

CENTRO STUDI SUL NON PROFIT



ABSTRACT

***Ricerca comparativa sul
fundraising e people raising per i
musei: Italia, Regno Unito e Stati
Uniti d'America a confronto***

Anno 2018

A cura di Raffaele PICILLI

È vietata la riproduzione, anche parziale, senza autorizzazione dell'autore.

CENTRO STUDI SUL NON PROFIT



Il Centro Studi sul Nonprofit insieme a Raise the Wind hanno realizzato, nel 2018, una nuova ricerca comparativa sul fundraising. Lo studio dal titolo “**Ricerca comparativa sul fundraising e people raising per i musei: Italia, Regno Unito e Stati Uniti d’America a confronto**” è stato pubblicato, per interno, nel volume “**L’inestimabile valore: marketing e fundraising per il patrimonio immobiliare**” scritto da Gabriele Granato e Raffaele Picilli e edito da Rubbettino Editore nel 2019.

Per immaginare il futuro del fundraising nel nostro Paese, bisogna guardare anche alle esperienze straniere, tenendo conto che spesso i mercati e le sensibilità rispetto alle donazioni sono molto diverse. Così come altre ricerche hanno già confermato, il fundraising negli Stati Uniti d’America e nel Regno Unito è molto più sviluppato che in Italia. Non soltanto il cittadino è maggiormente “abituato” a donare fondi ma lo può fare anche attraverso sistemi moderni come l’uso della carta di credito contactless o i bracciali contactless.

Oggetto della ricerca sono le attività di fundraising dei primi dieci musei, per numero di visitatori, degli Stati Uniti d’America, del Regno Unito e di quindici musei italiani (dieci pubblici e cinque privati).

Musei negli Stati Uniti d’America

I musei degli Stati Uniti presi in esame utilizzano tutti più di una tecnica di fundraising. Molto diffuse sono le donazioni pianificate, e la quota associativa annuale. In cinque musei è previsto un vero e proprio circolo donatori articolato su diversi livelli a cui corrispondono varie quote associative, solitamente annuali. Altrettanto diffuse sono le donazioni corporate, cioè rivolte alle aziende. Altre tecniche di fundraising a cui i musei americani ricorrono sono le donazioni individuali, le donazioni in memoria, l’organizzazione degli eventi benefici e le donazioni di opere d’arte.

Per entrare nel dettaglio, la **National Gallery of Art** e il **National Museum of Art di Washington** utilizzano le stesse tecniche di fundraising tra cui la quota associativa, il circolo donatori, le donazioni pianificate, le donazioni corporate per il supporto di speciali mostre e importanti programmi culturali, donazioni di opere d’arte e le donazioni in memoria. Il **Museo Hirshorn di Washington** utilizza come attività di fundraising, principalmente, il circolo donatori e le donazioni individuali, dando sempre la possibilità di destinare le somme donate a progetti specifici.

Il **Metropolitan Museum di New York** propone quote associative annuali a partire da ottanta fino a seicento dollari. In cambio della donazione, il donatore ottiene benefici di diverso tipo come ad esempio: accessi esclusivi per l’ingresso alle nuove mostre o inviti per eventi speciali organizzati nel corso dell’anno.

È vietata la riproduzione, anche parziale, senza autorizzazione dell’autore.

CENTRO STUDI SUL NON PROFIT



Il **Moma di New York** aggiunge altro, prevedendo quote associative annuali scontate per gli artisti che hanno lavorato o lavorano per il museo e per gli studenti. Il **Getty Museum di Los Angeles** ha dei *Patron's* (benefattori) annuali che effettuano una donazione molto alta a partire da cinquantamila dollari.

Il **County Museum of Art di Los Angeles**, che fa ricorso a sei tecniche di fundraising, usa una particolare attenzione rivolta ai gruppi *Patron's* (benefattori), suddividendoli su vari livelli, a seconda dell'importo della donazione annuale.

