

Filantropia dell'arte

ROBERTA BALMA MION
Torino Internazionale

03

L'idea di una fondazione di comunità a Torino per coinvolgere realtà private nella spesa per attività culturali matura durante gli incontri organizzati per definire gli obiettivi del 2° Piano Strategico.

Allora, come oggi, ci si interrogava su nuovi strumenti per raccogliere capitali privati a sostegno della cultura. Benché sul territorio esistessero importanti ed efficaci iniziative filantropiche come la Consulta per la Valorizzazione dei Beni Artistici e Culturali, impegnata in particolare su progetti di grande scala, in un contesto caratterizzato dalla contrazione delle risorse pubbliche destinate a questo settore e in una prospettiva ancor più severa, diventava imprescindibile, oltre che strategico, pensare a nuove e più snelle forme di finanziamento, di dimensioni ridotte per rispondere a bisogni misurati. Per approfondire il fenomeno e verificarne l'adattabilità al caso torinese, Torino Internazionale, nel quadro delle attività del piano strategico, insieme al Centro di Documentazione sulle Fondazioni e con il sostegno della Compagnia di San Paolo, ha promosso e coordinato uno studio, condotto da un gruppo di ricerca della Scuoladi Amministrazione Aziendale dell'Università degli Studi di Torino (SAA).

Ma di cosa si tratta e quali caratteristiche rendono peculiare una fondazione di comunità?

Una fondazione di comunità è un efficiente intermediario filantropico, un'organizzazione snella capace di massimizzare gli effetti di un dono a favore di un determinato territorio. Efficiente perché offre tanti modi per donare, snella perché si concentra nella distribuzione dei soldi raccolti, circoscritta perché nasce e opera a favore di una specifica area geografica, provincia, città o quartiere che sia. Ciò le permette di intercettare un gran numero di donatori, grandi e piccoli, diffondere la cultura della donazione e catalizzare risorse per il bene della comunità. Il fenomeno è in crescita.

Il *Community Foundation Global Status Report* offre un quadro generale delle dimensioni e dell'evoluzione del fenomeno nel mondo. Al 2008 ne sono state identificate 1441 in 51 paesi: rispetto al 2005 il numero è cresciuto del 21%; è aumentato il numero delle fondazioni comunitarie residenti fuori dagli Stati Uniti (raggiungendo il 46% del totale), soprattutto in Germania (dove se ne contano 191).

In Italia lo sviluppo è relativamente recente e risale a una decina di anni fa, quando, su impulso della Fondazione Cariplo, viene fondata la Fondazione di Comunità di Lecco. Oggi ne esistono 24, soprattutto in Lombardia, istituite come fondazioni di diritto privato per il sostegno di progetti locali. In Piemonte sono tre, di cui una a Torino, quella di Mirafiori.

Il *Manifesto for Community Philanthropists*, frutto del lavoro della rete delle Fondazioni di Comunità del Regno Unito (*Community Foundation Network*) scrive: «Le fondazioni comunitarie migliorano l'azione del dono grazie al supporto di competenze specifiche, professionalità, capacità, esperienze, capitale sociale. La filantropia è un impegno bilaterale che arricchisce la vita non solo dei beneficiari, ma anche

Filantropia dell'arte

04

- di chi dona, aiutando gli uni a comprendere le condizioni, le motivazioni e i bisogni degli altri». Una fondazione di comunità si regge infatti sul presupposto che le comunità siano ricche di potenziali donatori i quali spesso non donano perché non trovano o non conoscono i canali e le forme per farlo, perché non si fidano o non vedono ricadute sul territorio in cui vivono, perché non hanno il tempo o perché nessuno li stimola a donare, perché considerano troppo costoso organizzare il proprio dono in un'attività continua, per esempio attraverso la costituzione di una fondazione. Basti pensare che, in base allo studio della SAA, in Provincia di Torino l'85% dei dichiaranti non destina il proprio 5 per mille, perdendo la possibilità di aiutare un'organizzazione non profit del territorio in cui risiede e lasciando la propria destinazione allo Stato. Eppure donare, anche solo un euro, ha effetti benefici perché il donatore si sente parte della propria comunità, contribuisce al futuro del luogo in cui vive, dà un senso alla propria vita, si "sente bene" per il gesto compiuto.

A differenza delle grandi fondazioni che si reggono su pochi grandi finanziatori stabili, le risorse delle fondazioni comunitarie provengono da una moltitudine di donazioni, lasciti mobili e immobili, sponsorizzazioni. Ci sono i grandi donatori, i mecenati o filantropi che possono anche aprire un fondo patrimoniale per una causa specifica, e ci sono tanti piccoli donatori, che donano anche solo pochi euro, ma che sommati possono esercitare un impatto reale sul territorio. Ma che cosa offre in cambio la fondazione di comunità? In primo luogo è una struttura indipendente, con un altissimo grado di trasparenza, svincolata dai poteri politici, in grado di garantire l'integrità dell'operato. Secondariamente ha un chiaro piano di marketing con azioni orientate a fidelizzare i donatori come campagne continue di raccolta fondi, diversificate sulla base del target da raggiungere, accessibili grazie a una rete capillare di punti di raccolta (biblioteche, banche, uffici postali, studi medici, sale cinematografiche, studi commercialisti), nonché programmi di erogazione chiari e trasparenti, che informano in modo semplice i potenziali donatori circa le scelte adottate, i progetti avviati, i risultati ottenuti per la comunità. Ma la fondazione fornisce anche e soprattutto, come abbiamo detto, un ampio ventaglio di opportunità e modi per donare: si può costituire un fondo a proprio nome, si può scegliere di sostenere un determinato settore o addirittura progetto; si può donare a patrimonio. Un'altra particolarità delle fondazioni di comunità è che sono espressione di un territorio definito e per questo operano in via esclusiva. In parole semplici, esse raccolgono donazioni su un territorio, ne massimizzano il valore e lo ridistribuiscono sul territorio medesimo e per un scopo preciso: i torinesi che decideranno di donare sapranno e vedranno il frutto della loro azione.

L'idea torinese è di un'organizzazione specializzata in interventi nella cultura. Si tratterebbe della prima struttura così specializzata, pensata come nuova forma di finanziamento al settore, voluta per confermare il ruolo strategico della cultura per lo sviluppo sostenibile del territorio, soprattutto a valle di importanti investimenti, che è bene mantenere e valorizzare. Una struttura che si fonda sull'assunto che la creatività artistica serve alla crescita consapevole di una comunità. Di quale cultura stiamo dunque parlando? La nuova cultura, legata alla creazione, all'agire artistico, che si nutre di un *milieu* creativo urbano stimolante, di luoghi informali di socializzazione e formazione, di esperienze di apprendistato e scambio presso realtà all'avanguardia nel panorama mondiale della produzione creativa. Una produzione che è espressione di movimenti urbani spontanei e incontrollabili,

difficili da intercettare, ma allo stesso tempo bisognosi di risorse, il cui costo è normalmente contenuto. Le ragioni alla base di questa scelta sono sostanzialmente tre: la prima deriva dal fatto che il nostro territorio ha già prodotto realtà che raccolgono capitali privati per la cultura, ma orientate al recupero e alla valorizzazione del patrimonio; la seconda ragione nasce dalla natura stessa delle fondazioni comunitarie, il cui impatto può essere reale su progetti a costo ridotto (restaurare una chiesa costa molto di più che realizzare uno spettacolo di arti performative); infine investire sulla produzione contemporanea, in ogni sua forma, significa, per chi ha pensato questa struttura, scommettere sul futuro, credere nel potenziale d'innovazione legato al processo artistico. Si legge nel primo capitolo del Libro bianco sulla creatività in Italia, curato da Walter Santagata e pubblicato nel 2009: «Abbiamo conservato, gestito e tutelato il nostro patrimonio culturale. Vi abbiamo dedicato molte risorse a livello pubblico e privato, ma è tempo di dedicarne molte di più alla produzione di nuova cultura, a non distruggere il nostro paesaggio, a superare la negligenza che cura poco l'educazione dei giovani e il progresso tecnologico, non dimenticando... che solo chi sta davanti avrà gli strumenti per continuare ad essere leader». Allora la fondazione comunitaria potrebbe sostenere e co-sostenere nuove produzioni che siano espressione delle tendenze artistiche del presente, possibilmente realizzate insieme ad altri artisti o associazioni culturali, magari con le imprese, le scuole, le accademie, e perché no gli ordini professionali; progetti pluriennali, con un piano finanziario chiaro e solido, scelti secondo criteri che privilegino la capacità di stimolare donazioni nella comunità e la fruibilità

05

nel territorio. E iniziative a sostegno della formazione, del perfezionamento, dell'apprendistato come borse di studio e scambi per favorire la mobilità degli artisti; stage e laboratori di perfezionamento sul modello talent campus; progetti di *networking* e scambio di competenze, conoscenze ed esperienze artistiche e professionali. La scala metropolitana della struttura potrebbe garantire una redistribuzione delle risorse per la creazione culturale, andando ad alimentare produzioni e fruizioni diffuse, attente alle zone di confine, ai luoghi più remoti della dimensione metropolitana. La ricerca condotta dalla SAA ci dice che, in tutta l'area metropolitana torinese, la gestione delle risorse della Regione Piemonte e delle fondazioni di origine bancaria negli ultimi anni ha privilegiato il comune capoluogo. Dal 2001 al 2007, il 93% dei progetti sostenuti risiede nel Comune di Torino e solo il 6% nei comuni della cintura. Inoltre, mentre a Torino più del 50% delle erogazioni sono comprese tra i 10 e i 50 mila euro, in area metropolitana la maggior parte (57%) varia da mille a 10 mila. Complessivamente infine, gli stanziamenti, sia in termini di stock sia di crescita delle risorse, si sono orientati su un certo settore e su specifiche azioni favorendo le attività museali nelle arti visive e nel cinema, la produzione e gestione di stagioni teatrali e grandi festival di teatro, danza, musica. La fondazione potrebbe dunque riequilibrare il sistema privilegiando quelle attività e quei settori che ricevono un minor apporto di risorse. Quanto pubblichiamo nelle pagine che seguono dà ampio spazio in primo luogo ai risultati del lavoro condotto dalla SAA e mostra alcune delle potenzialità

