anche nel consiglio d'amministrazione di TCT, che riporta gli aggiornamenti di una parte all'altra. Vi è poi un'incaricata che gestisce tutte le attività legate ai membri premium ed una che si occupa dei viaggi annuali.

10. Siete un gruppo riconosciuto dalla legge? Se sì, in che modo?

In quanto sottostanti allo statuto di TCT, siamo riconosciute dalla normativa 501©3. Questo implica che TCT avrà diritto ad un 20% del totale riscosso per coprire i costi amministrativi.

11. Qualche membro del vostro gruppo prende parte anche a forme di volontariato?

Siamo tutte volontarie: alcune di noi sono *officer*, altre costituiscono i comitati di azione delle varie aree. La maggioranza di noi sono volontarie in più di un'organizzazione.

12. Crede che un miglioramento nelle prestazioni e nei risultati possa essere possibile? Se sì, come?

Dall'inaugurazione siamo cresciute in organico e quindi siamo dovute essere reattive alle necessità di adeguamento conseguenti; questo fatto ha però anche aperto nuovi scenari, tra cui quello di arrivare a più possibili membri e beneficiari. Nonostante tutto, il nostro scopo primario e la nostra mission rimangono la nostra priorità.

13. Avete avuto dei feedback dalle comunità che hanno beneficiato dei vostri contributi?

Siamo fortunate ad avere sia una buona copertura mediatica nelle aree dei beneficiari che riconoscimenti nei loro materiali collaterali futuri. Dato che quest'anno toccheremo il traguardo di circa \$2mln donati a più di cento programmi di educazione artistica (arrivando a più di un milione di bambini), verremo anche citati da organizzazioni nazionali come *Grant Makers in the Arts* e *National Association of Granters*.

14. Donazioni private extra avvengono spesso? Perché crede che questo accada?

In primo luogo raccogliamo i contributi previsti per i membri. Riceviamo anche donazioni private non previste dato che un donatore può specificare a quale programma vuole far pervenire il suo contributo. Ci sono anche donazioni coordinate da parte di aziende e fondazioni.

15. Per quanto è a conoscenza, qualcuno tra i membri del gruppo ha sviluppato una forte relazione con qualche beneficiario che ha portato ad una collaborazione (ad esempio supporto filantropico, elezione nel consiglio amministrativo...) al di fuori del vostro contesto?

Nella maggior parte dei casi la relazione è esistita da qualche tempo, in quanto uno dei criteri per la richiesta di finanziamento è quello di avere un membro di TWA che funga da „sponsor“. Spesso quella relazione ha già significato una qualche forma di collaborazione. Se il premio viene assegnato, c'è sicuramente un certo interesse nel continuare a costruire quella relazione.

16. Perché i candidati beneficiari devono essere invitati a presentare la loro richiesta da un membro di TWA? Perché un membro può sponsorizzare un solo ente? Questo fatto può avere un impatto diverso sulla comunità?

Non siamo un gruppo abbastanza grande per avere un processo di *application* aperto; siamo un piccolo circolo che non ha la struttura per poter affrontare un compito così imponente. I nostri membri sono attivi nelle loro comunità e sanno bene quali sono i candidati adatti, che poi presentano ricercando il supporto di altri. Se i membri sponsorizzassero più di un'organizzazione ciascuno si creerebbe una serie di possibili problemi e forse conflitti non necessari. Il collegamento tra un membro ed un'organizzazione ci consente anche di avere la situazione monitorata su come vanno i progetti che finanziamo.

17. Qual è l'importanza delle arti nella sua comunità? Perché è importante finanziarle?

Tyler è una comunità relativamente povera e le nostre *high school* pubbliche sono sovraffollate. Le arti, necessarie in ogni comunità, sono particolarmente rilevanti a chi come noi ha meno risorse. I nostri studi hanno mostrato che quando i bambini sono esposti alle arti in modo strutturato diventano più coinvolti in ogni aspetto dei loro studi.

I programmi artistici hanno riscontrato in un minor abbandono della scuola, voti più alti in tutte le materie e maggiore frequentazione (che si traducono in maggiori finanziamenti per le scuole). In quanto piccola comunità non abbiamo le risorse economiche per sostenere adeguatamente tutti i programmi per i bambini; TWA gioca un ruolo significativo nel far sì che questi programmi siano sostenuti ed incoraggiati a crescere. A livello più generale, il mercato globale sta diventando più complesso ed i problemi richiedono soluzioni creative. L'educazione artistica fa maturare le capacità necessarie per diventare *creative problem solver*; dobbiamo dare ai nostri bambini le capacità e la sicurezza per diventare *community leader e problem solver*.

18. Le relazioni coi beneficiari sono solitamente continuate dopo la fine della sovvenzione? Se sì, in che modo?

I membri che sponsorizzano le organizzazioni mantengono tipicamente i rapporti con loro. Un altro sistema che utilizziamo è quello dell'*Institutional Partners Program*, un programma che consente alle organizzazioni artistiche statali di condividere informazioni e promuovere una collaborazione che porterà ai texani una maggior consapevolezza di cosa questi organismi artistici facciano per il benessere di tutti noi.

19. Perché avete creato varie possibilità di sovvenzione e quali sono le più amate?

Volevamo estendere la nostra portata per aiutare più organizzazioni, perciò abbiamo creato *Impact Grant* di grande portata -di solito \$4000+- e *Outreach Grant* d'importo minore rivolti a comunità sottorappresentate. Naturalmente tutti ambiscono alle somme più cospicue e ci piacerebbe avere più denaro da destinare (cosa a cui lavoriamo costantemente). Per quanto riguarda la possibilità che diamo ai membri di associarsi come "normali" o come premium, lo facciamo per consentire un aumento delle donazioni senza far crescere troppo i nostri affiliati. Ci sono pro e contro nel diventare sempre più grandi e dobbiamo stare attenti a tenere presente la nostra mission.

20. Che tipo di relazione avete con Texas Commission on the Arts? In che modo il vostro circolo lavorerebbe diversamente se questa entità non fosse presente?

TCA è la nostra agenzia partner. Assegniamo le donazioni tramite loro perché possono contare i nostri *grant* come parti dei loro. Per noi è un controllo perché non siamo esperti nel fare donazioni, a differenza loro; ci garantiscono controllo e fedeltà. Se fossimo noi un'agenzia indipendente avremmo bisogno di un organico molto maggiore che costerebbe più denaro; in questo modo ci possiamo concentrare invece su ciò che facciamo meglio e dare più denaro alle organizzazioni.

21. Perché vengono assegnate ai progetti diverse somme di denaro e perché queste somme non superano mai la metà del budget proposto nel progetto?

I beneficiari sono selezionati all'inizio dal comitato donazioni e poi dai membri tutti. Vengono classificati in base ai criteri di selezione espressi sul nostro sito web. Tenendo conto della loro posizione in classifica e del denaro che richiedono decidiamo che somma devolvere ad ogni progetto, che non eccederà mai il 50% di quanto indicato nella richiesta perché non vogliamo essere la loro unica fonte di entrate. Sarebbe troppo rischioso per loro poi procedere in futuro, e dato che non possiamo fare donazioni ad uno stesso ente per più di due anni consecutivi (perché appunto non vogliamo diventare la loro sola fonte di entrate) evitiamo di eccedere la metà della somma indicata.

22. Il gruppo finanzia anche progetti educativi indirizzati agli adulti?

Di solito no, ma a volte finanziamo università o fondazioni che si occupano di adulti gravemente handicappati che necessitano della stessa attenzione che viene rivolta ai bambini.

3.3. Funding Arts Network

Un ultimo circolo che andiamo ad analizzare è *Funding Arts Network*, un gruppo attivo nella zona di Miami (Florida, U.S.A) creato per dare maggior respiro alle arti nelle zone limitrofe a quella della sede principale. Questa realtà, a differenza della precedente *Texas Women for the Arts*, è una vera e propria organizzazione, che non nasce però come la precedente all'interno di un'entità più vasta (*Texas Cultural Trust*) ma rimane organismo no profit autonomo per l'arricchimento culturale nella contea di Miami-Dade tramite la sovvenzione delle arti visive e performative¹¹⁸. La loro *vision* sta nel "fondare performance, produzioni, esibizioni creative e di alta qualità che cattureranno la mente e l'immaginazione del pubblico variegato della comunità"¹¹⁹.

La storia di FAN inizia nel 1990, quando due amiche di Miami, Deborah Hoffman e Nita Maercks, decidono di fondare un gruppo (*Fifty over fifty, inc.*) per il sostentamento di arte e cultura nella contea di Miami-Dade, in cui entrambe erano attive nel campo filantropico dell'arte. Tramite il loro contributo, le signore auspicavano di avere un impatto significativo nella vita di tali organizzazioni, nonché di educare e coinvolgere molte persone nella realtà artistica locale, in particolar modo i donatori e la comunità della contea. L'idea iniziale era quella di raggruppare cinquanta persone, ognuna delle quali avrebbe dovuto contribuire \$1000 annualmente ad un fondo condiviso, per arrivare alla cifra di \$50000 da poter donare ad organizzazioni artistiche (da qui il nome *Fifty over fifty, inc.*), toccando già nel primo anno di attività sette realtà diverse. Da allora il numero dei membri è salito a più di 250 ed il nome è cambiato in *Funding Arts Network*, pur mantenendo linee guida simili¹²⁰. Grazie al nutrito supporto di cui gode, FAN è riuscito in questi anni a donare più di \$200k all'anno in favore di 513 programmi artistici, toccando un totale di \$3,9 mln devoluti in beneficenza.

Essere membro del gruppo è possibile secondo varie modalità, sia per gli individui che per le aziende; in particolare si parla di *Individual, Associate o Fast Track Membership*

¹¹⁸ Curioso è come alcune attività propriamente culturali non vengano prese in considerazione da FAN per la sovvenzione; esempi di queste sono i festival musicali, le conferenze, le lezioni e i seminari, i masterclass, le performance artistiche legate al mondo della scuola

¹¹⁹ Traduzione di quanto riportato sul sito www.fundingartsnetwork.com

¹²⁰ In particolare, il valore dei contributi annuali e le spese operative coperte da interessi maturati o fondi raccolti specificatamente per scopi amministrativi

per le persone singole, e di *Corporate Membership* (con variazioni a *Partnership* o *Sponsorship*) quando si intende un'affiliazione aziendale. Un donatore (circa 250 ad oggi) può far parte di FAN versando una quota di \$1000 annualmente, cifra che viene interamente devoluta alla sovvenzione di attività promosse da organizzazioni artistiche accreditate nella contea. Oltre alla possibilità di adesione *Individual* appena enunciata esistono anche le opzioni *Fast Track* e *Associate*. La prima si rivolge a persone che entrano nel gruppo per la prima volta, a cui viene data la possibilità di pagare \$500 il primo anno, \$750 il secondo e \$1000 a partire dal terzo secondo un meccanismo funzionale alla comprensione graduale dell'attività del gruppo. Nonostante la generosa agevolazione, questo tipo di membri non avrà il diritto di votare per l'assegnazione di denaro ai beneficiari fino al momento del versamento della somma integrale prevista (\$1000 al III anno)¹²¹. L'opzione *Associate* è invece fruibile dai nuovi associati under40 pagando \$500 annualmente. Come per i *Fast Track*, anche ai membri *Associate* non è concesso esprimersi al momento del *grant making* fino a quando questi non verseranno la somma intera prevista per tutti i membri (\$1000). Dall'anno scorso è anche disponibile un'opportunità *Duet*, per la quale i partner degli iscritti *Individual* possono unirsi al gruppo pagando \$500 e sono da subito riconosciuti al momento delle votazioni.

Per quanto invece riguarda il contesto aziendale, le imprese possono entrare a far parte della vita di FAN in tre modi: diventando membro aziendale (*corporate member*), co-sponsor di una donazione oppure finanziando i pranzi annuali di attribuzione premi. Il contributo delle imprese aiuta FAN ad ampliare la propria possibilità di sovvenzione a contesti artistici che necessitano di aiuto per realizzare importanti progetti di sviluppo nella comunità; una parte di queste risorse "corporate" è poi devoluta alle spese operative conseguenti alle attività che FAN svolge.

I *corporate member* versano \$1500 annualmente, denaro che si unisce a quanto donato dai privati e viene poi devoluto in forma di *grant*. A questi membri è concesso di partecipare a tutte le attività di FAN, incluse le votazioni per l'attribuzione dei fondi raccolti tramite un rappresentante prescelto, ed è un'ottima occasione per fare networking e farsi conoscere all'interno della comunità. In qualità di co-sponsor di una donazione (*Corporate Grant Partner*), l'azienda che decide di collaborare con FAN

¹²¹ Il resto degli obblighi e dei diritti rimane invece analogo a quelli dei soggetti *Individual* e aziendali

sceglierà un progetto che il circolo ha deciso di finanziare e provvederà ad un'ulteriore sovvenzione (\$2500/5000/10000 a seconda della preferenza)¹²². A coloro che invece decidono di finanziare un pranzo annuale di attribuzione premi (*FAN Annual Grant Award Luncheon Sponsor*) con la quota di \$3000 FAN riserva un riconoscimento su tutti i materiali relativi all'evento e cinque biglietti per parteciparvi.

Considerata la grande importanza che un impatto significativo nella cultura ha per i membri di FAN, altre partnership sono state avviate in passato. Un esempio si è registrato con la collaborazione con la *James S. and John L. Knight Foundation*, inaugurata grazie al progetto per l'attribuzione di un nuovo premio, il *Knight New Work Award*, il quale nel quadriennio 2008-2011 ha reso possibili tre manifestazioni, tra cui le mostre *Thoughts on Democracy*¹²³ ed *Elusive Landscapes*¹²⁴, che hanno richiesto investimenti per un totale di \$150k.

Come molti altri giving circle, anche FAN è attento al benessere ed allo sviluppo personale dei membri e questo si traduce nell'organizzazione di eventi e programmi ai quali i donatori sono invitati per far maturare la propria conoscenza in ambito artistico. Eventi di punta del gruppo sono i pranzi trimestrali, momenti conviviali in cui vengono esposti argomenti d'interesse artistico (nuove tendenze, sviluppi, problemi...) dibattuti da esperti del settore, con possibilità d'interazione per i membri convenuti. I pranzi si tengono tipicamente il primo martedì dei mesi di ottobre, dicembre, marzo e maggio: nelle prime tre occasioni le attività previste ruotano appunto attorno a dibattiti con esperti, mentre nell'incontro di maggio si presentano i *grant* ed i loro vincitori. Momenti di approfondimento sono anche offerti nell'ambito della serie *FANFare*, in cui si propongono alla comunità discussioni su tematiche legate al mondo dell'arte¹²⁵: si tratta di cinque incontri che ogni anno individuano un'area di interesse e sviluppano tematiche vicine, sempre diverse dal 2011¹²⁶. FAN organizza anche eventi esclusivi indirizzati ai membri, nonché altri momenti di condivisione nell'ambito del programma *Cultural*

¹²² In questo caso il riconoscimento sarà espresso al momento dell'attribuzione del denaro oltre che nelle pubblicazioni di FAN e del beneficiario

¹²³ Reinterpretazioni da parte di 60 artisti di "Four Freedoms" di Norman Rockwell, ancora visibili all'aeroporto di Miami

¹²⁴ Organizzata da Diaspora Vibe Cultural Arts Incubator nel 2010

¹²⁵ Questo tipo di manifestazione è a pagamento; i membri di FAN hanno diritto ad uno sconto sul biglietto d'ingresso

¹²⁶ 2011: cinema; 2012: danza; 2013: musica; 2014: arte visiva; 2015: teatro; 2016: tecnologia

Camaraderie, che prevede la partecipazione dei donatori agli eventi finanziati dal circolo dietro il pagamento di un biglietto d'ingresso¹²⁷. Queste occasioni, aperte anche agli amici dei donatori, sono risultate molto utili per rilevare nuovi adepti.

