

FUNDRAISING PER LA CULTURA: GLI STRUMENTI DIGITALI

Fruizione on demand dal 1° ottobre al 16 dicembre

Docenti Massimo Coen Cagli, Riccardo Tovaglieri, Niccolò Contrino, Martina Di Castri, Valeria Romanelli

Formato Moduli formativi (MOOC, hands-on)

Descrizione

Il percorso intende fornire una chiara visione di cosa sia il fundraising e di cosa implica la sua adozione da parte di una organizzazione culturale, presentando sia strumenti metodologici che tecnici per approcciare efficacemente individui e aziende. Inoltre, fornisce una serie di strumenti operativi per ideare e progettare azioni di raccolta di fondi e ospita significative testimonianze di dirigenti, operatrici e operatori di organizzazioni culturali che praticano già il fundraising.

La struttura del percorso prevede:

Corso 1 - Approcciare il fundraising in modo strategico

Il corso approfondisce le attività strategiche che una organizzazione deve attuare per dotarsi di un adeguato sistema di fundraising. Viene esplorato il tema della progettazione strategica delle azioni di fundraising presentando il ciclo delle attività che una organizzazione deve porre in essere per dotarsi di un programma di medio e lungo periodo. In questo ambito si approfondisce come definire obiettivi chiari, pianificare azioni concrete e monitorare i risultati nel tempo. Il corso presenta inoltre il modello LAI (Link, Ability, Interest) come strumento per identificare i target ideali per la raccolta fondi. L'approccio analitico proposto fornisce alcuni criteri che permettono una selezione efficiente ed efficace dei possibili destinatari delle azioni di raccolta fondi. Viene analizzata la creazione di un *statement* chiaro ed efficace, che definisce la "buona causa" e serve come strumento di comunicazione per coinvolgere e motivare i donatori e le donatrici. Infine, viene approfondita l'analisi SWOT della organizzazione per comprendere i punti di forza e gli asset sui quali progettare le azioni di raccolta fondi.

Dicolab

Cultura al digitale

Corso 2 - Gli strumenti del fundraising

Il corso presenta le principali modalità di raccolta fondi verso individui e aziende, mettendo in evidenza l'urgenza di adottare soluzioni digitali. Si parte esplorando il concetto di analisi valoriale, come valutazione utile per individuare le migliori proposte di scambio con i sostenitori e le sostenitrici, partendo dai valori prodotti dalle attività culturali che si intende promuovere. Ampio spazio viene dato alle membership, uno dei più potenti strumenti del fundraising funzionale a costruire una base di sostenitori e sostenitrici attive, creando senso di appartenenza e fidelizzazione.

Il corso presenta inoltre alcuni principi fondamentali del corporate fundraising, ovvero del fundraising rivolto alle aziende, esplorando le varie modalità di supporto alla cultura da parte loro: dalle sponsorizzazioni alle donazioni, fino alla presentazione di modelli innovativi, tra cui il matching-grant, il payroll giving e il cause-related marketing. Infine, il corso affronta il tema ormai urgente dell'adeguamento del fundraising agli strumenti digitali, presentando le tante modalità di implementazione delle nuove tecnologie alle diverse tecniche di fundraising oltre che agli strumenti gestionali a esso connessi, affinché si abbia consapevolezza delle opportunità offerte dalla transizione digitale.

Corso 3 - Costruire una campagna di raccolta fondi per il pubblico di una istituzione culturale

In questo corso interattivo il/la discente deve operare le scelte migliori per trasformare il pubblico di una istituzione culturale in persone sostenitrici, strutturando così un progetto di raccolta fondi. Il caso proposto invita il/la discente a prendere decisioni strategiche valutando pro e contro: identificare il target da coinvolgere, definire il messaggio da comunicare e scegliere la tipologia di donazione più adatta per ciascun target.