delle fondazioni di comunità nell'auspicio che si possa costituire, grazie all'aiuto di grandi e piccoli donatori, un'organizzazione analoga nel torinese. Per approfondire alcune tematiche abbiamo poi chiesto un parere ad alcuni esperti. Dell'evoluzione delle fondazioni comunitarie in Italia e delle opportunità di sviluppo per il futuro, ci parla Bernardino Casadei, uno dei massimi esperti in materia. Il tema della donazione è invece affrontato da Walter Santagata che ci illustra in anteprima i risultati di un'interessante ricerca sui fattori che incoraggiano il contributo dei privati alla cultura. L'articolo di Sonia Schellino, specialista di filantropia comunitaria e impegnata, in Compagnia di San Paolo, nello sviluppo di progetti e iniziative a sostegno di questo settore, ci fornisce una guida alle opportunità per i donatori. La mappatura dei benefici fiscali per chi dona in arte e cultura nel nostro paese è invece condotta da Mario Montalcini e Oscar Maroni, di Pragmos. Un'ultima, preziosa testimonianza sull'esperienza del dono è contenuta nel contributo che Stephanie Shirley, ambasciatrice filantropica del governo britannico, ha rilasciato durante una recente conferenza internazionale a Nottingham sulla filantropia comunitaria. Delle differenze rispetto al nostro paese e dei contenuti della conferenza ci parla Virginia Savojni, che insieme ad altri 12 professionisti ha preso parte al viaggio studio organizzato intorno alla conferenza di Nottingham. Abbiamo poi scelto di dedicare ampio spazio ad alcuni casi che, per meccanismi di funzionamento o modalità di sviluppo, riteniamo rilevanti per la diffusione della filantropia. È il caso di YouthBank, modello nato dieci anni fa nell'Irlanda del Nord,

proprio da una fondazione comunitaria, e oggi diffuso in tutta Europa, basato sul coinvolgimento dei giovani nei processi decisionali. Ce ne parla il coordinatore responsabile, Vernon Ringland. Delle esperienze sul nostro territorio racconta Giuseppe Pichetto, presidente della neonata Fondazione della Comunità di Mirafiori Onlus. Il *Festivaletteratura* di Mantova è un esempio virtuoso di come un'iniziativa culturale si possa sostenere con risorse in gran parte private. Mentre *Manchester Busker* è un celebre progetto messo in piedi ormai trent'anni fa per aiutare gli artisti di strada a emergere. Infine, non potevano mancare i bisogni, il punto di vista degli artisti. Abbiamo chiesto a nove di loro come lavorano, cosa sono disposti a fare per la comunità e cosa domanderebbero alla fondazione comunitaria. Dalle risposte emerge vitalità, entusiasmo, voglia di lavorare insieme per capire, dialogare, sperimentare, per dare il proprio contributo consapevole a migliorare la propria città. Il tutto, low cost.



In Italia si festeggiano 10 anni

BERNARDINO CASADEI

Assifero

Le fondazioni di comunità sono intermediari filantropici. Esse promuovono la cultura del dono e finanziano progetti d'utilità sociale nella propria comunità.



06

In particolare assistono tutti coloro che vogliono vivere il dono non come una mera reazione emotiva o un astratto dovere, ma come una modalità concreta per affermare la propria dignità, dare un significato al proprio operare, vincere il senso di impotenza che contraddistingue la nostra società e, soprattutto, relazionarsi col prossimo in modo veramente umano, perché non strumentale. Si tratta di una realtà nuova non solo in Italia, dove si celebra quest'anno il decennale, ma anche nel mondo e negli stessi Stati Uniti, dove, fino agli anni ottanta, era un fenomeno marginale e quasi irrilevante fra le istituzioni filantropiche di quel Paese. In questi ultimi decenni si è però trasformato nel settore in più rapida crescita della filantropia istituzionale e si è rapidamente diffuso in tutti i continenti. Quando la Fondazione Cariplo, nel 1998, decise di promuovere, in via sperimentale, la diffusione delle fondazioni di comunità nel nostro Paese, pochi avrebbero scommesso sugli esiti di questo progetto. I risultati sono però andati al di là delle più rosee aspettative e oggi il patrimonio delle fondazioni di comunità italiane è il quarto al mondo, non lontano da quello gestito dalle fondazioni di comunità del Regno Unito. Esso infatti ha raggiunto i 200 milioni di euro ed è in costante crescita. È importante rilevare come nel solo 2008 sono state raccolte donazioni per 15 milioni di euro, senza contare i trasferimenti da parte delle fondazioni d'origine bancaria, e, nel contempo, sono stati erogati ben 20 milioni di euro a favore di progetti d'utilità sociale.

In 10 anni sono nate ben 24 fondazioni di comunità in Lombardia, Veneto, Piemonte e Liguria. È importante notare come, a giugno di quest'anno, sia stata costituita la Fondazione di Salerno, primo esempio di fondazione di comunità nel Mezzogiorno d'Italia. Esperienza che dovrebbe fare scuola, anche perché la Fondazione per il Sud ha deciso di sostenere lo sviluppo di queste istituzioni nel nostro meridione. L'idea sta infatti suscitando non solo l'interesse di altre fondazioni d'origine bancaria ed in particolare della Fondazione di Venezia e della Compagnia di San Paolo, ma anche di enti locali, piani di zona, banche, camere di commercio, enti ecclesiastici, centri servizi per il volontariato e altri enti non profit, così come imprese e individui, i quali tutti hanno colto le grandi potenzialità di questo strumento, che non solo può aiutare questi soggetti a meglio perseguire le loro finalità, ma che è anche in grado di dare reale concretezza a quei principi di solidarietà e sussidiarietà che tutti invocano, ma che troppo spesso rimangono vuota retorica. Grazie alla promozione del dono, le fondazioni di comunità, oltre a catalizzare risorse per finalità di pubblica utilità, generano quel capitale sociale che è condizione indispensabile, non solo per lo sviluppo morale e civile delle nostre comunità, ma anche per quello economico e sociale. Questo sviluppo, che ha suscitato notevole interesse anche all'estero, tanto che l'università di Heidelberg ha considerato il progetto iniziale come uno dei migliori esempi di filantropia strategica a livello

continentale, deve confrontarsi con alcune importanti sfide. Da un lato la cornice legale non è certo favorevole, anche se, una recente modifica della definizione di beneficenza ha finalmente legittimato l'intermediazione filantropica. Dall'altro, la nostra classe dirigente ha spesso dimenticato la propria responsabilità sociale e, mentre la cultura del dono è molto diffusa fra le persone comuni, lo è molto meno fra chi, in questi decenni, è stato abituato a credere che il bene comune dovesse essere

ASSIFERO

www.assifero.org

L'associazione italiana fondazioni ed enti di erogazione, Assifero, è nata il 14 luglio 2003 raggruppando soggetti grant-making, tra cui fondazioni private, d'impresa, di comunità e altri enti erogativi, per promuoverne l'attività e sostenerle diffondendo una visione moderna della filantropia istituzionale in Italia, come infrastruttura capace di svolgere una funzione sociale insostituibile sul territorio. Assifero si propone anzitutto come un luogo di confronto e di scambio fra soggetti della filantropia interessati a precisare meglio la loro responsabilità e a migliorare la capacità di interpretare il loro specifico ruolo. Gli interventi dell'associazione riguardano il miglioramento del contesto in cui opera la filantropia istituzionale, la nascita di nuove fondazioni, l'assistenza agli enti d'erogazione, lo sviluppo di una rete fra le fondazioni, le relazioni internazionali.

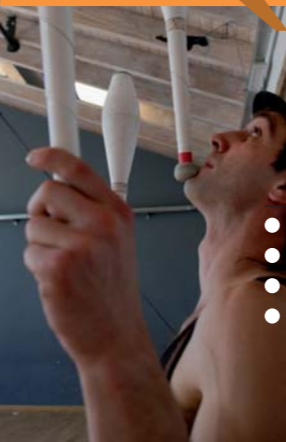
07

perseguito con le sole risorse pubbliche. Solo se le élite sapranno riscoprire il piacere di contribuire personalmente alla realizzazione del bene comune, sarà possibile dotare questi enti di consigli d'amministrazione che ne comprendano il loro vero significato e ne valorizzino pienamente le grandi potenzialità. Bisogna poi rilevare come gli stessi professionisti, in particolare i notai e i commercialisti, che potrebbero utilizzare queste fondazioni per offrire nuovi e interessanti servizi ai loro clienti, facciano spesso fatica a comprendere queste opportunità e non sempre riescano a distinguere le fondazioni di comunità, che sono uno strumento al servizio dei donatori, dalle altre non profit le quali invece perseguono un loro scopo particolare. Le stesse banche e gli altri intermediari finanziari, che stanno scoprendo proprio in questi anni l'importanza che i servizi filantropici possono avere per la gestione dei rapporti coi loro clienti e soprattutto per la loro fidelizzazione, potrebbero dar vita a interessanti e convenienti partnership proprio con le fondazioni di comunità così come è già avvenuto in altri Paesi. Fino ad oggi queste potenzialità sono state colte solo marginalmente, anche perché le stesse fondazioni non sempre si sono dotate di una struttura adeguata in grado di garantire la necessaria qualità dei servizi. Infine le fondazioni non hanno fatto gli investimenti necessari per mostrare alle piccole e medie

imprese, le quali non hanno risorse sufficienti per costituirsi una loro fondazione, come utilizzarle per gestire in modo professionale ed efficace le proprie attività filantropiche. Nonostante questi limiti, le potenzialità di crescita per queste fondazioni sono enormi. Oltre alle già ricordate recenti evoluzioni normative le quali permettono alle fondazioni di comunità di offrire ai propri donatori concrete opportunità per massimizzare i benefici fiscali collegati alle loro donazioni, bisogna riconoscere come l'interesse per la filantropia stia crescendo in modo esponenziale. Del resto la crisi che stiamo vivendo sta mostrando come non si possa abbandonare lo sviluppo delle nostre comunità ai soli automatismi del mercato o all'intervento pubblico. Se poi si considera come, per fare un esempio, nella sola Lombardia, il patrimonio delle famiglie che si estingueranno per mancanza di eredi diretti nei prossimi 10 anni sarà di oltre 20 miliardi, è facile prevedere che queste fondazioni, se sapranno darsi una struttura adeguata in grado di offrire servizi reali ai donatori, potranno svolgere un ruolo importantissimo nel garantire che, almeno in parte, queste risorse vengano effettivamente destinate a finalità d'utilità sociale.

fondazioni DI COMUNITÀ

- Fondazione della Provincia di Lecco
- Fondazione Provinciale della Comunità Comasca
- Fondazione della Comunità della Provincia di Mantova
- Fondazione della Comunità del Novarese
- Fondazione della Comunità Bergamasca
- Fondazione della Comunità di Monza e Brianza
- Fondazione della Comunità di Mirafiori
- Fondazione Comunitaria della Provincia di Cremona
- Fondazione della Comunità del Varesotto
- Fondazione della Comunità Bresciana
- Fondazione Comunitaria della Provincia di Pavia
- Fondazione "Pro Valtellina"
- Fondazione Comunitaria della Provincia di Lodi
- Fondazione Santo Stefano
- Fondazione della Comunità Clodiense
- Fondazione di Comunità Vicentina per la Qualità di Vita
- Fondazione Comunitaria del Ticino Olona
- Fondazione Comunitaria del Verbano Cusio Ossola
- Fondazione Comunitaria Savonese
- Fondazione della Cassa Rurale di Treviglio
- Fondazione Comunitaria della Valle d'Aosta
- Fondazione Comunitaria Nord Milano
- Fondazione Comunitaria della Riviera dei Fiori
- Fondazione della Comunità Salernitana



Un'enfasi mal posta

WALTER SANTAGATA
Università di Torino

Si dona poco per il patrimonio culturale, anche in Italia. Gli elenchi delle donazioni – che in Italia nel 2007 sono state in totale almeno 5,5 miliardi di euro contro i 306 miliardi di dollari nel 2008 negli Usa¹ – collocano il *cultural heritage* al fondo tra le opzioni residuali dei donatori, le meno preferite.