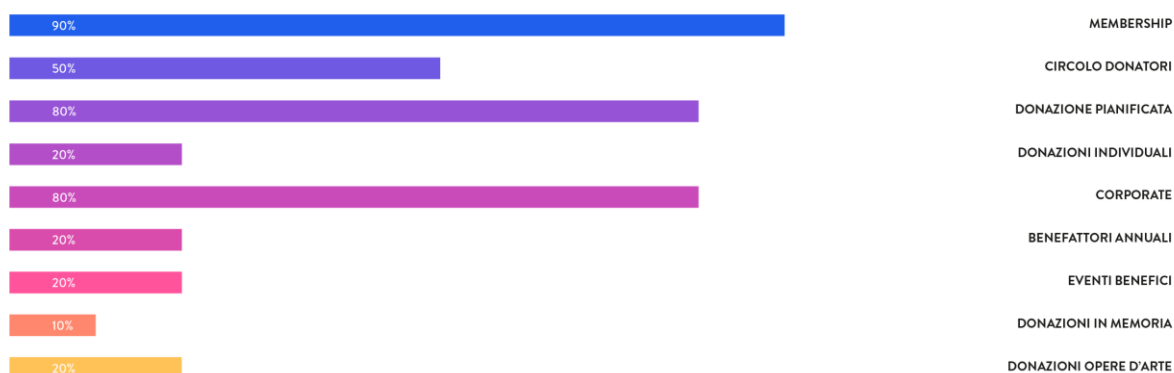
Tutti i musei statunitensi consentono di effettuare donazioni online attraverso la carta di credito, spesso con quota suggerita. È possibile, comunque, effettuare donazioni attraverso bonifici bancari, assegni e via telefono con carta di credito.

I dieci musei presi in esame hanno tutti siti web molto funzionali, sempre aggiornati e con sezioni dedicate alle donazioni di fondi e ai donatori. Tutti i musei hanno profili social tra cui spiccano Facebook, Twitter, Instagram e Youtube.

Otto musei su dieci offrono la possibilità di fare volontariato, principalmente a giovani e docenti, attraverso specifici programmi dedicati alla loro formazione.

Sette musei su dieci pubblicano sul proprio sito web il bilancio di missione aggiornato al 2017.

MUSEI STATI UNITI D'AMERICA: TECNICHE DI FUNDRAISING



FONTE: CENTRO STUDI SUL NONPROFIT 2018

È vietata la riproduzione, anche parziale, senza autorizzazione dell'autore.

Musei nel Regno Unito

I dieci musei britannici esaminati (7 inglesi e 3 scozzesi) fanno ricorso anch'essi a più tecniche di fundraising. Anche per essi prevalgono l'uso della quota associativa annuale (8 su 10) e il ricorso alle donazioni corporate (8 su 10). Diffuso è anche il sistema di raccolta fondi attraverso i lasciti testamentari (5 su 10), le donazioni in memoria (3 su 10), le donazioni individuali. Naturalmente, è possibile la donazione anche attraverso il sito web, compilando un apposito form e donando con carta di credito. Anche i musei britannici prevedono i *Patron's circles*, clubs di benefattori, che propongono donazioni annuali ma anche mensili.

Esaminando più in dettaglio le attività di fundraising dei musei britannici, si ricava che **British Museum** e **National Gallery** di Londra utilizzano più tecniche: sette a testa. Il British Museum ricorre al supporto di due importanti multinazionali come British Petroleum e la Samsung. Queste due aziende partecipano, come sponsor, al sostegno di progetti specifici o all'organizzazione di mostre esclusive. La **National Gallery** di Londra riceve erogazioni da parte di trusts e fondazioni. Il **Victoria and Albert Museum** utilizza sei tecniche di fundraising che contribuiscono, tra le altre cose, a finanziare il *Future Plan* ovvero un ambizioso programma che punta ad ampliare gli spazi espositivi del museo. La **Tate Modern** e la **Tate Britain** di Londra, appartenendo allo stesso complesso museale, condividono anche il numero di tecniche di fundraising impiegate che sono quattro. La **Somerset House**, tra le varie attività di fundraising, ricorre anche al contributo di molti trust e fondazioni, essenziale per l'implementazione delle iniziative del museo. La **Saatchi Gallery** ha come principali attività di fundraising numerose sponsorizzazioni corporate. Passando ai musei scozzesi la **National Gallery of Scotland** di Edimburgo, tra le attività di fundraising, dedica particolare attenzione ai lasciti testamentari. Particolarmente interessante e innovativo è lo strumento di pagamento contactless (con carta di credito, debito e smartphone) introdotto nel 2017 dal National Museum of Scotland. Otto musei su dieci offrono l'opportunità di fare del volontariato, con programmi specifici rivolti soprattutto ai giovani. Nove musei su dieci pubblicano sul loro sito web il bilancio di missione.