Secondo quanto espresso sul sito web del gruppo¹²⁸, la gerarchia organizzativa prevede una rigida ripartizione dei ruoli che qui si riporta con i nomi degli attuali incaricati. All'apice del circolo vi è un Presidente (Maureen Gragg), con il quale si rapportano in particolare gli addetti alle comunicazioni (Betty Wohl), alle donazioni (Joan de Pontet), alla membership (Renee Lieberman e Alexa Rossy) ed alla programmazione eventi (Carol Damian). Altre figure di rilievo sono il segretario (Ann Raff), il tesoriere (Naomi Honig), i due ultimi presidenti in carica (Terry Schechter e Rachel Blechman) ed il presidente fondatore (Deborah Hoffman). A questo già nutrito gruppo si aggiungono sedici *director* e, in ultimo, la parte restante dei membri. Tutti coloro che detengono una carica fanno parte del consiglio amministrativo, che si riunisce una volta al mese da settembre a maggio per discutere di ogni eventualità relativa al benessere del circolo.

In relazione alle figure appena presentate si prevede la possibilità per tutti i partecipanti di svolgere attività di volontariato in un ambito operativo del circolo, e in particolare: nel settore comunicazione, che si occupa di inviare la newsletter per i membri 3-4 volte all'anno e di ogni comunicazione esterna; nella programmazione eventi, tramite il programma *Cultural Camaraderie* o l'organizzazione dei pranzi quadrimestrali; nel settore gestione *membership*, che si occupa di mantenere e sviluppare il network di donatori tramite l'organizzazione di attività di comunicazione e l'organizzazione di eventi speciali per chi fa già parte del gruppo; nel comitato di valutazione, che analizza le richieste di sovvenzione pervenute entro la deadline annuale e seleziona le più interessanti da proporre al giudizio dei membri tutti per il voto finale.

Il lavoro di quest'ultimo comitato entra nel vivo dopo la frequenza ad incontri di formazione con esperti ed incontri di gruppo nel mese di gennaio ogni anno. I lavori proseguono fino al mese di marzo, alla conclusione del quale vengono inviati via posta o email una brochure di presentazione dei beneficiari ed un *form* di votazione a tutti i

¹²⁷ Spesso a questi eventi è anche associato un pranzo, una cena o un momento conviviale in cui c'è l'opportunità di conoscere nuove persone, in particolare molte provenienti dal mondo artistico

¹²⁸ www.fundingartsnetwork.com

membri. Il *form* verrà poi rispedito dai membri ad un ente indipendente (banca o agenzia di contabilità) per il conteggio delle preferenze. Il verdetto positivo viene notificato ai vincitori nel mese di aprile, per poi essere reso pubblico in maggio, tramite la proclamazione in occasione di un pranzo. Il comitato di valutazione si divide in quattro team (ognuno responsabile dei progetti di un'area tra danza, teatro, musica e arti visive), che valutano i progetti in base alla qualità del programma, al merito artistico, all'impatto sulla comunità, alla presa sui partecipanti e sul pubblico indicati, all'innovazione ed all'attuabilità del budget; implicati sono anche la forza ed il supporto amministrativi dell'organizzazione e la responsabilità fiscale. I team procedono anche a valutazioni dirette, tramite colloqui con membri delle organizzazioni e visite in loco.

Normalmente la scadenza per l'invio delle candidature viene fissata per la terza settimana di settembre ogni anno e le organizzazioni candidate, dopo aver preso eventualmente parte ad un workshop illustrativo che si tiene entro i primi dieci giorni dello stesso mese, devono rispondere ad alcuni requisiti. Questi sono:

- Essere un ente attivo nei campi di arti visive o performative o ente che presenti pubblicamente programmi relativi a questi campi;
- Avere sede nella contea di Miami-Dade ed essere riconosciuto dalla legge come ente no-profit della Florida, o esserne parte;
- Risultare esentasse secondo *l'Internal Revenue Code* per almeno 36 mesi prima della presentazione della domanda di sovvenzione ed aver attivato nello stesso periodo programmi o attività inerenti alle arti visive o performative indirizzati al pubblico della contea di Miami-Dade;
- Essere registrati al *Florida Department of Agriculture and Consumer Affairs*¹²⁹;
- Richiedere finanziamenti per un programma che sia coerente con la propria natura e mission e la cui realizzazione sia prevista nella contea di Miami-Dade nel periodo che va dal 1 luglio dello stesso anno al 30 giugno dell'anno successivo¹³⁰;

¹²⁹ Requisito necessario per richiedere una donazione

¹³⁰ FAN si impegna a finanziare unicamente le attività per il periodo indicato

- Non essere un'organizzazione studentesca¹³¹;
- Non aver presentato un evento analogo nella contea nei cinque anni precedenti la richiesta di sovvenzione.

Ai candidati viene chiesto di compilare un *form* di due pagine in cui si riassumono il programma proposto ed i costi relativi, si riportano il budget annuale e il proprio *mission statement*. Se l'organizzazione è conforme ai parametri dettati da FAN per i candidati ed il progetto risulta adeguato, essi passeranno ad una fase successiva in cui si dovranno esprimere in maniera più approfondita tutti i dettagli relativi al programma; in questa fase dovrà anche essere espressa una precisa richiesta di denaro che sarà in linea con la capacità dell'organizzazione¹³²¹³³.

Per l'anno 2016 FAN è riuscito a raccogliere \$250k ed ha deciso di ripartire questa somma a 21 organizzazioni che hanno presentato una richiesta di finanziamento. Per la votazione, l'amministrazione ha diviso i beneficiari in quattro sezioni (cinque organizzazioni per sezione, tranne la quarta che ne conta sei) a seconda delle priorità espresse dal comitato di valutazione, ed è stato richiesto ai membri votanti di esprimere tre preferenze in ordine per ogni sezione. Per la sezione 1 i contributi oscilleranno tra i \$25k (primo posto) ed i \$17,5k (quinto posto), per la sezione 2 tra i \$15k (primo posto) e gli \$11k (quinto posto), per la sezione 3 tra i \$10k (primo posto) e gli \$8k (quinto posto), per la sezione 4 tra i \$7,5k (primo posto) e i \$5k (sesto posto).

L'erogazione del denaro è sottoposta a clausole contrattuali sottoscritte da entrambe le parti al momento della proclamazione dei vincitori in primavera. La somma non è mai versata nella sua totalità in un'unica soluzione, ma distribuita nel tempo di sovvenzione e scandita da alcune azioni precise, come la consegna delle ricevute di pagamento per determinate acquisizioni o la presentazione del report finale, da stilare alla conclusione

¹³¹ Esistono anche alcune clausole speciali: se il candidato è parte di un'organizzazione più grande da cui dipende direttamente (ad es. un'università o un'istituzione culturale), quest'ultima non potrà a sua volta richiedere un finanziamento nello stesso anno; se il programma presentato è creato da una partnership tra più organizzazioni diverse, la domanda di finanziamento va presentata dalla capofila, che deve anche rispondere ai requisiti di cui sopra e sarà eventualmente la beneficiaria del denaro

¹³² In base al bilancio dell'anno fiscale precedente: coloro il cui bilancio è stato inferiore ai \$500k potranno richiedere \$10k, chi è rimasto sotto il milione potrà proporre una sovvenzione fino ai \$15k, mentre a chi ha oltrepassato questa cifra sarà concessa una richiesta fino ai \$25k

¹³³ Particolarmente apprezzati sono i progetti che esprimono un forte contatto con la comunità della contea e che toccano porzioni di pubblico nuove per le organizzazioni che li presentano

delle attività sovvenzionate¹³⁴; in questo documento vengono rendicontati (e confrontati con le stime fatte nel progetto presentato in fase di candidatura) tempi e luoghi degli eventi, dati relativi alla partecipazione del pubblico, altri *grant* ricevuti per la realizzazione dei lavori, valutazioni finali da parte di organizzazione e fruitori.

3.3.1. L'intervista

Questi dati raccolti sul sito web del circolo vengono integrati dalle risposte che l'autore della presente tesi di laurea ha raccolto dalla presidente di *Funding Arts Network*, Maureen Gragg, che si coglie l'occasione per ringraziare per il prezioso contributo. A seguire il questionario con le risposte ottenute ed alcune considerazioni finali.

1. Perché ha voluto partecipare a questo circolo?

Per supportare le arti nella contea di Miami- Dade, per saperne di più riguardo a ciò che stava accadendo nella mia città e per conoscere nuove persone

2. Perché ha scelto questa forma di filantropia e non un'altra?

Partecipo a molte altre attività filantropiche ma sentivo che la mia donazione poteva essere più efficace se unita ad altre

3. Ha avuto benefici (moralì, materiali ecc.) da quando è entrata nel gruppo?

Sì, benefici sociali: ho conosciuto tante donne che altrimenti non avrei conosciuto ed assistito a molte attività di cui altrimenti non avrei fruito (teatro, danza, arte)

¹³⁴ Entro i 30 giorni successivi

4. Quali sono le parti più semplici e quali quelle più difficoltose in una relazione con un beneficiario?

Non cerchiamo di sviluppare una „relazione“ con i nostri beneficiari. Incoraggiamo le organizzazioni a fare richiesta per le donazioni ma non lavoriamo con loro per sviluppare le donazioni assegnate. Cerchiamo di essere giusti e stiamo attenti a non accettare favori extra dalle organizzazioni, favori che non concediamo neanche noi a nessun candidato

5. Come il vostro gruppo decide di assegnare i fondi? Il comitato di valutazione è completamente composto da volontari? Chi tiene i workshop per i possibili candidati e come il processo di orientamento prende forma?

Abbiamo processi di richiesta e di valutazione. Sì, non abbiamo impiegati. I workshop sono condotti dal presidente e dal responsabile per le donazioni, con la partecipazione del manager per le donazioni. Mandiamo un avviso tramite email e segnaliamo l'informazione sul nostro sito web. Tutto il materiale utile per la richiesta viene inviato via email ai possibili candidati

6. Ci sono difficoltà che si possono presentare durante il processo di donazione? Se sì, quali sono?

Certamente, la maggiore difficoltà sta nel rimanere imparziali e concentrarsi sui programmi invece che sulle organizzazioni che li presentano

7. Com'è organizzato il gruppo in termini di responsabilità e diversi ruoli che i membri hanno?

Abbiamo un consiglio d'indirizzo ed un consiglio esecutivo. I membri non hanno responsabilità oltre a pagare le quote. I membri sono incoraggiati a partecipare al processo di valutazione, a partecipare agli eventi in cui si assegnano i contributi ed a stimolare i loro amici ad unirsi a FAN

8. Siete riconosciuti come gruppo dinanzi alla legge? Se sì, come?

Sì, siamo un'entità esentasse 501©3; ci è richiesto esserlo e dobbiamo essere registrati allo stato della Florida per sollecitare le donazioni. Rispettiamo tutti i prerequisiti legali relativi¹³⁵

9. Qualche membro del vostro gruppo prende parte a forme di volontariato per aiutare i beneficiari?

No, in quanto gruppo compriamo i biglietti o vediamo le esibizioni che sponsorizziamo. I singoli individui possono aiutare qualsiasi organizzazione desiderino in quanto individui

10. Crede che un miglioramento nei risultati e nella prestazione potrebbe essere possibile? Se sì, come?

Certo, tutto può essere migliorato. Modifichiamo leggermente il processo ogni anno. L'anno scorso abbiamo provato a portare avanti il processo di donazione completamente per vie elettroniche, il che è stato per lo più un successo, ma alcune persone del comitato di valutazione preferivano comunque la carta, per cui agiamo principalmente (ma non unicamente) in forma elettronica quest'anno

¹³⁵ Un'organizzazione 501©(3) è il più comune dei 29 tipi di organizzazione no profit 501© negli USA. Per essere esentasse, queste organizzazioni devono essere approvate dall'Internal Revenue Service, che si attiene a quanto scritto nell'Internal Revenue Code. In questa categoria possono cadere entità che operano esclusivamente per scopi religiosi, benefici, scientifici, letterari o educativi, per controllare la sicurezza pubblica, per incoraggiare le competizioni sportive amatoriali nazionali o internazionali o per prevenire la crudeltà verso bambini o animali. Visti i vantaggi associati a questo status, la sua perdita potrebbe causare grossi problemi alla prosperità di un'organizzazione no profit, dato che molti programmi di finanziamento richiedono ai beneficiari di essere esentasse secondo questo modello, così come i privati lo ricercano per la detraibilità fiscale della propria donazione

11. Donazioni private „extra“ avvengono frequentemente? Perché pensa che questo accada?

Sì, ma non vengono monitorate. La gente vuole supportare ciò che vuole e può supportare

12. In che modo il gruppo realizza quanto denaro donare ad un beneficiario? Ci sono somme fisse o il processo segue i bisogni dell'organizzazione?

Questo è molto complicato. Definiamo un totale in base al numero dei membri (100% del versato va alle donazioni), decidiamo quante donazioni faremo e poi procediamo con la valutazione dei progetti, i membri votano e le somme sono basate sul budget annuale del candidato e sulla priorità dei voti

13. Le relazioni con i beneficiari sono solitamente continuate dopo la fine delle sovvenzioni? Se sì, come?

Solo se le organizzazioni si sono candidate per un altro *grant*

14. Qual è l'importanza delle arti nella sua comunità e perché è importante finanziarle?

L'arte è importante in qualsiasi comunità. Quando FAN fu fondato, il supporto governativo per le arti si stava assottigliando, per cui un gruppo di donne decisero di attivarsi. FAN ha donato circa \$4 mln dalla sua fondazione vent'anni fa

15. Perché avete deciso di creare varie opzioni di adesione al gruppo (ad esempio *Individual, Associate, Fast Track* per i singoli)?

Individual è la modalità di *membership* regolare, *Fast Track* è per i nuovi membri che non sono sicuri di voler versare l'intera somma di \$1000 ed hanno quindi l'opportunità di "testare il terreno", *Associate* è per i giovani (under40) che potrebbero non potersi

permettersi l'intera donazione di \$1000 all'anno, e *Duet* è per i partner che desiderano presenziare agli eventi. Vogliamo incoraggiare la maggior partecipazione possibile cosicché la nostra possibilità di sovvenzione possa crescere.

16. Può riportare qualche esempio di persone che hanno beneficiato del vostro supporto con una breve descrizione di chi sono e di cosa trattava il progetto che avete finanziato?