09

Secondo Swg² in Italia ha donato per arte e cultura il 3,2% degli intervistati nel 2006. Secondo una indagine Doxa³ solo l'1% degli italiani dichiara di donare per il patrimonio artistico. Secondo Gfk Eurisco⁴ i donatori per arte e cultura sono stati nel 2007 una quota insignificante.

La scelta di donare per arte e cultura appare dunque residuale, venendo in generale dopo le organizzazioni religiose, la ricerca medica e le attività sociali. Le spiegazioni possono essere diverse: forse si considera in questo settore sufficiente la presenza dello Stato; l'amore per il patrimonio culturale non è diffuso oltre gli strati più ricchi e istruiti della popolazione; forse si ritiene più importante soddisfare in primo luogo i bisogni primari della vita (il record delle donazioni è non a caso per la medicina) e solo dopo la produzione di beni comuni e identitari come la cultura.

Ma è bene dire che si dona poco anche perché le politiche pubbliche non sembrano cogliere il sistema di priorità espresso dai cittadini, insistendo monotonamente sul tema degli incentivi fiscali, quando molte analisi mostrano ormai la più generale importanza delle motivazioni etiche e sociali. Quello delle donazioni per l'arte e la cultura è un chiaro caso di enfasi mal posta di una politica pubblica.

Una ricerca condotta dal Ministero per i beni artistici e culturali insieme all'associazione Civita mostra che per incoraggiare il contributo dei privati alla cultura rivestono eguale importanza tre fattori diversi: gli incentivi che favoriscono comportamenti pro-sociali; gli incentivi che fanno leva sulla reputazione individuale; gli incentivi fiscali. Altrettanto rilevanti le condizioni che si fondano sulla trasparenza degli esiti delle donazioni. Il modello generale di comportamento di un donatore a favore del *cultural heritage* è in linea di principio definito da alcuni principi ispiratori di tipo universale e da alcune motivazioni influenzate dalle condizioni storiche e istituzionali di un paese e della sua cultura. In altre parole il comportamento umano risponde a motivazioni sia *intrinseche*, nascenti dentro di noi, sia *estrinseche*, provenienti dall'ambiente esterno. Le prime contano perché, agendo in maniera corrispondente ai nostri codici etici, beneficiamo di una soddisfazione morale o sociale; le seconde sono più legate a ricompense monetarie, naturali o sociali e variano da paese a paese e in differenti epoche storiche. La prima componente indicata – il comportamento pro-sociale – riguarda le ragioni etiche e civiche che inducono alla donazione. Il patrimonio culturale è parte della nostra cultura, nella quale ci identifichiamo e che amiamo sviluppare e diffondere, perciò noi doniamo e sosteniamo il patrimonio culturale per senso civico e per etica sociale. La motivazione pro-sociale è la ragione più forte che spinge a donare, sia rispetto agli incentivi monetari e fiscali che alla reputazione.

La seconda componente – reputazionale – non sembra avere la stessa importanza che assume nella società americana e anglosassone,

dove è abituale considerare l'investimento in reputazione come parte di un processo di riconoscimento sociale. L'Italia, invece, si distingue per una notevole preferenza per l'anonimità: il donare anonimo, che riguarda il 40,9% del campione di donatori, è una forma di purezza nelle motivazioni intrinseche. Per quanto riguarda la terza componente – gli incentivi monetari e fiscali – va ricordato il noto saggio di Richard Titmuss *The gift relationship*, del 1970, in cui l'autore dimostrò che un contesto di ricompense di tipo economico tende a indebolire lo spirito civico che anima l'atto del dono. Per dimostrare la sua tesi, Titmuss indagò il mondo dell'offerta di sangue, confrontando il sistema delle donazioni private con il sistema di mercato dove il sangue si compra, mostrando come in quest'ultimo caso il pagamento di un prezzo generasse una offerta minore rispetto alla domanda sociale e di minor qualità. Se si considera la donazione per l'arte e la cultura, prevale soprattutto in Italia il mito delle defiscalizzazioni attive negli Stati Uniti: le politiche culturali degli ultimi decenni si sono basate sull'idea che solo maggiori incentivi fiscali avrebbero spinto i cittadini a contribuire per il loro patrimonio culturale. L'ultimo esempio di tale impostazione italiana sono le raccomandazioni della Commissione Croff⁵ per favorire la collaborazione dei privati alla cultura, basate



10

proprio sull'aumento delle agevolazioni fiscali – raccomandazioni in verità sistematicamente respinte dal Tesoro preoccupato per la lunga crisi fiscale dello Stato. I risultati dell'indagine citata implicano diversi suggerimenti di policy per aumentare il contributo dei privati al patrimonio culturale: il 26% dei cittadini considera i valori pro-sociali come le più rilevanti motivazioni; seguono il motivo delle compensazioni monetarie e fiscali (9,2%) e quello reputazionale (3,6%). La fiducia nelle istituzioni e la trasparenza delle procedure amministrative è un ulteriore punto importante per alimentare la fiducia che il dono sia effettivamente trasferito al museo prescelto, il quale deve dare conto della gestione delle risorse donate. Il 47,2% degli intervistati considerano la trasparenza istituzionale come il più importante ostacolo alla donazione per arte e cultura in Italia.

- (1) Il Sole 24Ore, 24 dicembre 2007 e Giving USA Foundation
- (2) Tomorrow Swg, *Il monitor delle donazioni*, Milano, maggio 2007
- (3) Doxa, *Comportamenti di donazione degli italiani*, Roma, ottobre 2006
- (4) Gfk Eurisco, *Gli italiani e le donazioni*, 2007
- (5) Gruppo misto di esperti dei ministeri del Tesoro e dei Beni culturali riunito nel 2006



11

Il piacere del filantropo

STEPHANIE SHIRLEY

Ambasciatrice per la filantropia del governo britannico

Il mio impegno è comunicare l'idea che donare sia un atto che dà piacere. Un atto spinto da un forte desiderio personale o da un sentimento di compassione, che serve a portare aiuto, favorire il cambiamento, affrontare una sfida, alzando l'asticella della nostra capacità di essere generosi.



Personalmente ho imparato presto il significato del dono. Quando avevo cinque anni, i miei genitori, ebrei tedeschi, hanno scelto coraggiosamente di mandarmi in Inghilterra con *Kindertransport*. Mi hanno affidata nelle mani di sconosciuti, col rischio di non rivedermi mai più. Con altri 10.000 ho preso parte alla più vasta migrazione di bambini che si fosse mai vista, arrivando a Londra apolide, senza denaro e senza conoscere una parola di inglese. Per la verità, mi ritengo doppiamente fortunata. In primo luogo perché la mia famiglia si è in seguito riunita. In secondo luogo perché ho trovato rifugio presso una coppia meravigliosa che mi ha cresciuta come una figlia. Credo che l'esperienza vissuta nella mia infanzia mi abbia influenzata in diversi modi. Ho imparato ad affrontare il cambiamento, accettando che ogni giorno è diverso. Con il tempo ho imparato a convivere con l'irrazionale senso di colpa per essere sopravvissuta, quando così tanti erano morti. L'ho fatto impegnandomi a rendere la mia vita degna di essere vissuta. Infine, come immigrata ho imparato ad amare l'Inghilterra con un trasporto che può provare soltanto chi ha avuto l'esperienza di perdere i propri diritti umani. Appena ho avuto un lavoro ho iniziato a frequentare la scuola serale. Dopo la laurea, con mio marito ho aperto una società di software, in seguito quotata in borsa. In questa mia impresa ho voluto pionieristicamente investire in primo luogo sulle capacità professionali delle donne nel settore hi-tech. La mia scelta fu impiegare donne che avevano lasciato l'industria informatica: era un modo per dare loro un'opportunità. Ne ho fatta una vera e propria crociata in un periodo in cui l'aspettativa sociale spingeva le donne a responsabilità domestiche e familiari. Un fatto per me inaccettabile. Sono arrivata a cambiare il mio nome da Stephanie a Steve per ottenere più facilmente attenzione, in un settore, quello informatico, dominato dal mondo maschile. La mia società è stata fra le prime ad entrare nel *PerCent Club*, devolvendo una percentuale dei proventi in beneficenza. Numerose ricerche hanno in seguito mostrato come la responsabilità sociale d'impresa porti reali vantaggi: si trovano nuovi clienti, più fedeli, disposti ad acquistare di più. Non appena fu possibile, iniziai a ridistribuire parte degli utili, prima allo staff e in seguito a enti benefici: è questa la base della Shirley Foundation. Il successo della mia azienda mi ha permesso di dedicare tempo alla fondazione e ai suoi beneficiari. Ho impiegato almeno due anni a organizzare la Shirley Foundation, definendo bene gli obiettivi e come intendevo raggiungerli. Questo è un passo importante perché occorre valutare bene l'impatto sociale che si intende avere con le donazioni. Si deve poi circoscrivere il campo d'interesse, che si tratti di infanzia, disabilità, animali, ambiente, paesi in via di sviluppo etc. È su questo punto che le fondazioni di comunità possono davvero aiutare. La Shirley Foundation opera in due campi, *information technology* e l'autismo. La nostra filosofia è innovare

il più possibile, aprire nuove strade, agire strategicamente: i progetti innovativi possono fallire (quando otteniamo un successo del 100% penso sempre che non abbiamo corso abbastanza rischi), ma quando si ottiene un successo, questo può fare davvero la differenza. Il grosso dei nostri interessi riguarda comunque l'autismo, disturbo di cui soffre il mio unico figlio, Giles, rendendolo un bambino agitato e ingestibile. Giles frequentò una buona scuola elementare specializzata in bambini con disturbi comunicativi, ma in seguito non riuscimmo a trovare una scuola media che lo accettasse. Da quel momento la situazione peggiorò. L'autismo può essere un disturbo devastante, per cui non vi è ancora una cura. Il nostro primo progetto sull'autismo ebbe proprio Giles come primo beneficiario: fu lui il primo residente, della prima casa, della prima associazione che mettemmo in piedi. Adesso seguiamo 52 adulti affetti da autismo. Io credo che fare beneficenza sia un'attività con forti implicazioni sociali e culturali, non una semplice transazione di denaro. Si può donare con pietoso distacco, ma per fare la differenza deve diventare un atto di impegno e d'amore: pur iniziando con un progetto per mio figlio, ancora oggi l'autismo è centrale nella mia vita. Il mio progetto più impegnativo dal punto di vista finanziario è stata la scuola *Prior's Court* nel Berkshire, che ospita