MUSEI REGNO UNITO: TECNICHE FUNDRAISING



FONTE: CENTRO STUDI SUL NONPROFIT 2018

È vietata la riproduzione, anche parziale, senza autorizzazione dell'autore.

Musei in Italia

Per questa ricerca, sono stati presi in considerazione i primi dieci musei italiani, classificati per numero di visitatori. La ricerca riguarda solo musei pubblici, ma sono stati presi in considerazione anche alcuni dei maggiori musei privati.

I musei pubblici italiani sono purtroppo in controtendenza rispetto ai musei statunitensi e britannici. Nel nostro Paese, i musei utilizzano poche tecniche di fundraising, in particolare propongono donazioni individuali e chiedono il 5x1000. Solo due musei prevedono il versamento di una quota associativa annuale.

Dei dieci musei presi in considerazione solo cinque presentano sul proprio sito web una sezione dedicata alla raccolta di fondi. Si tratta del complesso museale degli **Uffizi di Firenze** che comprende anche i Giardini di Boboli e Palazzo Pitti. Ad essi si aggiungono il **Museo Egizio** di Torino e la **Galleria dell'Accademia di Firenze**. Le tecniche di fundraising, sia del complesso museale degli Uffizi che del Museo Egizio, prevedono le donazioni individuali e il 5x1000. Il Museo Egizio prevede anche un'associazione sostenitori per il supporto delle sue attività. La Galleria dell'Accademia di Firenze ha come unica tecnica di fundraising la quota associativa annuale.

Nessuno dei dieci musei italiani consente di effettuare donazioni online né offre la possibilità di fare attività di volontariato all'interno delle strutture.

Nella ricerca sono stati esaminati anche cinque musei privati italiani: **Peggy Guggenheim** di Venezia, il **Museo delle Scienze** ed il **Museo di Arte Moderna e Contemporanea**, entrambi di Trento, il **Museo Nazionale del Cinema** di Torino e il **Museo dell'Auto** di Torino.

Sia il Museo delle Scienze che il Museo di Arte Moderna e Contemporanea usano più tecniche di fundraising, tra cui la quota associativa individuale, la raccolta fondi dalle aziende, le sponsorizzazioni. Il Peggy Guggenheim dà anche la possibilità di effettuare donazioni individuali e lasciti testamentari e consente di versare le diverse quote associative annuali online attraverso la carta di credito. Altri strumenti di donazione sono il bonifico bancario, l'assegno e il vaglia postale.

Particolarmente interessanti sono le attività di fundraising messe in atto dal Mart di Trento che ricalcano in buona parte quelle dei musei statunitensi e britannici. Il MuSe e il Mart di Trento offrono la possibilità di fare esperienze di volontariato. Il Mart pubblica periodicamente dei bandi per volontari, aperti a chiunque e riguardanti attività della durata non superiore alle quattro settimane.

È vietata la riproduzione, anche parziale, senza autorizzazione dell'autore.

CENTRO STUDI SUL NON PROFIT



Una citazione a parte va fatta per i **Musei Vaticani**, anche se non sono posizionati in territorio italiano. I Musei Vaticani, al pari di quelli americani e anglosassoni, fanno ricorso ai *Patrons*, associazione di benefattori che sostengono la conservazione della vasta collezione d'arte, attraverso sostanziose erogazioni annuali. All'interno degli spazi museali è notevolmente incentivata la vendita di gadget e souvenir, attraverso le numerose postazioni presenti lungo il percorso espositivo.

MUSEI ITALIANI: TECNICHE DI FUNDRAISING



FONTE: CENTRO STUDI SUL NONPROFIT 2018

È vietata la riproduzione, anche parziale, senza autorizzazione dell'autore.