Un esempio è *M Ensemble*, un piccolo gruppo di teatro nero che abbiamo supportato per molti anni. Il nostro supporto li ha aiutati a rimanere in attività. Molti gruppi richiedono una donazione ogni anno; a volte scegliamo i loro progetti, a volte no

17. Qual è l'età media dei donatori? Non sono sicura ma credo attorno ai 60-65 anni

18. Fate controlli regolari sull'andamento dei progetti durante lo svolgimento?

Sì, paghiamo in base ai dati ricevuti e richiediamo la massima conformità ai termini esposti nel nostro contratto di attribuzione delle donazioni

19. Organizzate eventi in cui i membri approfondiscono la loro conoscenza della filantropia?

No, organizziamo eventi per aumentare la loro conoscenza delle arti (pranzi e frequenza agli eventi sponsorizzati dal gruppo)

3.4. Considerazioni

Dopo aver passato in rassegna queste tre diverse realtà può essere utile fare un breve punto su ognuna di esse, confrontarle tra di loro e con la letteratura di cui si è trattato nel capitolo precedente. Tutti i casi si rifanno in qualche modo a quanto riportato dagli studiosi, ma hanno anche interessanti caratteristiche che differiscono da quanto presentato.

Partendo dalla definizione di *giving circle*, è curioso vedere come I100WA sia la realtà che più corrisponde alle caratteristiche espresse da Eikenberry e colleghi¹³⁶, in quanto si tratta veramente di un fondo comune creato grazie ai contributi versati dai membri, che poi decidono insieme a chi assegnare il denaro. Questo non è esattamente il caso dei circoli americani, che invece trovano forme di comitati relativamente chiuse che vanno a scremare o comunque ad indirizzare le proposte da proporre poi ai membri tutti.

Da segnalare sono anche i dati relativi al volontariato ed alle donazioni libere aggiuntive. I membri di TWA e I100WA risultano attivi in qualche forma di volontariato, mentre chi fa parte di FAN preferisce svolgere eventualmente queste attività in maniera autonoma. Per quanto riguarda contributi extra, la letteratura sottolinea una propensione maggiore dei partecipanti ai *giving circle* a versare denaro non richiesto alle cause da loro preferite rispetto agli altri organismi filantropici. Questo aspetto pare in realtà essere presente ma non così preponderante come ci si potrebbe aspettare, almeno da quanto traspare dalle testimonianze degli intervistati.

Si nota anche, come sottolineato dalla letteratura, una dimensione sociale molto forte che spinge le persone ad unirsi: oltre a credere che il donare insieme abbia un impatto più deciso sulle comunità che farlo individualmente, risulta che i membri dei circoli decidano spesso di unirsi anche per essere attorniati da persone che vogliono agire come loro riguardo la causa abbracciata, ma anche per conoscere nuove persone.

Sicuramente non bisogna dimenticare che si stanno prendendo in considerazione due Paesi molto diversi tra loro, in questo caso specialmente per il diverso approccio alla

¹³⁶ Eikenberry, Breeze (2015)

cultura filantropica date le diverse condizioni esistenti, per esempio per quanto riguarda il sostegno della cultura da parte dei governi. Il clima filantropico australiano non è poi forse ancora maturo (e forse mai lo sarà) per avere una presenza così massiccia di sostenitori privati delle arti come succede negli USA, a causa di una presenza (anche se a tratti velata) di un sostegno governativo che consente alle arti una sussistenza di base.

Si nota anche un interesse vago nel mantenere un rapporto con i beneficiari dopo il termine del periodo di sovvenzione. Da un lato il fatto è comprensibile visto l'alto numero di partecipanti che ogni anno sono in contatto con i circoli, ma dall'altro questo potrebbe portare ad una riflessione sul significato delle donazioni: per quanto i *giving circle* vogliono aiutare le organizzazioni no profit ed incrementare il benessere delle loro comunità, dall'altra parte non sembra esserci particolare interesse nel continuare la relazione, che invece potrebbe portare ad ulteriori sovvenzioni e contatti utili.

Si trova interessante anche il diverso approccio che questi tre gruppi hanno nei confronti dell'apprendimento di nuove conoscenze e capacità. Mentre i circoli americani sono più focalizzati sulle donazioni e sul fare esperienze sociali che accrescano la propria consapevolezza artistica, quello australiano propone anche approfondimenti specifici sulla filantropia ed un programma pensato esclusivamente per i giovani (*Young Impact100WA*). Questi fatti sono senz'altro indice di concezioni diverse del proprio operato: il fatto di stimolare la conoscenza della filantropia implica una volontà di creare un gruppo più cosciente su quello che fa, il quale potrà portare avanti le proprie attività in modo migliore in futuro; questo è confermato anche dalla creazione di un gruppo di giovani donatori, che ora forse non comprendono neanche bene il significato del termine, ma in cui viene gettato un seme che i genitori sperano germoglierà negli anni a venire confermando una propensione all'aiuto del prossimo. Su questo fronte, I100WA rispecchia senz'altro quanto esposto da Williamson nei suoi scritti sui *giving circle*, dove appunto sottolinea che in Australia c'è una forte volontà di espandere la conoscenza della filantropia all'interno di questi contesti, i quali rimangono pure meno formali rispetto a gran parte delle realtà americane.

In base a quanto presentato nella letteratura, nonostante le classificazioni proposte da Eikenberry siano un po' datate, tutti questi gruppi si indirizzano a singole organizzazioni ed ai loro progetti, per cui potrebbero essere considerati organizzazioni formali,

specialmente data la loro grandezza e la grande disponibilità filantropica. Si trova una certa corrispondenza anche per quanto riguarda l'organizzazione: tutti i gruppi hanno una gerarchia organizzativa precisa, e si avvalgono di una qualche forma di sottogruppo per facilitare le attività; nonostante ciò, a differenza dei casi esposti nella letteratura, le decisioni vengono prese dalla totalità dei partecipanti, specialmente per quanto riguarda il caso australiano, dove tutti possono accedere alla valutazione dei progetti in prima istanza e quindi procedere ad una scrematura eventuale condivisa. Per questo fatto e per un consenso più "partecipato", I100WA può forse essere considerato un ibrido tra un'organizzazione formale ed un gruppo piccolo.

4. Il Contesto Italiano

Dopo aver presentato la situazione internazionale relativa ai *giving circle*, in questo ultimo capitolo si parlerà della situazione italiana nel settore del *fundraising* culturale, con una menzione a realtà che possono considerarsi vicine alle esperienze anglosassoni di cui si è parlato finora. Per farlo ci si avvarrà del prezioso aiuto di due *fundraiser* professioniste: Marianna Martinoni, consulente di *fundraising* per il no profit, ed Elisa Bonini, libera professionista per *fundraising*, media e comunicazione. Dal confronto con queste esperte si trarranno poi conclusioni ed idee per sviluppare un'argomentazione più precisa su esempi concreti presenti nel nostro Paese e sulla possibile esistenza dei *giving circle* in rapporto ad un diverso approccio alla filantropia rispetto a quanto succede altrove.

4.1. Le Interviste

4.1.1. Marianna Martinoni

1. Secondo la sua esperienza e considerata la presenza ancora marginale della cultura del *fundraising* in ambito culturale in Italia, come quest'ultima è vissuta in maniera diversa rispetto a quanto accade nei Paesi anglosassoni? Come il diverso approccio si rapporta alla mentalità delle persone oltre che alle sovvenzioni pubbliche?

La realtà italiana è molto particolare, quasi paradossale: nel nostro Paese abbiamo la fortuna di avere un patrimonio di enorme rilievo rispetto a quello di altri, ma i dati parlano chiaro e c'è ancora poca disponibilità da parte del cittadino medio a donare nel settore culturale. Questo succede per vari motivi. Gli italiani sono abituati a pensare al sostegno di arte cultura come ad un "compito" della sfera pubblica oppure di persone ad alto reddito; dall'altra parte vi è -o era, almeno fino al 2005- un atteggiamento del mondo culturale largamente élitario, per il quale le organizzazioni sapevano di poter contare sul finanziamento pubblico indipendentemente dal successo delle loro attività

e dalla capacità di coinvolgere pubblico. Dal 2005 questo trend ha cominciato lentamente a cambiare, vista la diversa spinta che il governo stava dando al sostentamento di arte e cultura, ed iniziative di *fundraising* si sono fatte sempre più spazio sulla scena nazionale iniziando a cercare di coinvolgere enti e fondazioni di erogazione, imprese e privati cittadini, favorendo allo stesso tempo un approccio più democratico e con maggiore enfasi sul rapporto con le comunità. I contesti culturali anglosassoni viceversa sono sempre stati ampiamente finanziati dai privati per via di governi meno disposti del nostro a concedere fondi a quest'area. Credo che l'Italia potrebbe prendere esempio da quanto è stato fatto anni fa nel Regno Unito, ancora di più di quanto succede oggi: lì il governo, a partire dalla fine degli anni '80 del secolo scorso, è stato costretto a ridurre fortemente il finanziamento al settore, attivando però parallelamente incentivi ampiamente premianti per chi dona a favore delle organizzazioni culturali, fatto che ha certamente fatto cambiare l'attitudine di cittadini e imprenditori; inoltre sono state promosse iniziative per formare professionisti nel campo del *fundraising* all'interno delle stesse organizzazioni culturali, così da incoraggiare un'autosufficienza maggiore a teatri, musei, biblioteche, centri culturali ecc.

2. Quali sono secondo lei i tratti caratteristici più interessanti dei *giving circle*? Quali i più innovativi?

Mi piace il fatto che delle persone decidano di riunirsi autonomamente e di attivarsi per cercare di fare qualcosa per il proprio territorio e la comunità. Nei casi che lei mi ha proposto risulta anche che ci siano delle formazioni di membri che si riuniscono per valutare i progetti all'interno dei circoli: trovo questo un segnale di grande maturità. Penso che al momento in Italia si stia cercando di attivare qualcosa di simile con l'esperimento promosso da Fondazione Cariplo con il progetto "Welfare di Comunità e Innovazione Sociale", nato con l'obiettivo di contribuire ad innovare l'attuale sistema di welfare sostenendo sperimentazioni che sappiano attivare risposte più efficaci, efficienti ed eque, rafforzando la dimensione comunitaria, coinvolgendo la società ed i cittadini in processi partecipati e rendendo così maggiormente incisiva, stabile e sostenibile l'innovazione prodotta.

3. Pensa che questo strumento possa essere particolarmente efficace in ambito culturale? Perché (no)?

Credo potrebbe funzionare perché ci sono persone che frequentano il mondo culturale che potrebbero apprezzare il fatto di partecipare a gruppi che si impegnano economicamente per il sostegno del settore, a condizione però di entrare a far parte di un'élite. Esperienze più vicine a quella dei *giving circle* esistono già in Italia ma in altri contesti. Moltissimo si sta muovendo ad esempio nei progetti che tentano di rispondere alle nuove situazioni di vulnerabilità create dalla recente crisi economica o in seguito all'accresciuta presenza di stranieri in alcune comunità. Mi viene in mente per esempio l'esperienza del "Gruppo di risparmio locale a sostegno della coesione sociale" nato a Paderno (MI), dove gruppi di cittadini si sono attivati nel sostegno a famiglie residenti nel quartiere Villaggio Ambrosiano che attraversano un momentaneo stato di difficoltà economica. In questo caso ad attivarsi sono cittadini residenti nel quartiere, non necessariamente con grandi disponibilità economiche. Non so se questa stessa dinamica funzionerebbe per progetti strettamente legati a tematiche culturali, a meno che tali progetti non siano rivolti a generare impatti sociali significativi nelle rispettive comunità di riferimento, come ad esempio fa da alcuni anni la scuola di musica di Fiesole con il progetto "Piagge e Sorgane".

4. Secondo lei il bacino filantropico italiano potrebbe rispondere positivamente all'introduzione di tali circoli? Perché (no)?

Ci sono già delle forme in qualche modo simili, in particolare persone con una certa disponibilità economica che finanziano progetti (e.g. i service club), e anche altri gruppi in cui individui uniti da uno stesso interesse o ideale culturale si impegnano per una determinata causa (e.g. le associazioni "amici dei musei"). I *giving circle* potrebbero essere uno step successivo che si potrà intraprendere quando ci sarà una maggiore cultura della donazione in campo culturale.

5. Le persone coinvolte nel meccanismo di donazione dei *giving circle* possono essere considerate più attive e interessate rispetto a coloro che donano seguendo altre forme di filantropia visto il meccanismo che coordinano direttamente per l'assegnazione dei *grant*? Una differenza di interesse per le donazioni in campo culturale si può anche in un certo senso riscontrare tra la situazione italiana e quella anglosassone?

Il fatto che le proposte di sovvenzione vengano analizzate da comitati preposti (o sottogruppi simili) e che quanto viene finanziato sia effettivamente controllato e rendicontato fa senz'altro desumere che i membri dei *giving circle* siano tendenzialmente più attivi ed interessati ai progetti che sostengono, e di conseguenza a dove va il loro denaro; mi sembra una garanzia di maggior qualità rispetto al fare semplici donazioni alle realtà vicine all'individuo. Per quanto riguarda l'interesse, la risposta è di natura più sociologica: vari fattori influenzano le diverse culture, e in America sicuramente gli stimoli da parte delle organizzazioni culturali a donare, misti ad una diversa educazione (che propone ad esempio l'insegnamento del "give it back") ed a tecniche di *fundraising* e di comunicazione più collaudate, oltre che ad una rendicontazione delle necessità e dell'impatto delle attività sovvenzionate più puntuale, hanno favorito una cultura del dono più diffusa. Di questi giorni è ad esempio la notizia che a seguito dell'elezione di Trump, la società americana sta rispondendo con un aumento inedito delle donazioni al no profit alla crescente preoccupazione per quanto il nuovo presidente degli USA ha dichiarato di voler fare in merito a sanità, diritto all'aborto, migrazioni e cambiamento climatico.

6. Secondo la sua esperienza in campo culturale, i donatori italiani sono sufficientemente a conoscenza del panorama artistico che li circonda e delle organizzazioni che potrebbero beneficiare della loro presenza? Pensa che ci sarebbe bisogno di eventi educativi come quelli promossi dai *giving circle*?

In Italia sono in genere i singoli enti che si espongono indipendentemente ai possibili donatori riguardo i loro progetti. Le donazioni di casa nostra sono quindi spesso eterodirette, risultano cioè come risposte a sollecitazioni piuttosto che essere iniziative

personali. Credo che per questo aspetto il funzionamento dei *giving circle* sia molto vicino a quello dei service club.

7. L'esempio australiano mostra donatori mossi da grande senso civico ed aperti a svariate realtà no profit. Secondo lei i benefattori italiani potrebbero ricalcare una simile sensibilità "a tutto tondo"?

Sì, come viene riportato anche da molte ricerche sul settore gli italiani che donano il loro denaro lo fanno in genere a più di una causa, seguendo i loro interessi; detto ciò, è però pur vero che l'ambito culturale risulta sempre essere secondario rispetto ad altri temi, in particolare quelli che riguardano le realtà socio-assistenziali. I donatori in genere sono a tutto tondo se la loro disponibilità economica lo consente loro, difficilmente mettono blocchi.

4.1.2. Elisa Bonini

1. Secondo la sua esperienza e considerata la presenza ancora marginale della filantropia in Italia in confronto ai Paesi anglosassoni, come quest'ultima è vissuta in maniera diversa nelle due (ma in realtà più) culture? Come il diverso approccio si rapporta alla mentalità delle persone oltre che alle sovvenzioni pubbliche?