60 alunni affetti da autismo e problemi di apprendimento moderati o gravi. L'impegno di un tempo per il mio lavoro, lo dedico oggi alla beneficenza, ricevendone eguale soddisfazione. La mia ricchezza si è trasformata da un conto in banca a qualcosa di più serio e denso di significati. Ero stata classificata come la settima donna più ricca d'Inghilterra (dovevano aver fatto male i conti!), oggi sono orgogliosa di aver donato abbastanza da uscire dalla lista. Però non stacco mai un assegno e basta. Tutti hanno la possibilità e il tempo per donare: io assegno le mie risorse solo a cause che mi interessano, a luoghi con cui ho un legame emotivo, a persone che mi piacciono e trovo stimolanti, perché voglio ricevere tanto quanto dono. Fare beneficenza ha dato un significato alla mia ricchezza. Donare mi dà immenso piacere e spero di incoraggiare qualcuno di voi a seguire il mio esempio. Questo profondo senso di soddisfazione dipende dal fatto che l'animo umano trae benefici dalla condivisione. Se poi, come nel mio caso, si è stati aiutati in momenti difficili, fare beneficenza è un modo per ripagare. Donare è sempre espressione delle proprie convinzioni. Donare è una sorta di diritto naturale particolare della specie umana. I sikh credono nella divisione della vita in tre parti, una delle quali è la condivisione del proprio tempo, talento e guadagno con i meno fortunati. I quaccheri donano sempre e solo in modo anonimo.

I musulmani preferiscono fare beneficenza ai singoli individui piuttosto che agli enti e, come molti ebrei, pensano che donare sia un dovere e non una scelta. In tutti i casi, è un modo per portare giustizia in un mondo ingiusto. Anche se è gratificante ricevere ringraziamenti, il punto è: «Il mio dono, quanto farà la differenza?», e non: «Quanta riconoscenza otterrò?». In accordo con le mie credenze, ho sempre cercato di essere generosa con il denaro così come con il tempo e le mie capacità. Avendo ricevuto beneficenza io stessa, so cosa significa sentirsi riconoscenti, perciò cerco di fare beneficenza con calore e spirito liberale: che divertimento ci sarebbe a indicare donazioni nel testamento? Preferisco dare finché sono in vita. Quanto al mio ruolo di primo ambasciatore della filantropia del governo britannico, sembra che io sia stata scelta perché alcune persone importanti ritengono che io sia un modello, perché parlo delle mie donazioni incoraggiando altri a condividere la propria esperienza di donatori e le motivazioni che li hanno spinti. In verità, preferisco pensare di essere stata scelta perché ho smesso di firmare semplicemente assegni e sono passata a formulare una visione strategica, ad avere ambizioni, scopi relativi alla filantropia.

In occasioni come queste, sono felice di avere l'opportunità di comunicare quanta soddisfazione e piacere dia l'atto del dono. Con questo intendo la gratificazione tutta interiore di far succedere qualcosa di bello, di migliorare qualcosa. La verità è che niente è paragonabile a questo. Concludo dicendo che c'è bisogno che i filantropi di oggi e di domani mantengano una voce indipendente dalle organizzazioni a cui fanno donazioni: solo così potranno partecipare al confronto e influenzare il dibattito sulla filantropia stessa, avanzando legittime richieste a livello nazionale per incentivare la beneficenza. Oggi come oggi, i filantropi non sono affatto rappresentati ai tavoli che contano. Dedicherò questo anno da ambasciatrice a formare un gruppo di filantropi che agisca come soggetto autonomo.





Un'ampia scelta di fondi

SONIA SCHELLINO
Compagnia di San Paolo

Quando si parla di fondazioni di comunità, è bene dire subito che esse presuppongono l'esistenza di comunità territoriali concrete, in cui le persone si sentano almeno in qualche misura corresponsabili del bene dei propri vicini.



14

Persone disposte a impegnare per questo scopo non soltanto tempo e professionalità (volontariato), ma anche la donazione di risorse economiche (filantropia comunitaria). Qui entra in gioco il modello della fondazione comunitaria: strumento che, in quanto intermediario filantropico, deve garantire a qualsiasi potenziale donatore una modalità soddisfacente ed efficiente per esprimere il proprio agire filantropico. Anche le persone con modesto potere di spesa possono avvalersi di questo strumento se ciò che la fondazione fa è visibile e chiaro, anzi questo è appunto il principio: con la raccolta di piccole somme si possono raggiungere risultati altrimenti fuori portata. Si deve pensare allora alla fondazione, in primo luogo, come un'esperta di donazioni. Chi vuole donare deve essere messo nella condizione di realizzare il proprio desiderio in modo semplice, gratificante e controllabile, quando si tratta di una donazione una tantum, quando il donatore sia disposto a impegnarsi nel lungo termine programmando la costituzione di un fondo patrimoniale, quando si incontra la disponibilità a lasciare un'eredità o un legato alla fondazione. È importante che la fondazione individui le tipologie di donatori e offra loro le soluzioni più adeguate: c'è chi sa esattamente quali soggetti intende beneficiare con la propria donazione ma ci sono anche donatori in cerca di scopi. Mostrare ai potenziali donatori il valore di un dono vuol dire rispondere a domande semplici: «Cosa posso concretamente fare con la somma che intendo mettere a disposizione di una causa d'interesse pubblico?». Si tratta di aiutarli a concretizzare un generico desiderio di fare una donazione nell'ambito di un determinato campo d'interesse sottoponendo loro un menù di scelte, ad esempio: «Con 100 euro puoi contribuire al 10% di una piccola borsa di studio»; «con 100.000 puoi costituire un fondo e dare consigli su come dovranno essere distribuiti i proventi che ne deriveranno». Grazie al suo modo di operare, una fondazione di comunità può arrivare a guadagnarsi la fiducia, e anche l'affetto, di una comunità. Una condizione di base è che essa sia aperta a tutti (e non sia proprietà di nessuno) e trasparente nelle comunicazioni. I donatori vogliono sapere che i loro doni serviranno per realizzare il maggior bene possibile. Ma una volta ricevuta la donazione occorre tener presente che competenze, conoscenze e reti dei donatori possono essere utili ed è opportuno incoraggiare le loro proposte sui meccanismi di erogazione della fondazione. Le forme di intervento possono essere diverse. Un donatore può decidere di non mettere limitazioni al proprio dono (*unrestricted funds*) e non dare indicazioni sulla destinazione del fondo, che rimane a disposizione per donazioni deliberate dal *board*, investimenti immobiliari e spese generali; un altro può voler costituire un fondo dedicato a un settore d'interesse (*field-of-interest funds*): una volta indicata, da parte del donatore, l'area o il tema, spetterà alla fondazione ricercare le opportunità e preparare un piano di erogazione nel campo scelto. I fondi con finalità consigliate

dal donatore (*donor-advised funds*) permettono ai donatori di dare suggerimenti sulle organizzazioni non profit di loro preferenza, sebbene spetti al *board* della fondazione l'ultima parola. Infine con un *fondo designato* il donatore può indicare l'organizzazione non profit che desidera sostenere, e sarà poi la fondazione a occuparsi concretamente dell'investimento del fondo assegnando i contributi all'organizzazione scelta. Per quanto sia opportuno massimizzare la libertà di scelta del donatore e valorizzare la sua capacità di indicare come desidera che il proprio dono venga utilizzato, è importante che vi sia un meccanismo interno alla fondazione capace di organizzare e regolare i flussi di donazioni raccolte, sia indirizzando chi non ha idee chiare sia re-indirizzando il donatore che propone percorsi non realizzabili per ragioni di economicità, di opportunità, di rapporto tra bisogno e disponibilità di risorse. Una strategia per massimizzare il rapporto tra desideri dei donatori e razionalità dello strumento è costituire comitati per le erogazioni formati da un'ampia rappresentanza di personalità di spicco della comunità e di rappresentanti di interessi locali (esperti, attivisti) senza che essi siedano nel *board*. Tali comitati valutano i risultati potenziali di un progetto, e lo misurano comparativamente con altri progetti realizzati nella comunità, indirizzando poi raccomandazioni ai membri

15

del *board*, che danno l'approvazione finale ai *grants* concessi o alle iniziative promosse dalla fondazione. Infine per attrarre donazioni è importante costruire forti alleanze per le azioni di *fund raising*. Non a caso, nei paesi dove il mercato filantropico è ben sviluppato i doni maggiori ricevuti dalle fondazioni di comunità sono spesso donazioni pianificate – il che richiede il coinvolgimento di un consulente alla donazione, un avvocato o un commercialista. Lavorare a stretto contatto con avvocati, notai, commercialisti, operatori finanziari e in generale con persone che gestiscono patrimoni e testamenti, è importante perché esse sono in grado di incoraggiare l'uso della fondazione di comunità come veicolo per azioni filantropiche. Le stesse imprese possono considerare la fondazione di comunità come un modo semplice per realizzare obiettivi di responsabilità sociale nelle comunità in cui fanno affari, costituendo presso la fondazione locale fondi collegati a campi di interesse.

TIPOLOGIE DI FONDI

UNRESTRICTED FUND

La fondazione ha ampia discrezionalità su come allocare i grant.