L'esercitazione mostra come sia essenziale, per costruire una campagna autentica ed efficace, porsi domande quali: chi siamo davvero, cosa vogliamo rappresentare e quale impatto desideriamo avere sulle nostre comunità. In questo modo, il caso offre l'opportunità di riflettere su come il fundraising possa aiutare le istituzioni culturali in processi di crescita e cambiamento, oggi essenziali.



Dicolab. Cultura al digitale è promosso dal Ministero della Cultura - Digital Library nell'ambito del PNRR Cultura 4.0, è realizzato dalla Scuola nazionale del patrimonio e delle attività culturali e finanziato dall'Unione europea - Next Generation EU.

Per la formazione del personale MiC il programma si avvale della collaborazione di



Corso 4 - Costruire una membership con le aziende. Ideazione, promozione, fidelizzazione

In questo corso interattivo il/la discente deve operare le scelte per costruire una corporate membership di una istituzione culturale che rappresenta un archetipo nel nostro diffuso e variegato patrimonio culturale. L'obiettivo è disegnare uno schema di partecipazione che garantisca all'organizzazione una maggiore sostenibilità economica e l'ampliamento dell'offerta culturale, individuando il target di potenziali aziende, i benefit offerti, oltre ad una strategia di comunicazione efficace. Il corso mette alla prova il pensiero creativo per attrarre potenziali imprese locali e nazionali, riconoscendo che non esiste un'unica soluzione corretta, ma piuttosto una visione strategica di ampio respiro che accompagni l'ente in un processo di crescita e sviluppo.

Programma

Modulo	Formato	Online	Durata
<i>Approcciare il fundraising in modo strategico</i>	MOOC	1° ottobre 2025	1 ora
<i>Gli strumenti del fundraising</i>	MOOC	1° ottobre 2025	1 ora
<i>Costruire una campagna di raccolta fondi per il pubblico di una istituzione culturale</i>	Hands-on Storyline	1° ottobre 2025	1 ora
<i>Costruire una membership con le aziende. Ideazione, promozione, fidelizzazione</i>	Hands-on Storyline	1° ottobre 2025	1 ora

Destinatari

Il percorso si rivolge a tutti/e i/le dipendenti del MiC, delle altre Amministrazioni Pubbliche, ai/le professionisti/e, alle imprese del sistema culturale e agli studenti e studentesse che vogliano approcciare alla comunicazione del patrimonio culturale.

Modalità di erogazione Online in modalità asincrona

Sede del corso Piattaforma FAD

Durata complessiva 4 ore



Dicolab. Cultura al digitale è promosso dal Ministero della Cultura - Digital Library nell'ambito del PNRR Cultura 4.0, è realizzato dalla Scuola nazionale del patrimonio e delle attività culturali e finanziato dall'Unione europea - Next Generation EU.

Per la formazione del personale MiC il programma si avvale della collaborazione di



Dicolab

Cultura al digitale

Open Badge

Per la certificazione delle competenze e l'acquisizione del Badge, il/la titolare ha completato tutte le attività del corso e superato con successo i test, rispondendo correttamente al 100% delle domande previste.

Il rilascio dei badge è previsto per ciascun corso multimediale del percorso.

Contenuti extra

Dialoghi. Cosa è e cosa non è il fundraising. Le sfide del fundraising per la cultura

Disponibile sul canale [YouTube](#) della Scuola

Il dialogo tra Massimo Coen Cagli e Riccardo Tovaglieri, consulenti senior di organizzazioni culturali, ha lo scopo di chiarire cosa si intende per fundraising, sfatando i falsi miti, e descrivendo quali sono le condizioni affinché una organizzazione lo adotti con efficacia. Vengono messi in evidenza fattori di ostacolo e di facilitazione. Inoltre, viene fornito un quadro generale dei trend del mercato della raccolta fondi da individui e dalle aziende.



Dicolab. Cultura al digitale è promosso dal Ministero della Cultura - Digital Library nell'ambito del PNRR Cultura 4.0, è realizzato dalla Scuola nazionale del patrimonio e delle attività culturali e finanziato dall'Unione europea - Next Generation EU.

Per la formazione del personale MiC il programma si avvale della collaborazione di