In Italia solo per alcuni ambiti la filantropia è sviluppata. Vi è una cultura del dono molto diversa generata anche da un contesto sociale e fiscale molto differente. Se si pensa alle arti è ancora molto scarsa la conoscenza in materia di benefici fiscali e ultimamente lo stato sta promuovendo solo l'ArtBonus per le donazioni liberali legate al patrimonio di proprietà pubblica tagliando fuori però tantissimi altri soggetti beneficiari. Inoltre non vi sono i benefici fiscali che ci sono nei paesi anglosassoni e questo rende meno appetibile la donazione. In Italia in ambito culturale la tutela del patrimonio è sempre stata appannaggio di élite o dello stato e pertanto c'è un impegno civico diverso da quello che si registra nei Paesi anglosassoni. In più fino a poco tempo fa in Italia l'unico strumento di raccolta fondi riconosciuto con facilità era la sponsorizzazione: ancora oggi esistono molte organizzazioni culturali che credono di basare la propria strategia solo su questo

strumento. A parte quanto sopraccitato vi è una sorta di diffidenza da parte del donatore a donare poiché in Italia spesso si collega il dono a situazioni poco trasparenti quando invece non dovrebbe essere così. Il senso di responsabilità civica che esiste nei Paesi anglosassoni qui non c'è perché soprattutto in cultura fino a qualche anno fa era il pubblico che aveva il "dovere" di impiegare i soldi dei cittadini nella tutela e valorizzazione del patrimonio o in altri progetti di utilità sociale. Solo ora si assiste a un inesorabile cambio di rotta secondo il quale lo stato non ha più le risorse per mantenere l'immenso patrimonio e questo ha generato un senso civico diverso, sfociato poi soprattutto verso grandi organizzazioni la cui missione è proprio la tutela della cultura e delle opere d'arte a livello nazionale o a livello locale a seconda della mission di ciascuna di esse.

2. In base a quanto esposto nel materiale fornitole dall'autore di questa tesi, trova somiglianze di qualsiasi genere tra i *giving circle* e strumenti filantropici attivi in Italia? Se sì, quali?

Credo che la situazione italiana sia più immatura rispetto ai Paesi anglosassoni e pertanto non si trovino casi di *giving circle*, piuttosto vi sono le *membership* dei musei oppure fondazioni americane o italiane che operano in Italia in ambito culturale e che fanno raccolta fondi per sostenere progetti di restauro principalmente, poiché in Italia la necessità è focalizzata sulla tutela del patrimonio. Si tratta di realtà indipendenti ma che lavorano in stretto contatto con lo stato, la soprintendenza e gli enti pubblici preposti alla tutela e alla conservazione. Per quanto riguarda le *membership*, esse si stanno diffondendo come strumento di raccolta fondi da un lato e di *audience development* dall'altro, ma in questi casi si tratta di gruppi interni alle organizzazioni culturali, che li gestiscono internamente e non danno ai donatori poteri più specifici di indirizzo dei loro contributi.

3. Quali sono secondo lei i tratti caratteristici più interessanti dei *giving circle*? Quali i più innovativi?

Apprezzo l'idea del bene relazionale, ossia il fatto che si possano donare non solo denaro ma anche relazioni, competenze e beni, e che in cambio si abbia un valore aggiunto ed un arricchimento morale e culturale. Questo aspetto è ancora poco sentito in Italia, anche se secondo il mio parere è verso questi temi che la raccolta fondi deve tendere e con essa anche le organizzazioni preposte alla valorizzazione e alla tutela del patrimonio.

4. Pensa che questo strumento sia particolarmente efficace in ambito culturale? Perché (no)?

Credo che su quanto appena enunciato dovrebbe fondarsi la cultura del dono anche in Italia, e invece siamo ancora (purtroppo) molto influenzati dallo scambio di beni equivalenti: la sponsorizzazione ne è la testimonianza. Molte ONP in ambito culturale pensano che "dono" significhi unicamente "sponsorizzazione" e che questo sia l'unico strumento attraverso cui attivare la raccolta di risorse economiche, dimenticandosi che invece c'è molto di più. Non è detto che alle organizzazioni culturali italiane serva solo denaro; accanto a questo sono infatti anche importanti relazioni, competenze, volontari e tempo. Spesso non è poi chiara la mission dell'organizzazione e questo rende molto più difficoltoso il costruire progetti non solo sostenibili ma anche appetibili per i donatori, i quali non solo non vedono in loro stessi un'utilità sociale, ma soprattutto non capiscono quale possa essere il loro ruolo.

5. Crede ci possa essere un'efficacia differente tra coloro che donano ad un ambito singolo (e.g. arte e cultura) e coloro che invece accettano proposte di sovvenzione da ogni realtà no profit?

Non credo vi sia un'efficacia differente ma un diverso approccio da parte dei beneficiari verso i propri donatori. L'eterogeneità dei gruppi spinge i singoli a donare per una causa piuttosto che per un'altra, ma soprattutto l'adesione è legata al bisogno di partecipare attivamente alla vita della propria comunità. Se si pensa all'Italia esiste già una differenza nella modalità di vivere la comunità, che, associata a una diversa concezione

del dono, non consente secondo me ad oggi un paragone con queste forme di filantropia così evoluta.

6. Secondo quanto fornitole dall'autore di questo testo e la sua esperienza, che differenza c'è tra un *giving circle* (o comunque una realtà filantropica) indipendente ed uno che nasce all'interno di un organismo più grande che in qualche modo ne contiene e limita le attività?

Dal punto di vista della destinazione dei fondi raccolti e della gestione del gruppo c'è differenza tra i due casi, poiché i gruppi che nascono all'interno di un organismo più grande sono indissolubilmente legati ai progetti dell'organizzazione, che ne gestisce anche il piano di raccolta fondi. Ai donatori è richiesto solamente di versare denaro e difficilmente hanno potere di indirizzo, mentre i *giving circle*, oltre a promuovere un'eterogeneità di cause, temi e organizzazioni beneficiarie delle loro donazioni sul piano generale, hanno maggiore autodeterminazione e non sono legati ad un ente specifico, quindi risultano anche più indipendenti nelle scelte. In Italia non ho memoria di *circle giving* di questo tipo, e le attività di filantropia, anche quando sono effettuate da privati cittadini, avvengono verso organizzazioni specifiche.

7. L'esempio australiano mostra donatori mossi da grande senso civico ed aperti a svariate realtà no profit. Secondo lei i benefattori italiani potrebbero ricalcare una simile sensibilità "a tutto tondo"?

Gli italiani donano per diverse cause, però credo non siano ancora pronti a concepire che un solo organismo si possa interfacciare con una pluralità di progetti provenienti da ambiti molto diversi tra di loro. Nel nostro Paese c'è un'identificazione dei donatori con organizzazioni destinatarie strettamente caratterizzate in singoli settori, con le quali essi condividono un modo di agire ed una certa visione del mondo.

8. Cosa ne pensa di questi circoli?

Credo siano una buona esperienza nei Paesi in cui la cultura del dono è già matura e pronta per accogliere queste forme di filantropia. In Italia c'è ancora molta strada da fare, soprattutto per quanto riguarda il settore culturale, e gli italiani non sono ancora pronti a queste nuove pratiche, faticano ancora a donare alle organizzazioni più conosciute.

4.1.3. Considerazioni sulle Interviste

Dalle parole delle intervistate si capisce come, per vari motivi, il contesto culturale italiano sia ancora molto lontano dall'adottare gruppi simili ai *giving circle*. Questo avviene come appena visto per ragioni intrinseche ad una cultura del dono differente, che a sua volta proviene da una cultura e da una storia economica e strategico-politica differenti. Enfasi è stata posta anche su un diverso rapporto con la comunità quando si tratta di finanziare progetti artistico-culturali: sembra infatti che nel mondo anglosassone vi sia, anche per motivazioni legate ad un patrimonio tangibile differente, una propensione a donare maggiormente per progetti concreti che toccano le persone in maniera palese ed apportano un beneficio tangibile dall'immediato alle loro vite, mentre in Italia l'attenzione è concentrata in maniera preponderante sui beni culturali. Qui pare anche, data la cultura del dono meno sviluppata ed ancora legata a pregiudizi arcaici, che situazioni di erogazioni di gruppo completamente indipendenti e slegate da un contesto istituzionale non siano ancora possibili. Interessante sarebbe anche far maturare in maniera più completa il concetto di "bene relazionale", ovvero uno scorrere di denaro, ma anche di relazioni e competenze dagli erogatori ai riceventi per generare arricchimento da entrambe le parti. A questo punto, avendo capito che la situazione italiana e quella anglosassone sono differenti sotto vari aspetti, si passeranno in rassegna alcuni esempi attivi in Italia rintracciati in seguito a ricerche, confronti con altre persone o conosciuti da esperienze passate; questi potrebbero avere caratteristiche simili a quelle dei *giving circle*, le quali saranno poi utili per generare confronti.

4.2. Parlando di “Circle”

Parlando di “circle” si è voluta approfondire se qualche entità con questo nome nel campo della filantropia esistesse in Italia. Spesso si parla infatti di circoli dando un nome inglese ad un gruppo, ma non è detto che le formazioni condividano i tratti dei *giving circle* analizzati in questo lavoro. Facendo una ricerca ho trovato almeno un paio di esempi emblematici che ricadono in questa tipologia, entrambi in qualche modo collegati alla cultura.

Un primo caso è quello del *Guggenheim Circle*, attivo presso la Peggy Guggenheim Collection veneziana. Già dal nome e dal contesto si può capire che questo non è veramente un *giving circle*, ma piuttosto un *donor circle*, dove con questo termine si indica un gruppo di donatori che contribuisce al benessere di una sola organizzazione, entro la quale in genere si costituisce. Partito da un nucleo iniziale di sostenitori nel 1982, il Guggenheim Circle è nato come tale nel 1996 e viene definito come una “dinamica ed esclusiva comunità di appassionati d’arte moderna e contemporanea”¹³⁷ che conta ad oggi più di cento membri sparsi sul territorio nazionale.

Aperto annualmente a nuovi partecipanti (spesso invitati da chi è già socio), c’è una certa somiglianza tra questa formazione ed i *giving circle* nell’intento educativo: entrambi infatti promuovono iniziative di formazione come visite, viaggi e conferenze per stimolare la conoscenza dell’arte nei partecipanti. Queste azioni hanno tuttavia sfaccettature differenti: mentre nei casi analizzati in precedenza gli eventi “accessori” hanno funzione di far conoscere ai membri l’arte che sta loro intorno per poi eventualmente prendere a cuore la causa e indirizzare donazioni alle organizzazioni (o comunque essere più coscienti di quanto accade nella propria comunità), per il Guggenheim Circle il tutto rimane su un piano di conoscenza storico-artistica e di crescita personale. Vi è poi senz’altro come in molte altre forme di filantropia la volontà di stringere un rapporto con gli altri soci: per questo vengono organizzati periodicamente incontri conviviali (come viene fatto per i *giving circle*) come pranzi o cene dove i membri si incontrano e si conoscono.

¹³⁷ <http://www.guggenheim-venice.it/membership/circle.html>

Come detto, il Guggenheim Circle si occupa della prosperità della Peggy Guggenheim Collection di Venezia, in particolare alimentando un “Fondo acquisizioni opere su carta”, i cui acquisti vanno ad arricchire in senso più lato la collezione permanente della Fondazione Solomon R. Guggenheim, di cui fa parte la galleria veneziana¹³⁸. La quota di iscrizione per questo gruppo è di 500€ annuali e di 300€ per coloro che hanno meno di 40 anni. Le opere da acquistare vengono selezionate dal museo stesso, per cui il circolo, livello associativo della Collezione senza potere decisionale, non ha voce a riguardo. Per chi si iscrive sono tipicamente previsti una serie di vantaggi seguendo il classico schema di “Amici di”, tra cui l’ingresso gratuito alla Collezione Peggy Guggenheim e ad altre gallerie d’arte selezionate, cataloghi omaggio, sconti ai café della Fondazione ecc. L’organizzazione e la proposta delle attività, la scelta delle opere da acquistare e la comunicazione vengono effettuate dallo staff interno alla Collezione Peggy Guggenheim; le attività non sono quindi portate avanti su base volontaria.

Un altro esempio è *The Circle Italia Onlus*, branca italiana del gruppo *The Circle Association* fondato nel 2008 nel Regno Unito dalla cantante Annie Lennox. Nel Belpaese dal 2010, questo è un progetto aperto solamente alle donne, le quali, utilizzando le proprie competenze e risorse, sostengono iniziative a favore di altre donne in difficoltà nel mondo. Molte celebrità¹³⁹ hanno aderito a questo gruppo sposandone la causa, senz’altro avendo anche un impatto chiave nei programmi di comunicazione mediatica; insieme a loro altre partecipanti provenienti da diversi contesti sociali, che portano con loro idee, abilità ed entusiasmo per combattere la povertà e l’ingiustizia, favorendo azioni di raccolta fondi, comunicazione e sensibilizzazione affinché alle donne di tutto il mondo siano garantiti diritti e l’accesso a risorse primarie come la terra, la parità dei sessi, l’istruzione e il credito in un’ottica di importante sviluppo comunitario.

Dal momento di fondazione, *The Circle Italia Onlus* ha promosso e patrocinato diverse iniziative solidali dedicate alle donne e creato alcuni sottogruppi tematici (*TC Fashion*, *TC Legal*, *TC Design*) per sviluppare in modo più preciso alcuni tipi di progetto. Da segnalare anche la collaborazione a partire dal 2012 con Oxfam Italia, la quale ha portato alla creazione di ulteriori eventi e campagne di aiuto e sensibilizzazione come *Women’s*

¹³⁸ Ad oggi sono state acquistate cinque opere, una delle quali in collaborazione con altri gruppi attivi all’interno della Collezione

¹³⁹ Ad esempio l’attrice Cristiana Capotondi e la stilista Marta Marzotto

*Circle e Feed It!*¹⁴⁰. Il lavoro che questo circolo fa è molto spesso in sinergia con quello di altre grosse entità aziendali o del no profit per assicurare un supporto maggiore alle donne che hanno bisogno di aiuto in giro per il mondo.

4.3. I Service Club

Secondo la mia esperienza ed i confronti che ho avuto con gli esperti del settore, potrebbero risultare alcune somiglianze tra i *giving circle* ed i *service club* (“club di servizio” in italiano). Questi sono “tipi di club formalmente organizzati da persone che intrattengono, sulla base di valori condivisi, dei rapporti di amicizia e che nel contempo si impegnano insieme per il bene di altri”¹⁴¹ sostenendo cause legate a scopi umanitari, culturali, sociali educativi o sanitari. Questi gruppi sono organizzazioni no profit volontarie, non hanno orientamento politico o religioso e sono presenti in diverse nazioni in un’ottica di collaborazione e di amicizia; essi sono anche definiti da una precisa mission “di servizio” e da benefit per i membri, visti in un’ottica di crescita personale e comunitaria attraverso relazioni fondate sull’amicizia.