DESIGNATED FUND

La fondazione gestisce il fondo il cui reddito viene elargito a una organizzazione non profit indicata dal donatore.

FIELD-OF-INTEREST FUND

Fondo i cui frutti sono utilizzati per perseguire un fine di utilità generale indicato dal donatore.

DONOR-ADVISED FUND

Il donatore periodicamente può dare consigli alla fondazione su come distribuire i frutti dell'investimento.

PROJECT FUND

Fondo promosso dal board della fondazione per uno scopo particolarmente sentito dalla comunità.

AGENCY / PRIVATE FOUNDATION ENDOWMENT

La fondazione gestisce fondi di altre organizzazioni non profit a fronte di un margine che la compensa per l'attività effettuata.

SUPPORTING FOUNDATION / ORGANIZATION FUND

Organizzazione che gestisce le risorse finanziarie della fondazione cui è collegata.



Benefici fiscali per i donatori

MONTALCINI - MARONI

Pragmos

Le fondazioni di comunità, come gran parte delle associazioni non profit, perseguono i loro fini attraverso diverse forme di finanziamento: l'auto-finanziamento, i contributi provenienti da enti di diversa natura, le erogazioni liberali di persone fisiche e imprese.

16

Poiché le risorse economiche delle fondazioni di comunità sono sempre rivolte ad attuare progetti fortemente radicati nel territorio, gli aspetti fiscali e finanziari divengono strategici per impostare un'efficace politica di *fund raising* il cui nodo fondamentale è la chiarezza nei confronti del donatore, a cui occorre prospettare scenari chiari e coerenti con le scelte da adottare. In questo articolo cercheremo pertanto di fare chiarezza sui possibili vantaggi fiscali per chi intenda finanziare una fondazione di comunità attraverso quattro diverse tipologie di azione: erogazioni liberali, cessione di beni, lasciti testamentari e destinazione del 5 per mille. Per quanto riguarda l'ultima delle tipologie elencate – la destinazione del 5 per mille dell'imposta sul reddito delle persone fisiche, in sede di dichiarazione dei redditi – è importante porre l'accento sul fatto che tale forma di finanziamento, a differenza di quelle esposte in seguito, non costituisce un esborso da parte del soggetto erogatore poiché si tratta di una destinazione di parte delle imposte, dovute in ogni caso all'erario. Poiché la ricerca svolta dalla SAA sul territorio della Provincia di Torino, e presentata nelle pagine che seguono, ha dimostrato che soltanto il 15% dei contribuenti ha destinato esplicitamente il proprio 5 per mille (pertanto l'85% ha fatto confluire il 5 per mille delle imposte allo Stato), è chiaro che questa sarebbe una risorsa potenziale molto importante per la fondazione di comunità, oltre che un'opportunità concreta per i contribuenti di sostenere progetti realizzati nel proprio territorio. Passando ad altre forme di donazione, la norma fiscale prevede diversi vantaggi, di seguito esaminati nel dettaglio, riguardanti sia le imprese che le persone fisiche. Ma oltre ai vantaggi fiscali vi possono essere altre ragioni per finanziare progetti realizzati da una fondazione di comunità per la cultura. Nel caso delle imprese, l'investimento in tali progetti offre l'opportunità di generare e migliorare esternalità sociali positive attraverso la valorizzazione e sviluppo del patrimonio culturale, così come di legare il proprio nome o marchio d'impresa a un progetto culturale che si risolve in un investimento di qualità e di immagine. Nel caso delle persone fisiche, nella donazione risiedono ragioni di soddisfazione morale e civile legate alla consapevolezza di partecipare attivamente a un progetto culturale come valore su cui basare lo sviluppo di un territorio.



17



PERSONE FISICHE

- Per le erogazioni liberali in denaro per l'acquisto, manutenzione, protezione, restauro, dei beni artistici e storici; per attività di studio, ricerca e di documentazione di rilevante valore culturale ed artistico; per l'organizzazione di mostre e di esposizioni di rilevante interesse scientifico-culturale – la deduzione è pari al 19% dell'importo erogato senza alcun limite.
- Per le erogazioni liberali in denaro la deduzione del 19% dell'importo fino a 2.065,83 euro.
- Per i lasciti testamentari non è prevista alcuna imposizione fiscale.



IMPRESE

- Per le erogazioni liberali in denaro per l'acquisto, manutenzione, protezione, restauro, dei beni artistici e storici; per attività di studio, ricerca e di documentazione di rilevante valore culturale ed artistico; per l'organizzazione di mostre e di esposizioni di rilevante interesse scientifico-culturale – la deduzione fiscale è senza limiti, tuttavia la comunicazione delle erogazioni liberali destinate ai beni culturali e allo spettacolo ai sensi dell'art.100, co.2, let.M), del DPR 917/1986 (TUIR) va effettuata entro il 31 gennaio 2009.
- Per le erogazioni liberali in denaro – la deduzione non può essere superiore a 1.549,37 euro oppure al 2% del reddito d'impresa dichiarato.
- Per le erogazioni liberali in denaro per lo svolgimento dei propri compiti istituzionali e per la realizzazione di programmi culturali nel settore dei beni culturali e dello spettacolo – la deduzione non prevede limiti.
- Per le erogazioni liberali in denaro per la realizzazione di programmi di ricerca scientifica nel settore della sanità (Fondazione autorizzata dal Ministero Salute) – la deduzione è di volta in volta prevista con decreto del Ministero stesso.
- Per le erogazioni liberali in denaro effettuate in favore delle popolazioni colpite da eventi di calamità pubblica o da altri eventi straordinari anche se avvenuti in altri Stati – la deduzione è senza limiti previsti.
- Per le prestazioni di servizi attraverso l'impiego di propri dipendenti assunti a tempo determinato – la deducibilità del costo è nel limite complessivo delle spese per prestazioni di lavoro dipendente.
- Per la cessione gratuita di derrate alimentari e prodotti farmaceutici da parte di imprese di produzione o scambio di tali prodotti nell'ambito dei redditi – non sono considerati estranei all'attività d'impresa e quindi rappresentano un costo deducibile dal reddito d'impresa al costo di acquisto o di produzione; per quanto riguarda l'IVA; si considerano beni distrutti.
- Per la cessione gratuita di beni alla cui produzione o scambio è diretta l'attività d'impresa (non di lusso, che presentino imperfezioni, danni o vizi tali da non consentirne la commercializzazione) – i relativi costi sono deducibili nel limite del 5% del reddito d'impresa; per quanto riguarda l'IVA, si considerano beni distrutti.

TESTO UNICO DELLE IMPOSTE SUI REDDITI

Art.15 / co.1 / let. H
 Art.15 / co.1 / let. I quater
 Art.100 / co.2 / let. F
 Art.100 / co.2 / let. I
 Art.100 / co.2 / let. L
 Art.100 / co.2 / let. M
 Art.100 / co.2 / let. O
 D. lgs 113/2008, art. 63bis
 L. 244/2007, art.1 co.130
 L. 266/2005, art. 1 co.337
 L. 192/2000, art. 1
 L. 133/1999, art. 27 co.1 e 4
 D. lgs 460/1997, art. 13 co.2

riferimenti normativi

Per un modello torinese di fondazione comunitaria

VALTER CANTINO - ELISA CERRUTI

Scuola di Amministrazione Aziendale

Lo scorso anno, in coordinamento con Torino Internazionale, insieme al Centro di Documentazione sulle Fondazioni e con il sostegno della Compagnia di San Paolo, abbiamo condotto uno studio per approfondire il fenomeno delle fondazioni comunitarie e verificarne l'adattabilità al caso torinese e al settore cultura. Quanto segue è un estratto della ricerca.

Dove risiedono le potenzialità di un territorio? Cosa rende competitiva una città o un'area metropolitana? Numerosi ricercatori, economisti, sociologi, decisori pubblici nel corso degli anni hanno elaborato risposte e percorso strade, per arrivare a una formulazione teorica e indurre nel territorio sviluppo sostenibile e competitività. Nel 1995 Michael Porter, economista e aziendalista, individua quattro principali vantaggi competitivi: una location strategica, una domanda locale, l'integrazione con i cluster regionali e le risorse umane, ma soprattutto, afferma Porter, il nuovo ruolo delle *community-based organization*, che comprende un ampio ventaglio di organizzazioni, ad affiancare l'impegno governativo e dei privati¹.

Delle *community-based organization* fanno parte, tra le altre, le fondazioni di comunità, organizzazioni che nascono negli Stati Uniti all'inizio del XX secolo. La prima fondazione di comunità, la Cleveland Foundation, nacque nel 1914 nello Stato dell'Ohio per iniziativa di Frederick Harris Goff, banchiere in una società finanziaria che tra le altre cose gestiva patrimoni destinati a finalità filantropiche e caritatevoli, curandone sia l'investimento che la destinazione dei rendimenti. Gli obiettivi di Goff furono sostanzialmente tre:

- 1 Creare un *charitable endowment*, distinto rispetto ai fondi annuali, per garantire un apporto continuativo e una struttura che potesse essere separata e responsabile rispetto alla distribuzione delle risorse ricavate dalla gestione di altri patrimoni.
- 2 Superare il problema di assegnazione vincolata dei capitali: le singole donazioni erano destinate a fondi predeterminati i quali con il passare del tempo tendevano a divenire obsoleti ed immobilizzavano i capitali delle donazioni in fondi non più utilizzabili.
- 3 Porre in essere un'istituzione civica, che avesse un "peso" all'interno di una specifica comunità locale.