Gli esempi più conosciuti di club di servizio sono il *Rotary Club* e il *Lions Club*¹⁴² e spesso esistono federazioni internazionali (tipicamente identificate con il nome del gruppo seguito dall’aggettivo *International*) che comprendono tutte le sezioni attive nei vari stati. Queste federazioni hanno il compito di amministrare e gestire standard condivisi da ogni sezione, organizzare gli incontri tra i vari distaccamenti e anche eventi di sostegno umanitario di grande portata non affrontabili dai singoli club. Nonostante questa dimensione senza confini (che spesso vede anche la presenza di *distretti*, ovvero raggruppamenti di singoli club per zona di attività), i soci rimangono sempre e solo affiliati alla propria realtà locale. Mentre per i vari distaccamenti e la federazione

¹⁴⁰ Il primo è una serata di musica dal vivo con raccolta fondi che si tiene annualmente mentre il secondo è stata la presentazione di oggetti di design che poi andranno all’asta ed il ricavato sarà devoluto ad Oxfam

¹⁴¹ https://it.wikipedia.org/wiki/Club_di_servizio

¹⁴² Altri sono ad esempio Soroptimist, Kiwanis, Round Table ed Inner Wheel

internazionale esistono presidenti nominati da ogni gruppo in maniera democratica, i distretti vedono al loro vertice governatori, pure eletti democraticamente dai membri dei vari club¹⁴³.

Per quanto riguarda l'ingresso e l'associazione ai club, solitamente sono i membri che propongono un nuovo possibile componente al gruppo (proveniente dalla stessa area geografica), che potrà entrare a farvi parte solamente ottenendo il nulla osta da parte di tutti gli affiliati. Molto considerate sono la professione e l'attitudine dei candidati: i club dovrebbero infatti riunire rappresentanti del maggior numero possibile di professioni, toccando per quanto possibile tutti i settori professionali presenti nella propria zona¹⁴⁴, ed essere composti da individui dotati di una solida etica personale e professionale, tolleranza e disponibilità a collaborare a favore del prossimo. Contrariamente a quanto alcuni credono, il ceto sociale e la disponibilità economica non influiscono sull'ammissione dei candidati; coloro che hanno ricevuto un'istruzione maggiore sono però rappresentati nei club in misura molto maggiore rispetto al resto della popolazione.

I club si incontrano in media una volta a settimana, e la frequenza agli incontri è obbligatoria. Qui si promuove la conoscenza, sia tra i membri -amicizia- che di argomenti che in qualche maniera toccano il gruppo tramite interventi degli stessi partecipanti o di relatori esterni; si parla anche ovviamente dei temi e delle possibili problematiche interne al club, il tutto in un'atmosfera generalmente conviviale.

Un argomento senz'altro di primaria importanza è quello dei servizi prestati al prossimo. Questi come detto possono essere sponsorizzati da un singolo club oppure da più formazioni in sinergia e si concretizzano in iniziative d'aiuto medico e umanitario in Paesi poveri e azioni benefiche in campo sociale, culturale, educativo e di istruzione, spesso sul proprio territorio. La raccolta fondi che si attiva per realizzare i progetti è mista: questo vuol dire che viene sì chiesto un contributo ai membri dei circoli, ma si richiede spesso la partecipazione ad altri gruppi o imprese, per far sì che l'impatto sia maggiormente significativo.

¹⁴³ Queste sono cariche onorarie, di durata limitata -solitamente un anno-

¹⁴⁴ Questa pratica può essere considerata particolarmente democratica, oltre che stimolante per le persone ad interloquire con altri che hanno esperienze diverse alle spalle

Alcuni club come Rotary o Lions erano in origine solo ed esclusivamente aperti a soci maschi. Oggi queste situazioni sono cambiate, ma si assiste comunque a varie tendenze che prevedono un accesso limitato solamente a certe categorie di persone all'interno di alcuni club; esempi di questo sono il gruppo Soroptimist, che è aperto unicamente alle donne, e Round Table, che invece ha tra i suoi associati solo individui maschi al di sotto dei quarant'anni. Molti club (specialmente i più grandi) hanno anche sezioni giovanili patrocinate, che sono ampiamente indipendenti pur mantenendo un continuo contatto con i circoli "ufficiali"¹⁴⁵. Le somme raccolte da questi altri gruppi sono per ovvie ragioni più esigue; tuttavia, il grande senso di appartenenza all'associazione ed ai suoi principi muovono i giovani membri, impegnati come i più adulti in attività di volontariato sul territorio.

4.3.1. Lions Club

Il service club che conta più soci in assoluto nel mondo è il Lions Club International. Si tratta di una serie di realtà che credono nel potere dello sforzo comune per migliorare la situazione comunitaria. Presenti in 210 Paesi, i Lions contano più di 1,4 mln di soci distribuiti in più di 46k club che si stima andranno a sostenere più di 100 mln di persone entro il 2018¹⁴⁶. Come in altri club di servizio, i Lions si riuniscono e promuovono attività seguendo una mission ed un codice etico che sottolinea come ogni azione sia finalizzata alla crescita personale, allo stimolo verso nuove amicizie e conoscenze, all'aiuto del prossimo ed alla creazione di una comunità locale e mondiale più equa e sostenibile. Considerati molto importanti per perseguire questi scopi sono i meeting dei gruppi, che stimolano confronti su temi di interesse comune, mai toccando però la religione e la politica. Si crede sia importante anche che i soci diventino punti di riferimento della comunità e per il loro settore, cercando di sensibilizzare chi sta loro vicino riguardo i temi caldi dell'attualità a livello locale e globale, anche prendendo contatto con gli amministratori pubblici. I club possono essere tradizionali (spesso costruiti attorno ad un interesse comune dei partecipanti), satellite (con meno di venti membri) o

¹⁴⁵ Esempi sono Interact e Rotaract per Rotary, Leo Club per Lions e Kiwanis Junior per Kiwanis. Alcuni di questi saranno visti in seguito più nel dettaglio

¹⁴⁶ www.lionsclub.org

universitari (se attivi all'interno di un'università, aperti sia a studenti che a docenti) a seconda di chi ne fa parte.

Il club ha una struttura organizzativa precisa che si rinnova annualmente, per la quale i soci si riuniscono a cadenza determinata (in genere due volte al mese) nell'assemblea, presieduta da un consiglio direttivo e da un presidente (che è anche direttore esecutivo e presidente del consiglio direttivo), attorniato da una serie di soci che si sono offerti di coprire cariche specifiche (tre vice-presidenti, un tesoriere, un segretario e il presidente in carica immediatamente precedente). Ogni circolo è poi diviso in sottogruppi ("comitati amministrativi") che comprendono alcuni membri ciascuno, i quali vanno ad occuparsi di specificità legate alla vita del club, come la gestione dei soci e delle loro presenze in assemblea, i programmi, le finanze ecc. Al di sopra di questa organizzazione locale vi è una ripartizione in distretti (zone), tutte collegate da un'amministrazione internazionale capitanata da un presidente. Ogni realtà può centrare il proprio focus su attività molto differenti tra loro, sempre tenendo però in considerazione quanto esplicitato nei principi fondanti dell'associazione. Le tematiche principali affrontate dai Lions sono: servizi ambientali e legati al benessere della persona, oltre che ai bambini, giovani e più ampliamenti alla comunità di riferimento; attività in sostegno della pace e dei popoli in caso di situazioni di emergenza; mantenimento di relazioni con gli altri club a livello nazionale ed internazionale.

I progetti di intervento dei Lions si configurano tramite programmi specifici che vengono promossi a livello locale o in collaborazione con altri club, garantendo attività di volontariato per la comunità e aiuto sostenuto da un'adeguata pianificazione. I programmi che un club può abbracciare sono vari, e specificatamente: programmi per la vista (riciclaggio di occhiali, screening visivo, servizi oculistici, campagne addizionali di raccolta fondi come *SightFirst*¹⁴⁷), programmi per la salute (in generale, con un focus speciale su preservazione dell'udito e cura del diabete), programmi per la comunità e l'ambiente (attività pratiche in salvaguardia e miglioramento della natura e del benessere di tutti), programmi di soccorso in caso di disastri (pratiche in supporto di chi è vittima di emergenze sanitarie, disastri naturali o causati dall'uomo), programmi

¹⁴⁷ Progetto per la prevenzione della cecità

specifici per bambini e ragazzi (specialmente in connessione con un miglioramento dell'istruzione, della nutrizione e della sanità nei luoghi dove essi vivono).

Come in altri club di servizio l'ingresso nei gruppi è su invito da parte dei soci che già compongono il nucleo attivo; tuttavia è possibile presentare una propria candidatura spontanea alle singole realtà per mettere in luce un interesse personale alla partecipazione ai lavori. Lions prevede diverse opzioni associative per chi decide di entrare a far parte del gruppo (socio regolare, nuclei familiari -opzione multipla per fino a cinque membri della stessa famiglia, con quota associativa scontata-, socio studente -opzione scontata per studenti U30-) e tiene un occhio di riguardo anche per i soci giovani e giovanissimi. Esiste infatti un programma "Cuccioli" nell'ambito dell'iscrizione di più membri di una stessa famiglia, che promuove attività per i bambini al di sotto dei dodici anni atte a stimolare una corretta concezione del volontariato ed un sano spirito di benessere della comunità, di cooperazione, amicizia ed aiuto del prossimo. Esistono anche i Leo Club Alpha (ragazzi 12-18 anni) e Omega (ragazzi 19-30 anni), i circoli giovanili di Lions -ma in realtà entità largamente autonome-, cui si accede pagando una quota minore. Questi gruppi mantengono le priorità e i principi dei circoli pilota, puntando l'attenzione sulla crescita personale, sociale e professionale oltre che su quella della comunità tramite il contatto e la cooperazione con i coetanei. I ragazzi sono spesso coinvolti negli eventi promossi da Lions; infatti esistono diversi progetti per l'arricchimento personale e culturale (tra cui viaggi presso membri di un altro Lions Club, concorsi di saggistica, momenti di stimolo alla riflessione ecc.) che li vedono protagonisti in prima persona.

4.4. "Amici di" e "Friends of"

In tutto il mondo (o quasi) esistono dei gruppi di benefattori che indirizzano le loro donazioni di denaro e a volte anche il loro tempo ad entità culturali specifiche, creando un circolo. Questi tuttavia hanno un potere d'influenza piuttosto limitato: non si occupano appunto di finanziare la cultura a tutto tondo ma tendono a rimanere

focalizzati su contesti specifici (ad esempio uno o più musei o un teatro) ed hanno potere decisionale limitato non essendo autonomi ma attivi all'interno di un'organizzazione più grande. Per il mantenimento delle nostre grandi città e del loro patrimonio vediamo anche in azione "Friends of", altri gruppi costituiti da membri di provenienza straniera (americana solitamente, ma esistono anche degli esempi dalla Francia e da altri Paesi) che decidono di devolvere loro contributi a favore del restauro e della conservazione di opere d'arte che potranno continuare ad essere patrimonio culturale per l'umanità negli anni futuri. In questa sezione si passeranno in rassegna gli *Amici dei Musei e Monumenti Veneziani* e *Friends of Florence* per dare un'idea di cosa questi gruppi facciano nel panorama culturale italiano.

Gli Amici dei Musei e Monumenti Veneziani sono "una libera associazione di promozione sociale" secondo lo statuto¹⁴⁸, apolitica e senza scopo di lucro, che "svolge attività di promozione ed utilità sociale esclusivamente nell'ambito territoriale della Regione del Veneto", focalizzandosi su iniziative che toccano la conoscenza, tutela, promozione e valorizzazione del patrimonio custodito nei musei e monumenti regionali. Questo si traduce in acquisizioni o riscossioni di opere che vanno ad aumentare il suddetto patrimonio e in finanziamenti concreti per dar maggior respiro alla manutenzione ed al restauro di quanto già presente, anche in sinergia con i Musei stessi o con le soprintendenze¹⁴⁹. Importante è anche la promozione di visite guidate rivolte agli studenti delle scuole ed altri gruppi ai musei e monumenti veneziani per diffondere la conoscenza dei beni salvaguardati, curate da un'apposita sezione Didattica con l'ausilio di volontari formati che si prestano ad aiutare nella riuscita delle visite guidate. Vengono anche organizzate visite ad altre componenti del patrimonio culturale, a volte anche al di fuori dei confini regionali, per stimolare la conoscenza dei membri tra di loro e riguardo alle forme artistiche; oltre a questo, gli Amici promuovono attività che si collegano direttamente ai contenuti presenti nei musei e monumenti d'interesse (conferenze, pubblicazioni ecc.).

¹⁴⁸ http://www.amicideimuseivenezia.it/wp-content/uploads/2015/01/Statuto_20_02_15.pdf

¹⁴⁹ Nonostante si parli chiaramente nello statuto di un supporto a musei e monumenti presenti in tutta la regione Veneto, è chiaro dal nome del gruppo e da quanto viene enunciato in seguito che c'è un certo interesse da parte di questa associazione a prendersi cura di quanto è presente a Venezia

Queste pratiche sono portate avanti in modo completamente volontario e gratuito da parte dei soci, suddivisi in ordinari (pagano una quota stabilita dal consiglio direttivo annualmente), giovani (U30, pagano una tariffa scontata del 50% rispetto a quella degli ordinari), coniugi (qualora ci sia un'iscrizione di coppia), sostenitori (pagano annualmente una quota maggiore a quella degli ordinari) e volontari (prestano la loro opera in maniera gratuita e volontaria), i quali per entrare a far parte del circolo devono necessariamente essere persone fisiche presentate da un socio già effettivo. Le entrate degli Amici dei Musei e Monumenti Veneziani sono composte in un variegato *revenue mix* dalle quote associative annuali e altre fonti, che includono lasciti, donazioni, erogazioni liberali e contributi da parte di istituzioni pubbliche, private e dell'Unione Europea, oltre che somme ricavate dalla prestazione di servizi ausiliari a quanto espresso nello statuto.

I membri Amici vanno poi a costituire vari organi dell'associazione (a titolo gratuito), ovvero l'assemblea dei soci, il presidente, il consiglio direttivo, il comitato esecutivo, il collegio dei revisori dei conti ed i probiviri. L'assemblea è convocata almeno una volta l'anno dal presidente ed analizza i dati relativi ad ogni aspetto della vita dell'associazione, si occupa di eleggere gli altri organi ogni tre anni e prende decisioni tramite votazione in cui il voto di ogni socio vale pari a quello degli altri. Il consiglio direttivo nomina il presidente, i due vicepresidenti, un tesoriere ed un segretario generale, si riunisce almeno due volte l'anno per discutere della gestione del circolo e dei programmi attivati e attivabili in futuro.

Gli Amici dei Musei e Monumenti Veneziani fanno parte dei Comitati Privati Internazionali per la Salvaguardia di Venezia, 24 gruppi di persone di tutto il mondo che con il loro contributo vogliono promuovere e finanziare il restauro e il mantenimento del patrimonio artistico e culturale di Venezia¹⁵⁰ e salvaguardare la qualità della vita in città all'interno di un quadro di sviluppo sostenibile. Per fare ciò essi controllano costantemente il patrimonio, intervenendo direttamente o attraverso i media internazionali nei confronti di iniziative potenzialmente lesive. In connessione alle loro attività principali, i Comitati erogano borse di studio e sovvenzionano attività scientifiche nell'ambito del restauro. Gli interventi necessari sono spesso segnalati dalle

¹⁵⁰ Con anche il patrocinio dell'UNESCO

Soprintendenze o da altre entità come il Comune di Venezia o la Curia Patriarcale, e i Comitati sono poi liberi di scegliere i monumenti o le opere d'arte delle quali intendono finanziare il restauro¹⁵¹; in qualunque caso, i lavori concreti prenderanno poi forma dall'unione delle forze di Comitati (associazioni singole), associazione di comitati e Soprintendenza.

Internazionale è anche la Fondazione Friends of Florence, organizzazione no profit 501©(3) secondo la legislazione americana fondata nel 1998 e sostenuta da individui residenti in tutto il mondo che sono interessati a preservare e migliorare l'integrità culturale e storica delle arti in Toscana. I contributi versati da queste persone risultano essere i maggiori finanziamenti elargiti per le attività di restauro, conservazione e salvaguardia di una vasta gamma di pitture, sculture, elementi architettonici e collezioni di piccoli oggetti, oltre fonte di sostegno per attività educative ed eventi intesi a stimolare nella gente una maggiore conoscenza e apprezzamento della regione Toscana e dei suoi tesori. I contributi donati all'organizzazione sono destinati in gran parte alla copertura dei costi dei restauri e possono prendere forma pagando una quota annuale di importo a discrezione dell'erogatore che vada dai \$2500 ai \$100k (è tuttavia possibile accordare una cifra direttamente con l'ente). Un'opzione solita e alternativa al restauro è anche il poter finanziare un altro progetto specifico.

Per avere un impatto più significativo e preciso, l'organizzazione lavora a stretto contatto con istituzioni quali la Città di Firenze, l'Opificio delle Pietre Dure e il MiBACT, altri partner nazionali ed internazionali (i quali spesso richiedono il loro intervento) e si avvale dell'aiuto di una commissione di esperti d'arte certificati (*Advisory Committee*) provenienti da tutto il mondo per valutare i progetti da sostenere (trovati in seguito a ricerca o proposti da soggetti esterni)¹⁵². I programmi finanziabili vengono in genere presentati dai soggetti potenziali beneficiari e devono includere una presentazione dell'opera, corredata da adeguata documentazione storica, bilancio del danno e dettagli del restauro richiesto (tempo, budget, compiti dei restauratori). Se accettato, il progetto verrà finanziato direttamente in loco ai laboratori di restauro indicati nella richiesta, e Friends of Florence terrà monitorato l'andamento dei lavori per assicurarsi che tutto

¹⁵¹ A volte sono invece i Comitati stessi a scegliere il destinatario del loro impegno

¹⁵² Le decisioni finali in materia vengono prese dal Board of Directors, un gruppo dirigente che si occupa di garantire l'andamento efficiente di FOF

proceda come pattuito nei contratti stipulati, rendendo alla cittadinanza il bene in questione al termine dei lavori in occasione di una cerimonia nella quale verranno anche ringraziati i donatori assegnando una placca permanente¹⁵³.

Due volte l'anno i benefattori hanno l'opportunità di prendere parte ad eventi esclusivi in città, che includono visite a collezioni private non aperte al pubblico sotto la guida di famosi critici d'arte, oltre che supervisioni di progetti di restauro finanziati dall'ente o da altre istituzioni ed occasioni conviviali in location esclusive nel territorio toscano. Occasionalmente si organizzano anche escursioni in altre zone d'Europa e degli USA, in cui i partecipanti hanno occasione di conoscere in prima persona il patrimonio artistico locale con l'aiuto di esperti curatori, storici dell'arte e accademici, ma anche di partecipare ad eventi speciali organizzati per l'occasione come conferenze e giornate studio, in partnership con gli enti locali. La Fondazione è promotore anche di un "Premio Friends of Florence Salone dell'Arte e del Restauro di Firenze", che ogni due anni riconosce un progetto di restauro, tutela o conservazione particolarmente importante e ben strutturato verso un bene culturale presente nell'area fiorentina e lo sostiene¹⁵⁴. Questo progetto prende forma in partnership con l'associazione Istur CHT (segreteria organizzativa del Salone del Restauro di Firenze) e prevede l'erogazione di €20k al vincitore di un apposito bando di concorso emanato ogni volta.

4.5. Fondazioni di Comunità

Una menzione è senz'altro dovuto anche alle fondazioni di comunità, istituzioni di stampo anglosassone (come, tra l'altro, il Texas Cultural Trust visto nel capitolo precedente) comparse in Italia nel 1997 con il progetto Cariplo e strumento di connessione tra i donatori e gli enti del terzo settore. In questi contesti i filantropi

¹⁵³ A volte tuttavia i progetti finanziabili vengono anche individuati internamente al gruppo tramite l'ausilio dell'Advisory Committee

¹⁵⁴ La call è rivolta a restauratori, che devono cercare un progetto di restauro da proporre ed ottenere il nulla osta per la candidatura da parte dei proprietari e gli enti preposti alla tutela e alla valorizzazione del bene

possono donare a favore di organizzazioni no profit creando fondi specifici di loro interesse oppure affidandosi allo staff della fondazione, che è capace di fornire consulenza su ogni aspetto delle erogazioni. Viceversa le organizzazioni no profit possono pure trovare in questo tipo di fondazione un aiuto per definire le specificità dei loro progetti e rintracciare risorse, iniziative e possibili partner per far sì che l'impatto d'intervento sia significativo sulla comunità da parte di persone provenienti da realtà sociali differenti.

Bernardino Casadei, uno dei promotori del progetto Cariplo sulle fondazioni di comunità, fa una riflessione interessante su questi enti: "Quello che osserviamo infatti è che le FC sono più efficaci, quanto più tessono relazioni interpersonali, lontane da logiche di puro marketing promozionale, anche favorendo modalità di crowdfunding, modalità che le fondazioni di comunità hanno sperimentato sin dalla loro costituzione nel 1997"¹⁵⁵; questo punto viene ad essere particolarmente in attinenza con quanto detto per i *giving circle* e più in generale per le attitudini filantropiche di stampo americano, dove si crede molto nel potere della comunità e delle relazioni interpersonali per migliorare il benessere di tutti; questo approccio risulta più efficace di altri strumenti che invece focalizzano l'attenzione unicamente sulla mera raccolta di denaro.

Come altri tipi di fondazione, anche le fondazioni di comunità supportano progetti tramite la promulgazione di bandi, che vengono chiamati "bandi a raccolta": essi infatti presuppongono che l'applicante riesca a raccogliere una quantità di fondi pari alla metà del budget progettuale, cosicché si stimoli un atteggiamento proattivo e una conoscenza tra benefattori e comunità di riferimento. Le fondazioni offrono poi ai vincitori dei bandi vantaggi fiscali assumendosi ogni onere ed obbligo per conto di essi, gestendo le detrazioni. In generale il denaro di cui questi enti dispongono proviene da lasciti testamentari (che implicano anche acquisti di immobili) e da erogazioni economiche, che ricadranno poi nel patrimonio della fondazione (investito e non speso per produrre più utilità da investire nella filantropia) o nella sezione corrente.

Al 2014 si registravano 34 fondazioni di comunità presenti sul territorio italiano afferenti a diversi soggetti: Fondazione Cariplo (14), Fondazione con il Sud (6), Compagnia di san

¹⁵⁵ <http://www.ilgiornaledellefondazioni.com/content/parola-bernardino-casadei>

Paolo (4), Fondazione di Venezia (3), enti pubblici (3), imprese (2), altri soggetti (2). Queste realtà risultano particolarmente presenti al Nord (specialmente in Lombardia) e molto meno al Centro ed al Sud¹⁵⁶ e, nonostante stiano crescendo in numero, si è ancora lontani dalle cifre americane¹⁵⁷, dove le fondazioni di questo tipo sono nate nel 1914. Per quanto riguarda il campo culturale, secondo l'economista Stefano Zamagni crede che ci siano buonissime prospettive d'incontro tra questo settore e le fondazioni; tuttavia, esse sono ancora piuttosto sconosciute agli operatori culturali, a differenza, ad esempio, dei colleghi che lavorano nel sociale¹⁵⁸. Molto azzeccato anche quanto sostiene Neve Mazzoleni: "La Cultura può (...) incontrare le FC di competenza territoriale e proporsi per costruire percorsi comuni, valorizzando le iniziative per i territori e studiando fondi specifici o bandi che si aprano anche ad altre tematiche oltre la valorizzazione e restauro, come l'inclusione sociale attraverso la cultura o il recupero di aree urbane attraverso la rigenerazione culturale"¹⁵⁹. Ancora una volta viene quindi messo l'accento sul significato che operazioni nell'ambito culturale hanno per il progresso ed il benessere della comunità, tratto tipico anche dei *giving circle*.

Tratto interessante di queste fondazioni è anche la duttilità con cui chiunque può dare il proprio contributo alla comunità: chi ha già individuato un obiettivo da perseguire può richiedere all'ente di aprire un fondo riservato entro il quale tutti possono versare denaro e contribuire alla riuscita della causa, beneficiando anche degli sgravi fiscali di cui godono le onlus; in questo modo le organizzazioni no profit culturali che non siano già costituite come onlus¹⁶⁰ possono ricevere donazioni senza incappare in ulteriori appesantimenti fiscali. Importante è sottolineare che non si dona "alle" fondazioni, ma "tramite" esse, le quali svolgono un ruolo d'intermediario fra i benefattori e gli enti no profit che hanno bisogno di un sostegno economico per svolgere appieno le proprie attività. Possibile è anche per un ente organizzare eventi per mettersi in mostra e farsi

¹⁵⁶ Un esempio particolare di fondazione di comunità è la Fondazione Italia per il dono, la quale, a differenza delle colleghe, non ha vincoli di territorio ma lavora a livello nazionale

¹⁵⁷ Ad oggi si contano negli USA più di 700 Community Foundation

¹⁵⁸ Zamagni, S., *Gli italiani tirchi? No, da noi manca la fiducia. Vi spiego perché*. Vita, aprile 2015

¹⁵⁹ <http://www.ilgiornaledellefondazioni.com/content/le-fondazioni-di-comunit%C3%A0-le-case-della-filantropia-dove-la-cultura-pu%C3%B2-trovare-un>

¹⁶⁰ Anche le imprese creative e culturali, purché esprimano lo status di impresa sociale, possono beneficiare di donazioni

conoscere ad un bacino di donatori nuovo che si interfaccia con le fondazioni, le quali anche in questo caso sono veicoli di conoscenza (reciproca) e di sviluppo sociale.

Uno degli enti che ha promosso maggiormente attività legate alla cultura è la Fondazione della Comunità Bresciana onlus, una delle quattordici attive sotto l'ala di Fondazione Cariplo. Come gli altri enti, anche questa fondazione attua il suo operato tramite bandi annuali che toccano diversi temi strettamente legati alla comunità ed alle sue necessità; alcuni di essi sono l'assistenza socio-sanitaria, l'arte e la cultura, l'ambiente e l'istruzione. La fondazione detiene un patrimonio (costituito in principio e che può essere incrementato da cessioni di proprietà di altri, creando utilità che poi potranno essere reinvestite in attività filantropiche) e riceve erogazioni da vari individui che vogliono contribuire al benessere della comunità bresciana; collabora anche con altri enti pubblici e privati per meglio perseguire gli scopi prefissati ed attuare i progetti; cerca di rendere la comunità più consapevole delle specificità e dei bisogni tramite la promozione di ricerche, eventi e pubblicazioni; assiste i donatori facendosi carico delle pratiche amministrative, fiscali e legali relative alle erogazioni e fornendo consulenza sulle attività filantropiche; dà la possibilità di costituire al proprio interno fondi con caratteristiche e scopi specifici, purché nei limiti delle finalità statutarie. Sintetizzando, le donazioni che si possono fare per promuovere una causa sentita tramite la fondazione sono: ad incremento dei fondi patrimoniali già esistenti presso questo ente (nelle sezioni corrente e/o patrimoniale del fondo), a costituzione di un nuovo fondo patrimoniale, per un progetto preciso sostenuto dall'ente, per realizzare le attività statutarie della fondazione, 5x1000.

La Fondazione ha diversi organi al suo interno: un presidente, un vice presidente, il consiglio di amministrazione, il comitato esecutivo, un segretario generale ed il consiglio dei revisori. Il presidente è il rappresentante legale della fondazione ed è eletto dal consiglio d'amministrazione, che presiede così come il comitato esecutivo. Il consiglio d'amministrazione è composto da ventisette membri (19 nominati dal consiglio precedente, 8 scelti da persone di rilievo nella comunità come il Sindaco o il Vescovo locali) e rimane in carica per quattro esercizi¹⁶¹; quest'organo elegge il presidente, il vice presidente, il segretario generale ed il comitato esecutivo, discute e delibera su

¹⁶¹ Le cariche sono rinnovabili per un massimo di due volte

argomenti di primaria importanza per l'ente, redige i bilanci economici e si riunisce almeno una volta ogni tre mesi su convocazione del presidente. Il comitato esecutivo si riunisce invece almeno una volta al mese ed è costituito dal presidente, vice presidente e cinque consiglieri d'amministrazione; quest'organo si occupa dell'amministrazione ordinaria, specialmente controllando la sicurezza e la redditività degli investimenti e l'utilizzo del patrimonio¹⁶². Gli altri due organi principali sono il segretario generale ed il collegio dei revisori: il primo si occupa di preparare le attività della fondazione, di presentarle alle altre sezioni e di controllarne gli esiti, oltre che di curare le pratiche amministrative segretariali; il collegio è composto da tre membri effettivi, due professionisti (revisori contabili) attivi nell'area di Brescia ed un presidente, i quali controllano che ogni pratica espletata dall'ente sia conforme a quanto previsto dalla legge e tengono la contabilità.

Sono attive ad oggi 66 consulte dei donatori, ovvero fondi aperti autonomamente da individui per cercare di stimolare la comunità ad investire nei loro progetti, che spesso hanno i nomi di chi le apre o di un membro della loro famiglia. Ogni consulta è costituita da due parti: la patrimoniale e la corrente. La prima è la donazione iniziale fatta per aprire il fondo, che diventa automaticamente patrimonio della fondazione e a cui si andranno eventualmente a sommare altre somme successivamente; la seconda comprende invece denaro volto a finanziare le specifiche attività nell'area prevista dal fondo ma anche i rendimenti maturati sul patrimonio investito.

I fondi vengono aperti tramite una donazione testamentaria o in forma di lascito e possono essere di sette diversi tipi:

- memoriale (intitolati ad una o più persone, i donatori decidono insieme a che progetti devolvere il loro denaro);
- aree geografiche (finanziano progetti di utilità sociale in determinati territori);
- tematico (si focalizzano sul finanziamento di progetti concernenti temi precisi);

¹⁶² Tutte le attività compiute da quest'organo sono supervisionate dal consiglio

- con diritto di indirizzo (i donatori possono decidere ad ogni donazione a chi destinare l'importo della sezione corrente);
- destinato (fondi patrimoniali in cui si enunceranno le uniche organizzazioni beneficiarie al momento della costituzione);
- di categoria (istituiti da organizzazioni di categoria per promuovere la filantropia tra gli associati);
- di impresa (fondi patrimoniali creati da aziende private per la gestione delle attività filantropiche interne).