Le organizzazioni filantropiche di comunità rappresentano oggi un ambito della filantropia in rapida crescita e una realtà estremamente dinamica in Europa. Queste organizzazioni raccolgono, gestiscono e ridistribuiscono donazioni provenienti da molteplici donatori locali per soddisfare specifiche esigenze e per migliorare la qualità della vita in aree territoriali definite. In altre parole sono strumenti di cui le comunità si dotano per sollecitare le condizioni di sviluppo sostenibile del territorio una delle cui condizioni imprescindibili è il benessere delle persone, le risorse umane di cui parlava Porter nel 1995 e di cui si è continuato e si continua a parlare. I più attenti lettori potrebbero obiettare che diversi sono i soggetti pubblici e privati attualmente operanti sul territorio, presso le differenti comunità: istituzioni private dedite alla sussidiarietà ed al terzo settore, enti governativi, così come le numerose forme di associazionismo privato che popolano il nostro territorio. Tuttavia è un fatto che le organizzazioni filantropiche comunitarie abbiano trovato un ampio riscontro a livello europeo e progressivamente anche in Italia. Le ragioni di un tale sviluppo risiedono nelle potenzialità di erogazione rispetto alle tradizionali forme di sussidiarietà comunitarie. (FIGURA 1) La loro diffusione in aree morfologicamente, economicamente e culturalmente differenti le une dalle altre si può attribuire alla capacità di questi organi di diffondere la cultura della donazione e del mutuo assistenzialismo proattivo, di coinvolgere tutte le fasce sociali e di ridistribuire risorse ai fini della crescita del benessere dell'intera comunità in cui sorgono. In altre parole le potenzialità espresse dalle fondazioni di comunità sono principalmente di cinque nature:

(1) Circolo virtuoso innescato dalle fondazioni di comunità



(2) Effetto moltiplicativo delle risorse



Fonte: Nostra elaborazione su dati di bilancio delle fondazioni di comunità italiane

- 1 Innescano un effetto moltiplicativo delle risorse perché creano un meccanismo virtuoso di attrazione di donazioni le quali a loro volta possono essere investite producendo dei frutti. (FIGURA 2) Infatti l'analisi effettuata sui bilanci delle fondazioni di comunità italiane permette di affermare che in Italia la maggiore potenzialità delle fondazioni di comunità è rappresentata dal fatto che l'investimento iniziale degli enti promotori è in grado di moltiplicare le risorse catalizzando quelle presenti sul territorio in termini di micro donazioni e lasciti testamentari. Ogni euro investito dai soggetti promotori ne attrae in media 23 di liberalità e origina 19 euro di erogazioni.
- 2 Permettono di accogliere e gestire un ampio spettro di donazioni e lasciti.
- 3 Consentono di gestire una molteplicità di fondi con competenze organizzative specifiche.
- 4 Consentono di contenere i costi di istruttoria e gestione delle erogazioni.
- 5 Consentono di distribuire erogazioni estremamente mirate in termini di esigenze della comunità.

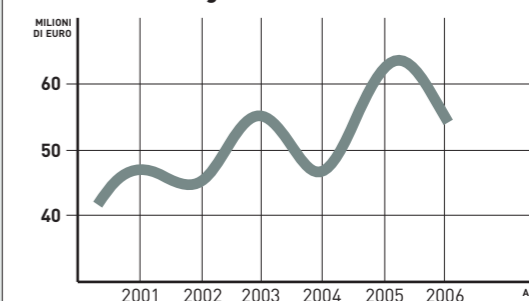
In particolar modo è utile notare che le fondazioni di comunità sono enti che sollecitano nella comunità uno spirito alla condivisione

delle risorse, contribuendo allo sviluppo locale ed al benessere promosso, con altre attività e misure, dagli altri enti già operanti sul territorio. Esse consentono inoltre alla collettività di porsi in modo attivo nei confronti della progettualità dello sviluppo territoriale. Fino ad oggi le fondazioni di comunità sono state costituite con obiettivi di sostegno al terzo settore, con ambiti di intervento che spaziano ad esempio dai sussidi per attività scolastiche per classi svantaggiate fino al sostegno di associazioni che promuovono le attività assistenziali rivolte verso gli anziani o i soggetti diversamente abili. Tuttavia in tempi recenti alcuni elementi che caratterizzano il nostro territorio stanno facendo sorgere l'urgenza di elaborare nuovi modelli di gestione in grado di rendere sostenibili le attività culturali. Tra questi se ne possono enumerare almeno tre.

PRIMO

Far fronte alla progressiva contrazione delle risorse destinate alla cultura, settore sostenuto principalmente da attori istituzionali, sostenendo la vitalità del *milieu* creativo del territorio. Sebbene infatti la spesa in attività culturali² sia complessivamente cresciuta in media ogni anno del 10% circa per il periodo 2001-2007 nell'area territoriale dell'analisi che riguarda Torino ed alcuni comuni limitrofi individuati per affinità e coerenza progettuale con il capoluogo di regione (Rivoli, Grugliasco, Settimo Torinese, Venaria, Chieri, Moncalieri, Nichelino) (FIGURA 3). Essa ha visto due fenomeni da un lato il crescere di alcune attività a dispetto di altre - si veda la legenda finale -. Ad esempio, da un lato sono cresciute le attività legate allo spettacolo dal vivo (23%) e delle arti visive (11%), dall'altro lato si registra una sensibile decrescita nell'ultimo anno, che ha principalmente toccato alcuni sub settori: spettacoli di teatro e danza, e in modo omogeneo le risorse per la promozione della cultura. Se si analizzano i dati di crescita delle erogazioni nei sub settori culturali dal 2001 al 2007, unitamente allo stock erogato dal 2001 al 2007 e al peso relativo dello stock rispetto al totale si potrà evidenziare come alcuni settori

(3) Andamento risorse investite in cultura nell'area di riferimento dagli enti individuati dalla ricerca

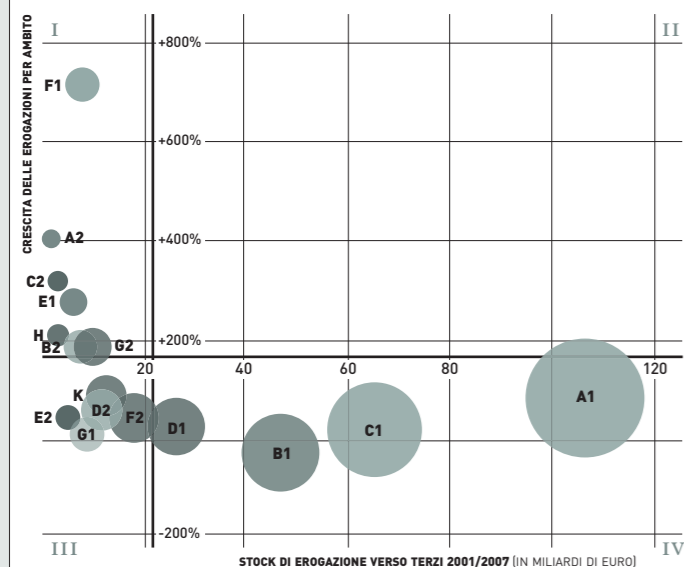


Fonte: Nostre elaborazioni su dati di bilancio 2001-2007 Regione Piemonte, Provincia di Torino, Città di Torino, Rivoli, Chieri, Moncalieri, Grugliasco, Venaria, Settimo e Nichelino, Fondazione CRT e Compagnia di San Paolo.

non solo hanno ricevuto un volume di erogazioni complessivamente basso, ma anche inferiore rispetto agli altri sub settori, e come questo volume non sia cresciuto nel tempo. È il caso dei sub settori che occupano il III quadrante (in basso a sinistra) della matrice (FIGURA 4). In particolare si tratta di: promozione della lettura (G1), promozione della scienza e della tecnologia (E2), promozione del cinema (D2), attività di ricerca e trasversali (K) e promozione di storia, religioni e intercultura (F2). Altri sub settori, invece, presentano crescite elevate ma valori nominali bassi e sono quelli che si trovano nel quadrante in alto a sinistra: promozione arte emergente (C2), divulgazione scientifica (E1), manifestazioni (H), promozione della musica e del teatro (B2). L'analisi rileva inoltre che sono oltre 400 le Associazioni e le Fondazioni che hanno percepito almeno un contributo dal 2001 al 2007. Molte hanno beneficiato di più contributi nel tempo e da parte di più di un ente nello stesso anno. Pur non conoscendo le effettive esigenze delle associazioni e delle fondazioni che operano sul territorio, per il quale sarebbe necessaria una apposita ricerca, la fondazione di comunità per la cultura di Torino potrebbe contribuire alla vitalità del *milieu* culturale di quegli enti che ricevono un minore apporto di risorse in funzione delle potenzialità e della valenza strategica per il territorio, come ad esempio quelle che occupano il I e il III quadrante: produzione nel cinema; formazione e diffusione della cultura tecnico-scientifica; promozione della lettura;

(4) Matrice dei sub settori

(LA DIMENSIONE DELLE BOLLE INDICA IL PESO RELATIVO DELLO STOCK RISPETTO AL TOTALE)



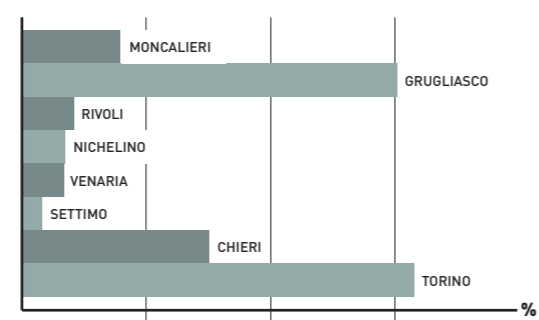
Fonte: Nostre elaborazioni su dati di bilancio 2001-2007 Regione Piemonte, Provincia di Torino, Città di Torino, Rivoli, Chieri, Moncalieri, Grugliasco, Venaria, Settimo e Nichelino, Fondazione CRT e Compagnia di San Paolo.

promozione della cultura storica, delle religioni, dell'interculturalità; attività di coordinamento e ricerca; formazione musicale; formazione arte emergente (teatro, danza, circo).

SECONDO

Sollecitare un maggior coinvolgimento del privato attraverso la diffusione della cultura della donazione per la cultura e la sua partecipazione e agire sulla distribuzione territoriale di risorse facendo leva sulle micro comunità locali al fine di rafforzare in modo organico il territorio di riferimento. Se si usa come indicatore il 5 per mille si potrà constatare come la capacità di liberalità individuali è sottoutilizzata. Solo il 15% della popolazione della Provincia di Torino destina liberalità verso il terzo settore. Analizzando i dati di destinazione per singolo comune inoltre si evince che in media solo il 7% delle popolazioni comunali destina liberalità. Questo fenomeno è tanto più evidente se si analizzano i dati di alcuni comuni dell'area metropolitana (FIGURA 5).