A parte le consulte, come detto la fondazione elargisce contributi tramite bandi. Per il 2016 ne sono stati creati dieci, che si riportano qui di seguito con l'indicazione del denaro devoluto a favore dei vincitori di ognuno: sociale (€600k), Brescia città del noi 2016¹⁶³ (€260k), cultura (€250k), patrimonio (€222k), istruzione (€200k), microerogazioni (€82k), cooperazione (dati in corso di elaborazione), attività sociali nei comuni bresciani (dati in corso di elaborazione) raccolta a patrimonio per la valle Camonica (dati in corso di elaborazione), raccolta a patrimonio per la valle Trompia e la valle Gobbia (dati in corso di elaborazione). Facendo un confronto tra i dati disponibili per il 2016 e quelli del 2015 (vedi anche tabella sottostante), si nota che in generale che il finanziamento è calato in quasi ogni area, con un notevole impatto sulla quantità di progetti finanziabili. Questi valori possono essere interpretati come un cambiamento di interessi da parte dei donatori, i quali potrebbero aver preferito altre tematiche o altre istituzioni per fare beneficenza; da segnalare è anche un fondo nuovo in sostegno alle popolazioni terremotate negli ultimi mesi nel Centro Italia, creato per ripristinare i servizi sociali e scolastici del comune di Gualdo (MC), il quale conta al momento €1.5 mln raccolti tramite quasi 3100 donazioni.

¹⁶³ Progetto cofinanziato con il Comune di Brescia

<i>Tipo di bando</i>	<i>Erogazione in Euro nel 2016 (nr progetti finanziati)</i>	<i>Erogazioni in Euro nel 2015 (nr progetti finanziati)</i>
Sociale	600k (47)	636k (43)
Brescia città del noi	260k (18)	353k (50)
Cultura	250k (28)	293k (34)
Patrimonio	222k (15)	300k (23)
Istruzione	200k (28)	200k (26)
Microerogazioni	82k (20)	80k (27)
Totale	1.614 mln	1.862 mln

Figura 20. Bandi ed erogazioni della Fondazione della Comunità Bresciana Onlus

Nello specifico, le due aree più vicine alla sfera culturale sono coperte dal bando per la Tutela, Promozione e Valorizzazione del Patrimonio Storico, Artistico e Ambientale e dal bando Cultura. Il primo è pensato per individuare e finanziare progetti di utilità sociale nei campi enunciati nella denominazione, aspirando a nuove risposte alle necessità della comunità bresciana. Nel 2016 sono stati stanziati tramite la Fondazione Cariplo €250k per adempiere a questi compiti, per i quali potevano concorrere entità no profit di vario tipo (enti privati -non persone fisiche-, cooperative sociali, enti ecclesiastici civilmente riconosciuti) che avessero sede operativa a Brescia città o provincia. La domanda di finanziamento doveva poi avere caratteristiche precise in termini economici: il budget totale del progetto non poteva superare i €40k, e di questi non si potevano richiedere alla Fondazione più di €20k (così rispettando una linea guida dell'ente, che prevede di non finanziare tramite i bandi per più del 50% del costo totale dei progetti onde evitare di essere l'unica fonte di entrate per i beneficiari e di ridurre così la loro autonomia e autogestione¹⁶⁴).

¹⁶⁴ Prerogativa indispensabile al finanziamento da parte della Fondazione è la capacità di raccogliere fondi da enti terzi che vadano a co-finanziare le iniziative che si presentano in risposta ai bandi, così come il ricevere donazioni per costituire il 50% dell'ammontare da destinare. Qualora non si ricevano

Ai progetti viene data anche una scadenza per l'esecuzione (generalmente di circa un anno dalla data di comunicazione della vincita), pena la decadenza del contributo, e durante lo svolgimento delle attività vengono fatti controlli per verificarne la correttezza. Ogni organizzazione può presentare un solo progetto per bando, il quale non deve né dovrà mai concorrere per un finanziamento da parte di Fondazione Cariplo, completo in tutte le sue parti con adeguata descrizione delle attività e dei costi, che alla fine dei lavori dovranno essere rendicontati¹⁶⁵. Ogni proposta è valutata dal consiglio d'amministrazione ed eventuali commissioni aggiuntive, che considererà anche una presentazione generale dell'organizzazione fatta dalla stessa tramite il supporto di alcuni documenti identificativi.

Il bando Cultura è creato invece per finanziare progetti di utilità sociale nell'ambito di attività culturali, sempre tenendo conto delle necessità della comunità di Brescia¹⁶⁶. Fondazione Cariplo mette a disposizione €250k per coprire i costi dei progetti, che saranno tendenzialmente riconducibili ad una delle seguenti aree (da indicare -una sola- al momento della richiesta):

- avvicinamento dei minori all'arte ed alla cultura;
- incoraggiamento alla conoscenza ed alla partecipazione attiva ad iniziative artistico-culturali da parte di determinate categorie di persone;
- creazione di spazi di esercizio e sperimentazione artistico-culturale per i giovani;
- riattivazione di elementi del patrimonio culturale al momento non fruibili;
- lotta alla discriminazione ed ai pregiudizi sulle persone;
- necessità di essere parte attiva della vita della comunità (tramite l'impegno civile, la cura del patrimonio storico-artistico e l'integrazione tra culture).

abbastanza donazioni, gli ammontare insufficienti verranno reindirizzati all'organizzazione beneficiaria per essere destinati ad attività di utilità sociale; viceversa se la somma totale riscossa è maggiore alla soglia massima consentita da regolamento (50% del budget totale del progetto), questa sarà aggiunta al contributo versato al beneficiario

¹⁶⁵ L'erogazione dei contributi si effettua a consuntivo dopo la verifica delle spese effettive e della correttezza della coerenza tra le attività proposte e previste e quelle svolte

¹⁶⁶ Una menzione speciale viene fatta in questo caso per progetto rivolti a persone in qualche modo svantaggiate

I possibili beneficiari devono essere configurati giuridicamente come quelli del bando Patrimonio, oppure possono essere anche enti pubblici non territoriali. Dal punto di vista del denaro, ogni progetto presentato non poteva avere costo inferiore a €4000 e non si potevano richiedere più di €15k¹⁶⁷. La conclusione delle attività doveva essere fissata ad un anno dopo la pubblicazione dell'elenco dei vincitori. Le restanti caratteristiche erano analoghe a quelle del bando Patrimonio.

Chiaramente vi sono dei benefici fiscali vantaggiosi per chi fa beneficenza tramite questo ente. Per le persone fisiche vi è la possibilità di detrarre gli importi delle donazioni dal reddito complessivo del soggetto erogatore nel limite del 10% del reddito complessivo dichiarato per un massimo di €70k all'anno¹⁶⁸, oltre che di avere un'agevolazione pari al 26% dell'erogazione (massimo €30k) sull'IRPEF¹⁶⁹. Gli enti contraenti reddito d'impresa possono detrarre da questo l'importo delle donazioni (denaro o natura) nel limite del 10% del reddito complessivo dichiarato con un tetto di €70k annui¹⁷⁰; le erogazioni liberali in denaro possono essere sgravate dal reddito d'impresa dichiarato rispettando un massimo di €30k oppure del 2% del reddito d'impresa dichiarato (escluse queste erogazioni)¹⁷¹.

4.6. Considerazioni sugli Esempi Italiani

Dopo aver passato in rassegna alcuni esempi presenti nel panorama italiano è utile confrontare questi con i tratti caratteristici dei *giving circle*. Per fare questo si terrà in considerazione sia quanto espresso nella letteratura che le informazioni reperite sui casi-studio tramite ricerca online ed interviste; così facendo si potrà verificare se effettivamente ci siano somiglianze tra i termini di paragone, quali esse siano e se effettivamente si possa affermare che i *giving circle* sono presenti in Italia oppure no

¹⁶⁷ È sempre valida la clausola che prevede una copertura massima pari al 50% dei costi dei progetti

¹⁶⁸ Art. 14, comma 1 del D.L.35/2005 convertito nella L. 80/2005

¹⁶⁹ Art. 15, comma 1.1 del D.P.R. n. 917/1986 (T.U.I.R)

¹⁷⁰ Art. 14, comma 1 del D.L. 35/2005 convertito nella L. 80/2005

¹⁷¹ Art. 100, comma 2, lett. h dei TUIR

rispetto alle categorie presentate in questa ricerca. Si fa notare che lo studio ambisce a coprire ogni tipologia di patronage culturale attivo sul territorio nazionale; qualora fossero presenti e rintracciate altre categorie di sostegno dell'arte da parte di privati, queste potrebbero essere oggetto di un proseguimento delle indagini e di nuove discussioni sul tema.

Partendo dai primi due casi analizzati in cui i gruppi vengono nominati "circle", si può senz'altro fare una distinzione tra i due, e ancora con l'entità dei *giving circle*. Il Guggenheim Circle è, come si è potuto capire, un gruppo di donatori interno alla Peggy Guggenheim Collection, per la quale si occupa di finanziare acquisizioni specifiche, in nessun modo stabilite dai partecipanti ma richieste dagli organi direttivi della collezione. Già da questi pochi particolari si capisce come questo contesto sia molto lontano da quello dei circoli americani ed australiani per l'assenza di *decision making*, autonomia; non esiste volontariato né un interesse a problemi e necessità della comunità su questo frangente.

The Circle Italia Onlus è invece una formazione autonoma che supporta progetti in sostegno delle donne in condizioni di difficoltà in tutto il mondo; questo approccio può essere considerato simile a quello dei *giving circle*, tuttavia è ben da notare anche alcune differenze. Le signore che si interessano di questi temi in questo contesto vanno infatti a toccare una realtà molto lontana in senso spaziale e spesso culturale dalla loro, rendendo benefici ad un'altra comunità e non alla propria. Diverso è anche l'approccio con il denaro versato e con le attività svolte dai membri: essi infatti sono liberi di donare qualsivoglia somma (a differenza dei *giving circle*, presso cui sono previste una o più cifre fisse a seconda della tipologia di donatore) e prendere parte ad attività di volontariato secondo la propria volontà e le proprie capacità (affiancate da uno staff preposto e altri volontari esterni); molte partecipanti sono attive solamente a distanza o costituite in sottogruppi di *The Circle Association* (ad esempio come sono *The Circle Italia*, *The Circle Music*, *The Circle Lawyers* ecc.), tutte mantenendo la stessa *vision*. Per quanto riguarda gli eventi, questi sono pensati in un'ottica di aumentare la consapevolezza della propria comunità riguardo i problemi delle donne in zone critiche, per cui l'intento è di diffusione della conoscenza e della propria causa, anche sperando di richiamare nuove affiliate.

I Lions sono pure attenti alle necessità delle popolazioni in difficoltà nei Paesi sottosviluppati, ma anche a quelle della propria comunità. Alcune differenze tra questo gruppo (ed in generale i service club) e i *giving circle* risiedono tuttavia nell'ampiezza della rete dei primi, che tocca un numero elevatissimo di Paesi in tutto il mondo (mentre i *giving circle* sono attivi al massimo a livello statale¹⁷²), e nel carattere élitario che essi mantengono¹⁷³, in contrapposizione ad un'apertura maggiore da parte dei gruppi anglosassoni, presso i quali non sono generalmente richieste conoscenze per entrare a far parte di un circolo. Si crede che il focus qui sia sui partecipanti e sulla loro crescita personale¹⁷⁴ molto più che sulla società, che sono legati da un rapporto di amicizia e che si incontrano a cadenza regolare ed obbligatoria per discutere di temi per loro rilevanti. Fatto interessante è sia per Lions che per The Circle il far sapere alla comunità ciò che si fa, più sentito rispetto al contesto dei *giving circle*, incoraggiando probabilmente una maggiore partecipazione ai lavori e conoscenza dei problemi e delle necessità presenti. Simile ai gruppi anglosassoni è anche l'attività di volontariato (specialmente all'interno dell'organizzazione), mentre restano dubbie le dinamiche legate ai processi di *decision making* riguardo specialmente la scelta dei progetti che si andranno a finanziare; spesso queste pratiche non sono infatti chiare all'esterno del circolo.

Gli Amici dei Musei e Monumenti Veneziani risultano essere, nonostante l'appellativo "Amici di", un'entità con caratteristiche diverse da quelle che normalmente hanno i gruppi che si costituiscono per aiutare un contesto specifico. Essi infatti vanno sì a sostenere musei e monumenti nell'area di Venezia, ma lo fanno in sinergia con altre istituzioni come le soprintendenze o organi ecclesiastici, con le quali hanno un contatto costante per assicurare la migliore riuscita possibile dei progetti. Considerato questo contatto (da cui provengono "raccomandazioni" su cosa sovvenzionare) si può dire che il potere decisionale di questo gruppo è parziale, in quanto si scelgono progetti che beneficeranno dei contributi dei membri ma che non avranno avuto un diverso impatto sulla comunità al momento della conclusione. In questo senso l'azione di sostegno del circolo va ad essere simile a quella del Guggenheim Circle visto in precedenza: il "filtro" di un organo superiore come quelli citati poco fa rende un progetto uguale all'altro

¹⁷² Fatto che è anche collegato ad un focus dell'interesse sulla propria comunità, anche in senso lato

¹⁷³ Visto anche la composizione sociale dei gruppi e quanto espresso nelle interviste

¹⁷⁴ Vedi anche per l'accento posto sui rapporti interpersonali e di amicizia

(essendo tutti relativi al settore del restauro e della conservazione di opere d'arte, considerando tutte le opere di egual valore per la comunità che ne fruisce) e l'apporto alla comunità non cambia, non toccando necessità primarie come invece viene fatto dai partecipanti ai *giving circle*. Si può dire che, mentre da una parte è la comunità a farsi viva con proposte progettuali ai circoli, dall'altra invece sono le sovrintendenze o altri enti (quindi organismi costituiti) a richiedere le sovvenzioni; in entrambi i casi la comunità beneficerà dell'aiuto dei donatori, ma in modo diverso, forse con risultati più evidenti nel primo caso.

Le altre attività (pubblicazioni, conferenze aperte, visite guidate ecc.) sono pensate per far conoscere maggiormente il patrimonio salvaguardato e vengono in genere tenute dagli Amici su propria iniziativa; questo tratto manca ai *giving circle*, i quali, finanziando progetti molto diversi tra loro e non focalizzandosi sul patrimonio artistico unicamente, prendono invece parte a visite di gruppo presso realtà vicine e lontane per accrescere la loro conoscenza insieme e donare poi più consapevolmente. Permane anche qui il carattere élitistico del circolo, chiuso a chi non ha conoscenze all'interno di esso. Qualunque sia la somma versata dai soci, gli Amici sono il classico tipo di associazione che garantisce benefici materiali ai propri affiliati (in questo caso sconti o ingressi gratuiti a musei e collezioni cittadini). Questo tratto li rende particolarmente diversi dai *giving circle*, i cui partecipanti non hanno questo tipo di benefit automatici in cambio, ma assistono solamente agli eventi da loro promossi (a volte anche pagando un biglietto di partecipazione).

Sempre sul restauro è incentrata l'attività di Friends of Florence, che però mantiene una sfumatura tutta anglosassone, per cui l'attitudine generale alla sovvenzione dell'arte viene ad essere più simile a quella dei *giving circle*. Mantenendo molti dei tratti simili alla filantropia esercitata dagli Amici dei Musei e Monumenti Veneziani come la partnership con altri enti per ottenere risultati migliori e il perseguimento di finalità educative tramite il restauro e la conservazione di opere d'arte, i Friends of Florence si avvalgono di un comitato creato appositamente da loro per la valutazione dei progetti, che quindi vanno ad essere maggiormente slegati da una supervisione pubblica (pur tenendo contatti costanti con MiBACT e altri), e creano occasioni speciali al loro interno come i Premi Friends of Florence dell'Arte e del Restauro per stimolare la nascita di

progetti meritevoli. Queste caratteristiche possono far desumere un rapporto tra filantropi e vita culturale fiorentina più partecipato, un interesse verso la comunità (o le comunità, se si pensa ai fruitori dell'arte provenienti da tutto il mondo) vissuto a contatto più ravvicinato¹⁷⁵.

Le fondazioni di comunità sono, come detto, presenti anche negli USA, da dove l'idea proviene; alcune di esse (come il Texas Cultural Trust) ospitano *giving circle* al loro interno, fungendo da agenti fiscali. Detto ciò lo scenario che si profila in Italia con Fondazione Cariplo non è particolarmente differente da quanto accade oltreoceano; secondo il materiale analizzato non esistono tuttavia organismi simili ai circoli analizzati in questo lavoro nel nostro Paese. I bandi emanati dalla Fondazione della Comunità Bresciana Onlus possono essere visti come uno strumento analogo ai Premi di Friends of Florence per finanziare l'arte, la cultura e il patrimonio. Tuttavia sembra che manchi quella dimensione più ristretta e di conoscenza reciproca che i partecipanti ai *giving circle* hanno tra di loro e con i beneficiari; i contorni vengono anche ad essere sfumati trattandosi appunto di un soggetto "fondazione di comunità" che, come detto, è un tramite tra donatori e riceventi. La dimensione comunitaria in cui lavorano questo tipo di enti è probabilmente quanto di più vicino ad un'ottica di raggiungimento di sempre maggiore benessere della società nella vita di tutti i giorni tramite la sovvenzione di attività ad impatto diretto, palese e visibile sui cittadini (caratteristica appunto presente anche presso i circoli anglosassoni, che non a caso spesso nascono all'interno di questi organismi)¹⁷⁶.

¹⁷⁵ A livello di benefici comunitari, la differenza con i *giving circle* sta nel fatto che chi riceve gli output positivi non sono persone della propria comunità di riferimento, ma quelle di un'altra

¹⁷⁶ Basando queste affermazioni su quanto scritto nei siti web e nei bandi analizzati

Conclusioni

In questo lavoro si è parlato diffusamente del finanziamento di arte e cultura in forme, Paesi e contesti diversi. Si è partiti da una presentazione di cosa siano i *giving circle*, per poi verificare se essi siano presenti in Italia, analizzando anche i relativi motivi. Le ragioni per fare ciò risiedono nel constatare se forme di filantropia particolarmente evoluta possano essere prolifiche ed efficienti anche nel nostro contesto economico-sociale.

Si è cominciato proponendo un'introduzione generale sul finanziamento della sfera culturale negli Stati Uniti d'America, in Australia ed in Italia e si è visto che l'approccio a questi temi è stato e continua ad essere molto diverso tra una nazione e l'altra per motivi legati all'economia nazionale, alla cultura dei popoli, alle dinamiche sociali ed alle tradizioni filantropiche. Dall'analisi di questi dati si può affermare che negli USA il sostegno ad arte e cultura è principalmente legato alle iniziative private, in Italia si è ancora largamente dipendenti dagli esborsi pubblici e in Australia è viva una situazione al confine tra i due contesti, tendente a quello americano.

Uno screening delle caratteristiche principali dei *giving circle* ha poi consentito di mettere in luce una forma di filantropia relativamente giovane, oltre che di segnalare diverse differenze tra questa e gli altri strumenti attivi a livello internazionale. In particolare, i *giving circle*:

1. Sono fondi di denaro creati dalle donazioni di singoli individui che si sono costituiti formalmente davanti alla legge secondo diverse forme a seconda dello stato;
2. Donano denaro, ma fanno anche volontariato e si interessano ai problemi della comunità;
3. Possono avere un focus su un'area (ad esempio quella culturale) oppure essere aperti a diversi settori; i progetti devono sempre tuttavia chiaramente corrispondere agli interessi dei membri (e.g. progetti dedicati ai bambini per Texas Women for the Arts o ai giovani per Impact100WA);

4. Secondo la letteratura chi fa parte dei *giving circle* dona di più e più miratamente, e fa anche donazioni extra ai beneficiari dei circoli;
5. I processi di decisione sono in genere condivisi, tuttavia nei circoli più grandi tendono ad essere gestiti solo da una cerchia molto ristretta di partecipanti - board-;
6. Danno molta importanza alla dimensione educativa: si organizzano eventi per conoscere di più sulle proprie aree di azione e a volte sui processi della filantropia.

Da qui si è dedotto che i *giving circle* siano sinonimo d'innovazione rispetto alle altre forme di filantropia per i risultati accessori ottenuti dai membri mediante la partecipazione ai gruppi ed ai processi erogativi. Si è anche visto che il fenomeno è molto complesso nei suoi tratti specifici, esistendo diversi tipi di *giving circle* nei vari Paesi presi in esame, i quali conservano ognuno le proprie specificità ma mantengono anche l'idea generale di creare fondi comuni tramite la riscossione di somme annuali richieste ad ogni partecipante per poi decidere insieme dove destinare il denaro, il tempo e altre risorse.

Tramite le interviste si è però verificato che non tutto quello che è enunciato nella letteratura corrisponde sempre a verità assoluta. Ad esempio, il volontariato verso le organizzazioni beneficiarie delle donazioni pare essere presente, ma non a livelli così importanti come viene presentato dalle fonti; la stessa cosa si può dire per il meccanismo che riguarda le donazioni "extra", ovvero le pratiche per le quali un partecipante ad un *giving circle* donerebbe di più (specialmente alle organizzazioni già beneficiarie di aiuto da parte di questi gruppi) ed in maniera più mirata: dai dati raccolti queste erogazioni aggiuntive avvengono, ma non in misura così ampia come ci si sarebbe aspettati dalle descrizioni teoriche.

In ultimo si è pensato di espandere il confronto tra le realtà internazionali e quella italiana che si era fatto in principio ad un'ulteriore sezione in cui i termini di paragone sono venuti ad essere i *giving circle* e altre forme di patronage in ambito culturale presenti nel nostro Paese che condividono con questi qualche tratto distintivo, portando alla luce un esempio per categoria rintracciata. Da questi parallelismi si è evinto che non

esiste, per quanto è stato potuto verificare dall'autore di questa tesi, una forma di *circle giving* analoga a quanto presente nei Paesi anglosassoni e presentato in precedenza. I motivi per questa assenza sono vari e si riconducono in particolare alle differenze tra le nazioni prese in considerazione che si puntualizzavano precedentemente in queste conclusioni: le decisioni politico-economiche riguardanti le sovvenzioni alla cultura, un approccio diverso al concetto di filantropia ed implicazioni sociologiche e culturali.

Avendo interpellato anche esperti del settore per avere una comprensione più completa di quanto succede in Italia e del perché questi circoli non sono apparentemente presenti, si è capito che la situazione è molto complicata e pare che forme di filantropia simili siano ancora molto lontane dall'essere implementate. In particolare nel nostro Paese è molto presente la concezione, quasi il "dovere" per i filantropi di prendersi cura di un patrimonio a serio rischio di danneggiamento; in Italia infatti sono sotto gli occhi di tutti le problematiche burocrazie relative ai restauri ed alle manutenzioni dei beni culturali, che spesso faticano a prendere il via a causa di un supporto pubblico non sempre presente. Considerato questo aspetto di particolare rilievo, viene spesso messo da parte il concetto di un primario benessere della comunità tramite interventi mirati ad elevarne il grado per dare più spazio alla cura di un patrimonio più "in vista" e di cui possono beneficiare più persone (anche non facenti parte della comunità).

Si è poi vista la forte convinzione presente in Italia che gli atti di donazione siano riservati prevalentemente a chi ha grandi disponibilità economiche; questo aspetto è presente in misura molto minore nei Paesi anglosassoni, specialmente negli USA, dove la cultura del dono è, come si è visto, molto sviluppata (viceversa, in Italia per ragioni storiche si crede che il mantenimento del patrimonio culturale sia compito, oltre che di un'élite benestante, dello stato, le cui fonti però tendono a non essere così rigogliose come un tempo¹⁷⁷). Altre considerazioni vengono dal fatto che le donazioni di casa nostra sono spesso eterodirette, ovvero il singolo soggetto decide a chi devolvere il proprio denaro (e a volte tempo) in seguito a sollecitazioni da parte del beneficiario¹⁷⁸, differentemente

¹⁷⁷ Si soprasiede quindi a molti interventi facendo affidamento all'aiuto di privati

¹⁷⁸ Si parla quindi di uno "scambio di beni equivalenti", denaro per valore culturale senza pensare troppo alla prospettiva relazionale (in particolare, offerta di volontariato e competenze)

da quanto accade nel mondo anglosassone, dove questi processi sono più attivi e partecipati da parte dei donatori.

Si può quindi dire che in Italia non vi sia una cultura né una conoscenza della raccolta fondi sufficiente e approfondita da parte della popolazione, che quindi non consente l'implementazione di strumenti avanzati come i *giving circle*. Oltre a questo, bisogna considerare anche la presenza di sgravi fiscali molto diversi, che rendono diversamente appetibili le donazioni: mentre negli USA ed in Australia le donazioni ad enti no profit riconosciuti sono deducibili al 100% dall'imposta, in Italia questo si limita a percentuali minori, generalmente corrispondenti al 19 o 26% dell'importo versato¹⁷⁹.

I margini di questa ricerca possono essere ampliati con ulteriore lavoro in campo sociologico in particolare, andando a descrivere con più precisione e tramite dati empirici l'attitudine dei donatori italiani verso le donazioni ed in particolare verso attività di *circle giving* che rispecchino i principi dei *giving circle*. Spunti potrebbero anche essere sviluppati da categorie di filantropia non trattate in questo testo per mancata conoscenza.

¹⁷⁹ Per il mondo culturale, il tetto è il 2% del reddito dichiarato. Vi è talvolta fuori da questi casi la possibilità di beneficiare di un credito d'imposta secondo i parametri di ArtBonus (vedi capitolo 1)

Bibliografia

ACRI, *Ventesimo Rapporto sulle Fondazioni di Origine Bancaria. Anno 2014*. Roma, 2015

Australia Council for the Arts, *Annual Report 2014-15*. Canberra, 2015

Bearman, J., [More giving together: The Growth and impact of giving circles and shared giving](#). Washington, DC: [Forum of Regional Associations of Grantmakers](#), 2007

Beltrametti L., Domenichini G., *Riflessioni su alcune tendenze in ambito museale: esposizioni permanenti versus mostre temporanee e problematiche finanziarie*, in Atti del Convegno "Quale museo della fotografia per Roma", Università La Sapienza, Roma 28 novembre 2013. In corso di pubblicazione

Circolari MiBACT n. 402 del 19.12.2014 e n. 114 del 22.12.2015

Commissione tecnica paritetica per l'attuazione del federalismo fiscale, *I bilanci delle Regioni in sintesi*. Roma, 2014

Development Team at Melbourne Recital Centre, *Melbourne Recital Centre Principal Partnership Proposal for Etihad Airways*, documento per uso interno all'azienda. 2012

Eikenberry, A. M., *Giving Circles: Growing Grassroots Philanthropy*. New York: Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, 2006

Eikenberry, A. M., *Philanthropy and Voluntary Association in the Hollow State: Giving Circles and Challenges for Democracy*. New York: Administration and Society, 2007

Eikenberry, A. M., *Philanthropy, Voluntary Association and Governance beyond the State*. New York: Administration and Society, 2008

Eikenberry, A. e Bearman, J., [The Impact of Giving Together: a snapshot of a study on giving circles' influence on philanthropic & civic behaviors, knowledge & attitudes](#). Washington, DC: Forum of Regional Associations of Grantmakers, 2009

Eikenberry, A., Breeze, B., *Growing philanthropy through collaboration: the landscape of giving circles in the United Kingdom and Ireland*. Londra: Policy Press, 2015

Fung, A., *Survey article: Recipes for public spheres: Eight institutional design choices and their consequences*, in *Journal of Political Philosophy*, 11, 2003

Gibbs, S., *Top 10 Aussie collective giving groups*. Sydney: Generosity, 2014

Istat, *Bilanci consuntivi delle amministrazioni comunali*. Roma, 2015

Istat, *Bilanci consuntivi delle amministrazioni provinciali*. Roma, 2015

National Endowment for the Arts, *How the United States funds the Arts*, 3rd edition. Washington, DC, 2012

Putnam, R. D., *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster, 2000

Ragioneria Generale dello Stato, *La spesa delle Amministrazioni Centrali dello Stato*. Roma, 2016

Trupiano G., a cura di, *La finanza della cultura. La spesa, il finanziamento e la tassazione*. Roma Tre- Press, 2015

Williamson, A., *Giving Collectives*, in *Annual Review 2016*. Brisbane: Queensland University of Technology Press (in corso di pubblicazione)

Wuthnow, R., *Sharing the journey: Support groups and America's new quest for community*. New York: Free Press, 1994

Zamagni, S., *Gli italiani tirchi? No, da noi manca la fiducia. Vi spiego perché*. Vita, aprile 2015

Sitografia (in ordine di consultazione)

<http://www.wordreference.com/enit/grant>

http://www.americansforthearts.org/sites/default/files/pdf/2013/by_program/afta_publications/afta_reports/BCA_Survey_V6_Single.pdf

<http://apo.org.au/resource/creative-nation-commonwealth-cultural-policy-october-1994>

http://www.aph.gov.au/About_Parliament/Parliamentary_Departments/Parliamentary_Library/FlagPost/2013/April/Creative_Australia_National_Cultural_Policy_2013

http://parlinfo.aph.gov.au/parlInfo/download/library/prspub/4036352/upload_binary/4036352.pdf;fileType=application/pdf

http://www.minister.communications.gov.au/mitch_fifield/news/guidelines_released_for_new_arts_fund#.V-ZcfCLTIX

<https://www.arts.gov.au/funding-and-support>

<https://www.creativepartnershipsaustralia.org.au/>

<https://www.creativepartnershipsaustralia.org.au/resources/factsheets/>

<https://www.creativepartnershipsaustralia.org.au/resources/factsheets/philanthropy-and-private-giving-101/>

<http://www.ampag.com.au/article/Surveys>

https://mpra.ub.uni-muenchen.de/43661/1/MPRA_paper_43661.pdf

<http://www.stageup.com/report/predittiva2014.pdf>

http://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sitoMiBAC/Contenuti/MibacUnif/Comunicati/visualizza_asset.html_1059667292.html

<http://www.spettacolodalvivo.beniculturali.it/index.php/contributi-online>

<http://www.impact100wa.org.au/>

www.fundingartsnetwork.com

<https://txculturaltrust.org/texas-women-for-the-arts/>

<http://www.guggenheim-venice.it/membership/circle.html>

<http://www.thecircleitalia.org/>

https://it.wikipedia.org/wiki/Club_di_servizio

www.lionsclub.org

<http://www.amicideimuseivenezia.it/>

<https://www.friendsofflorence.org/>

<http://www.ilgiornaledellefondazioni.com/content/parola-bernardino-casadei>

<http://www.ilgiornaledellefondazioni.com/content/le-fondazioni-di-comunit%C3%A0-le-case-della-filantropia-dove-la-cultura-pu%C3%B2-trovare-un>

<http://www.fondazionecariplo.it/it/progetti/fondazioni-di-comunita/index.html>

<http://secondowelfare.it/terzo-settore/fondazioni/le-fondazioni-di-comunita-in-italia.html>

<http://www.fondazionebresciana.org/>