(5) Le scelte del 5 per mille nell'area di riferimento della ricerca



Fonte: Nostra elaborazione su dati Agenzia delle Entrate

Se a Torino il 15% dei cittadini ha destinato il 5 per mille a organizzazioni non profit, in altri medio-grandi comuni limitrofi la percentuale varia fino ad arrivare a livelli che non arrivano al 2% come nel caso di Settimo, Venaria, Nichelino. Non solo. In campo culturale è più "difficile" reperire liberalità perché la cultura è considerata una mission meno "urgente" per le comunità e il sistema pianeta in cui viviamo. La propensione a donare per la causa del settore culturale è particolarmente bassa, come dimostra una recente ricerca della Doxa³ che evidenzia come solo l'1% degli italiani ha donato in favore del patrimonio artistico nell'ultimo anno, mentre ad attrarre il 90% delle donazioni sono i grandi temi della ricerca medica e la lotta contro la fame nel mondo. La fondazione di comunità per la cultura di Torino potrebbe contribuire attivamente dunque a: promuovere gli obiettivi legati alle attività culturali; sostenere le organizzazioni non profit presenti sul territorio; diffondere la cultura della donazione per la cultura. Inoltre costituirebbe lo strumento attraverso il quale i cittadini possono esprimere

parere d'indirizzo verso le decisioni di supporto alle attività culturali presenti sul territorio, un veicolo attraverso il quale coinvolgere piccoli e grandi donatori che lo desiderino in un progetto che si spinge nella direzione della progettazione partecipata. Una fondazione di comunità per la cultura consente infatti a tutti i cittadini interessati alla causa di agire proattivamente in favore del settore attraverso alcune caratteristiche peculiari di un'istituzione come questa:

- ▶ mantenimento o incremento delle attività culturali per sé e per la propria famiglia. La dimensione territoriale focalizza l'attenzione della fondazione verso aree territoriali circoscritte ed è dunque in grado di sollecitare un coinvolgimento elevato proprio grazie alla vicinanza tra il donatore e la causa;
- ▶ per lo stesso motivo la fondazione di comunità offre l'opportunità di usufruire di un'offerta per il tempo libero diversificata presso la propria comunità di riferimento (sistema quartiere, sistema circoscrizione, sistema città);
- ▶ consente la stimolazione a produzioni culturali di qualità;
- ▶ permette l'incremento della qualità della vita culturale della comunità locale;
- ▶ moltiplica le "agorà" e le opportunità di promozione delle arti emergenti;
- ▶ rende visibile per il donatore, qualora lo desiderasse, o ne manterrebbe l'anonimato se invece il donatore lo ritenesse preferibile;
- ▶ offre la possibilità di aver voce nelle scelte d'indirizzo di gestione delle erogazioni.

TERZO

Dotarsi di uno strumento partecipato, snello e capace di ottimizzare le risorse disponibili ma non espresse. Il modello di fondazione di comunità per la cultura per il territorio torinese rappresenta da un lato un'innovazione *per sé* – a livello locale, il nostro territorio vede nascere le prime fondazioni di comunità in tempi relativamente recenti e a livello internazionale perché costituirebbe la prima fondazione di comunità mai costituita dedicata esclusivamente al settore cultura – dall'altro un modello innovativo di gestione e di supporto alle attività culturali, che vede sia un nuovo e più attivo coinvolgimento dei donatori sia un nuovo supporto alle organizzazioni culturali.

(1) M. Porter, *The Competitive Advantage of the Inner City*, «Harvard Business Review», May-June 1995, pp. 55-71

(2) L'analisi ha riguardato unicamente e volutamente le risorse investite nelle attività culturali escludendo quelle rivolte alla conservazione del patrimonio culturale. Inoltre gli enti considerati sono stati: Regione Piemonte, Provincia di Torino, Città di Torino, Rivoli, Settimo, Venaria, Grugliasco, Chieri, Moncalieri e Nichelino.

(3) Doxa, *Comportamenti di donazione degli italiani*, 15 dicembre 2006.

Settori e subsettori di attività individuati dalla ricerca

- | | |
|------|---|
| (A) | Arte contemporanea, arte antica, arte moderna |
| (A1) | Attività dei musei (mostre, visite guidate, percorsi formativi specifici, cicli d'incontri con curatori, attività didattica collegata) |
| (A2) | Mobilità, formazione, networking e reti di condivisione |
| (B) | Musica concerti, spettacoli musicali, realizzati presso strutture chiuse (teatri, sale da concerto) e all'aperto (tendoni, palchi di strada) |
| (B1) | Traffic, Chicobum Festival, Settembre Musica |
| (B2) | Pagella rock, Piemonte Groove, Centro formazione musicale, premi e concorsi vari |
| (C) | Spettacolo dal vivo (teatro, danza, circo) |
| (C1) | Spettacoli di teatro e danza, festival |
| (C2) | Promozione arte emergente |
| (D) | Cinema |
| (D1) | Attività non amatoriali, attività espositive del Museo del Cinema, Torino Film Festival e altri festival |
| (D2) | Film Commission e finanziamento enti formativi |
| (E) | Scienza e tecnologia |
| (E1) | Finanziamenti a musei scientifici (Museo della Frutta, Museo di Anatomia Umana, Museo di Scienze Naturali, A come Ambiente, Osservatorio di Pino, Museo dell'automobile, Museo della montagna) festival, incontri (Centro scienza, Agorà scienza, Accademia delle Scienze), convegni, seminari, esposizioni non realizzate da musei |
| (E2) | Attività di formazione e didattica |
| (F) | Storia, religioni e intercultura |
| (F1) | Mostre e musei (Museo diffuso della Resistenza, Museo del Risorgimento, Museo Pietro Micca, ecomusei) |
| (F2) | Festival e rassegne (Torino Spiritualità, festival di storia, identità e differenza) di storia locale e non, convegni, seminari e workshop (Istituto Gramsci, Salvemini, Centro Gobetti, Fondazione Einaudi, Centro interculturale), premi e incentivi allo studio in campo storico |
| (G) | Libro e lettura |
| (G1) | Fiera del libro, Portici di carta |
| (G2) | Premio Grinzane, Scuola Holden |
| (H) | Manifestazioni culturali locali (carnevale, palio, punti verdi) |
| (K) | Coordinamento e ricerca (Osservatorio culturale del Piemonte, Torino Città Capitale, Porte aperte a ferragosto, Settimana della cultura, Giornata europea del patrimonio). |



Sharing philanthropic experiences

VIRGINIA SAVOJNI
Fondazione comunitaria del VCO

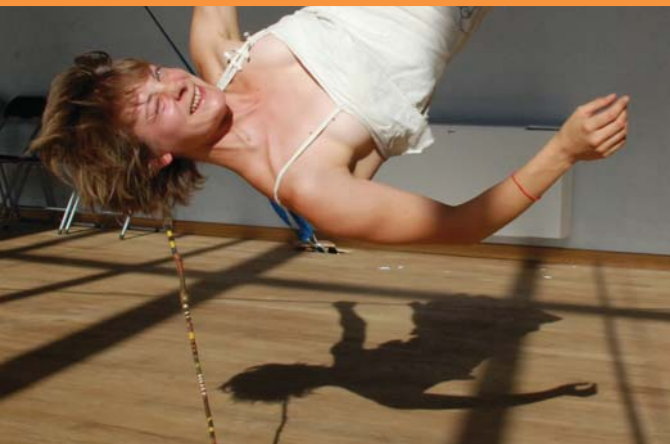
Dal 5 al 10 settembre 2009, una delegazione italiana composta da 13 professionisti, che a vario titolo si occupano di fondazioni di comunità nel nostro paese, ha partecipato alla conferenza internazionale *Grassroots Philanthropy. Changing our world together.*



23

Si trattava di un viaggio studio, il cui scopo era apprendere, riflettere, discutere, confrontarsi su strategie, politiche e modi di operare delle fondazioni di comunità britanniche. Il gruppo italiano rappresentava a pieno lo scenario nostrano, eterogeneo e ancora in fase di avviamento. In Italia le fondazioni di comunità esistono da un decennio: ad oggi se ne contano 24, in diversi stadi di maturazione. Nate grazie al supporto di grandi enti di erogazione, la maggioranza di esse non può ancora definirsi indipendente da un punto di vista patrimoniale, sebbene alcune possano contare su risorse significative. I cinque giorni di visite e incontri hanno permesso alla delegazione italiana di confrontarsi con la realtà consolidata della filantropia comunitaria britannica. A cominciare dalle visite a tre fondazioni molto diverse: la Fondazione Comunitaria dell'Irlanda del Nord, nata nel 1979 e agente straordinario di cambiamento pur in una condizione di contesto difficile a causa del conflitto; la neonata Capital Foundation di Londra, che incarna la sfida di portare la filantropia comunitaria a livello di una grande megalopoli urbana; la Fondazione Comunitaria dell'Essex, forte di una struttura operativa numerosa ed efficiente, che dimostra come sia possibile gestire la politica di erogazione coinvolgendo i donatori attraverso un dialogo costante. L'attenzione posta durante le visite e la conferenza ad alcune dinamiche è risultata preziosa e determinante per arricchire il bagaglio di conoscenze della delegazione italiana. In primo luogo l'importanza delle competenze e delle risorse umane interne alle fondazioni. Sebbene anche le fondazioni britanniche si preoccupino che i costi amministrativi non incidano in maniera significativa sul totale delle disponibilità per erogazione, c'è grande consapevolezza della necessità di rafforzare la qualità della struttura (anche in termini numerici) per poter crescere. Il programma a livello nazionale *Time for Growth*, per fare un solo esempio, ha negli scorsi anni offerto 100.000 sterline a dieci fondazioni da spendere in tre anni proprio nella loro struttura così che fossero in grado di fare gli investimenti necessari a raccogliere ognuna almeno due milioni di sterline a patrimonio. Il successo di questo programma ha dimostrato come l'investimento nella struttura operativa possa permettere di conseguire risultati che nessuna erogazione sfida è in grado di generare. Infatti con l'investimento di un milione è stato possibile raccogliere donazioni pari a venti milioni di sterline. Un secondo aspetto, analizzato in particolare durante la visita all'Essex Community Foundation, è il fatto che la scelta accurata dei membri del consiglio di amministrazione può diventare una leva importante per garantire migliori risultati. Nel caso in esame i consiglieri sono individuati non solo secondo la posizione sociale che occupano nella comunità, per dare credibilità alla fondazione e legittimarne l'esistenza, ma anche e soprattutto in base alla loro disponibilità a donare e raccogliere donazioni. Devono cioè essere persone conosciute, con una solida reputazione nella comunità,

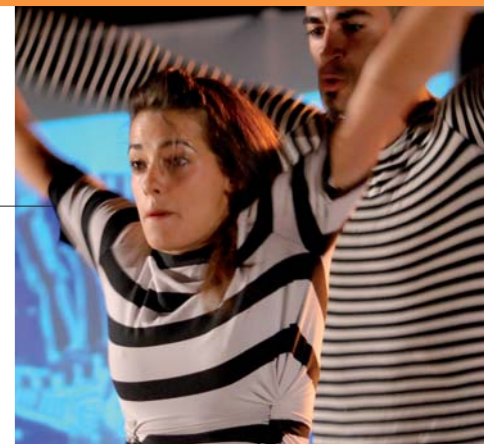
conoscere potenziali donatori, rappresentare effettivamente la comunità di cui fanno parte. Poiché la fondazione ad ogni scadenza di mandato si trova in una diversa fase di maturazione, la scelta dei nuovi membri viene condotta principalmente sulla base delle competenze necessarie a sviluppare gli obiettivi indicati nel piano programmatico, verso i quali ciascun consigliere ha un ruolo preciso dettato dalle professionalità che può mettere a disposizione. Sono questi i requisiti che garantiscono la "produttività" di un Cda. Senza nessuna esclusione, i consiglieri e lo staff delle fondazioni britanniche fanno parte di quella che viene definita cultura condivisa del dono, con ciò intendendo che tutti donano, perché donare non è considerato obbligatorio, ma un dato scontato. E non importa l'ammontare donato (anche in Gran Bretagna, al contrario di quanto accade negli Usa, la gente non ama rivelare le proprie entrate o quantificare la propria attività filantropica). Questa caratteristica è fondamentale in termini di credibilità della fondazione verso i potenziali donatori. Altrettanto determinante è il dialogo costante con la comunità di riferimento: i membri dello staff e il direttore aggiungono al necessario lavoro di ufficio una significativa presenza all'esterno, sul territorio. Viene privilegiato il contatto diretto con i cittadini, *face to face*, per farsi conoscere, spiegare un progetto, capire



La comunità di Mirafiori

GIUSEPPE PICCHETTO
Fondazione della comunità di Mirafiori

● La Fondazione di Comunità di Mirafiori è nata nel 2008 per iniziativa della Compagnia di San Paolo e dell'Associazione Miravolante per valorizzare i risultati raggiunti in 10 anni di interventi di rigenerazione urbana, di trasformazione del territorio e di investimento sul protagonismo giovanile.



24

i bisogni della comunità. Un maggiore ascolto si applica, nello scenario britannico, in una strategia meno rigida di erogazione, attuata attraverso bandi più aperti, senza vincoli e indirizzi sui progetti che possono essere presentati. La fase di raccolta dei progetti dura tutto l'anno, mentre generalmente le erogazioni vengono attribuite in due momenti (ad esempio marzo e settembre). Vengono selezionati i progetti ritenuti validi e, prima di assegnare le erogazioni con i fondi propri, si propone la scelta ai donatori. La domanda fondamentale a cui le associazioni britanniche

devono rispondere quando presentano un progetto è: «Se ricevi il contributo, in che termini il progetto farà la differenza?» Mentre la domanda fondamentale in fase di rendicontazione è: «Che cosa è cambiato grazie al progetto per il quale hai ricevuto finanziamento?» Si punta al sostegno di iniziative anche piccole, che abbiano davvero un impatto sui cittadini del territorio, e che contribuiscano alla creazione di capitale sociale. Non ci si sostituisce alle istituzioni e al governo, salvo quando lo stesso governo assegni alla fondazione fondi con finalità specifiche (caso

questo che difficilmente si applica alla realtà italiana). Osservando quello che avviene in Gran Bretagna, ben si comprende come una rete efficace e funzionante permetta di dare credibilità e forza al sistema filantropico comunitario. Al tempo stesso si rafforza l'idea che, se tutte le fondazioni comunitarie lavorano bene e rimangono in contatto, questo permette nel lungo periodo di legittimarne il ruolo come attori fondamentali sul panorama nazionale. La rete italiana si sta costituendo e rafforzando soprattutto grazie ad esperienze condivise.

25

Per i fondatori si tratta di un salto di qualità: da soggetti facilitatori delle relazioni tra enti istituzionali e abitanti, si diventa attivatori di dinamiche di sviluppo locale endogene e di processi di autonomia e protagonismo dei residenti. Dal 1999, grazie a fondi europei e comunali, a Mirafiori sono stati realizzati il progetto di recupero urbano di via Artom, la riqualificazione del parco Colonnetti e delle sponde del Sangone, il restauro del Mausoleo della Bela Rosin, l'apertura della biblioteca Pavese. Se questi progetti sono intervenuti sulle aree in condizioni di maggiore degrado, trasformandole in risorse a favore degli abitanti del quartiere, l'adesione al progetto internazionale Yepp (Youth Empowerment Partnership Programme) promosso dal Network of European Foundations e sostenuto dalla Compagnia di San Paolo, ha consentito di sperimentare forme di collaborazione innovative tra settori pubblici e privati volte a consentire un progressivo rafforzamento di giovani residenti in aree svantaggiate. Nel 2006, con la conclusione del recupero di via Artom e di Yepp, ha cominciato a farsi strada la convinzione che, per dare continuità agli investimenti sul quartiere una volta venute meno le principali fonti di finanziamento, fosse indispensabile avere a disposizione uno strumento capace di durare oltre i progetti, di operare nell'ordinario. Uno strumento per valorizzare a pieno il patrimonio di relazioni, di saper fare, di idee, di fiducia accumulato in questa stagione di risultati straordinari. Alla chiusura del progetto Yepp e di Mentelocale, l'Ati costituita per gestire nel periodo 1999-2006 le attività previste dal piano di accompagnamento sociale al programma di recupero di via Artom, le stesse associazioni e cooperative hanno fondato l'associazione Miravolante che, insieme alla Compagnia di San Paolo, ha dato vita alla Fondazione di Comunità di Mirafiori - i primi apportando il capitale sociale necessario al radicamento sul territorio, la seconda il patrimonio. I principi di base a cui la Fondazione si ispira sono promuovere il protagonismo degli abitanti, sperimentare interventi innovativi a favore dei giovani, promuovere la sostenibilità e la valorizzazione delle risorse ambientali, partecipare alle reti locali e internazionali per condividere idee ed esperienze, portare avanti un'opera di mediazione tra le esigenze degli abitanti e le opportunità istituzionali per garantire al meglio il radicamento locale degli interventi pubblici. Scopo della Fondazione è raccogliere fondi pubblici e privati per migliorare dal punto di vista ambientale e sociale l'area di Mirafiori, dando continuità ai processi di trasformazione avviati, accrescendo le opportunità dei suoi abitanti, sperimentando modalità di intervento che coinvolgono attivamente i destinatari. Da questo punto di vista, la Fondazione persegue una propria idea di sviluppo per il quartiere, ma è anche un intermediario tra chi vuole donare risorse a favore del quartiere e le organizzazioni del privato sociale

che, grazie a quelle risorse, realizzano gli interventi. Se tale missione è da una parte possibile proprio grazie al rapporto consolidato con il territorio e gli abitanti, e grazie alla conoscenza approfondita delle potenzialità e delle risorse locali, è altresì vero che una delle grandi scommesse per il futuro sarà il rapporto con i donatori. A costoro la Fondazione offre la possibilità di donare risorse a favore di un luogo che sta loro a cuore e vogliono contribuire a migliorare, partecipando direttamente alla costruzione dei progetti per cui le risorse verranno spese, verificando di persona il modo in cui sono utilizzate e le ricadute che producono, garantendo continuità nel tempo alle azioni di trasformazione. Fra le cose di cui la Fondazione non può fare a meno non ci sono solo le risorse finanziarie, ma la capacità di mobilitare idee, volontà, intelligenze a favore del quartiere, a partire innanzitutto da quelle degli abitanti stessi. Su questo si misurerà nel tempo il successo di questa scommessa.

IL PROGETTO

L'iniziativa *Sharing philanthropic experiences. Progetto di studio e scambio di buone pratiche per e con le fondazioni di comunità*, viaggio di studio nel Regno Unito svoltosi dal 5 al 10 settembre 2009, è stata sostenuta dalla Compagnia di San Paolo, nell'ambito delle attività volte alla promozione della filantropia quale occasione di formazione e di networking sul tema delle fondazioni di comunità, e co-progettata con Assifero. Il programma di lavoro, fitto di incontri e visite, è stato imperniato sulla conferenza internazionale *Grassroots Philanthropy. Changing our world together*, organizzata dal Community Foundation Network, e ospitata presso il Conference Centre Campus di Nottingham. Per cinque giorni la delegazione italiana ha potuto partecipare a nove sessioni plenarie e quattro di gruppo, scegliendo tra un ventaglio di oltre trenta focus. Il viaggio ha inoltre previsto la visita di tre fondazioni di comunità: la Essex Community Foundation, la Capital Foundation di Londra e la Fondazione di Comunità dell'Irlanda del Nord. La delegazione è stata composta da rappresentanti di Assifero, Compagnia di San Paolo, Fondazione della Comunità di Mirafiori Onlus, Fondazione di Comunità del Novarese Onlus, Fondazione per il Sud, Fondazione della Comunità Salernitana, Fondazione Comunitaria della Valle d'Aosta, Fondazione di Comunità del Verbano Cusio Ossola, Torino Internazionale, Università degli Studi di Torino.



Giovani che finanziano giovani

VERNON RINGLAND
Coordinatore YouthBank Ireland

YouthBank è un modello ideato nel 1999 dalla Fondazione Comunitaria dell'Irlanda del Nord per coinvolgere i giovani nelle attività a favore della propria comunità.



BEST PRACTICE

FESTIVALE LETTERATURA DI MANTOVA

www.festivaletteratura.it

Il Festivalletteratura di Mantova, nato nel 1997, è diventato uno dei maggiori appuntamenti letterari italiani per numero di scrittori coinvolti e successo di pubblico (90.000 visitatori registrati all'ultima edizione). Oltre agli incontri con gli autori, il programma propone percorsi guidati al patrimonio storico-culturale della città, rappresentazioni teatrali, reading di poesia, concerti, incontri su arte, architettura, design e sul libro illustrato. In questa occasione, Mantova apre le porte di palazzi monumentali, giardini privati e offre le proprie piazze e strade per incontri e spettacoli. Oltre ai tesori d'arte più conosciuti, il festival entra così in luoghi meno turistici riscoprendone gli spazi. Ma tutta la città è coinvolta, anche i negozi del centro storico, i caffè e i ristoranti. L'intera macchina del festival è coordinata da un comitato organizzatore e da una associazione di cittadini, Filofestival, il cui compito principale è il reclutamento e l'organizzazione di schiere di volontari (400 nell'ultima edizione) su cui si impenna l'intera macchina organizzativa. L'impiego dei volontari è una marca caratteristica del festival perché essi sono impegnati in tutte le fasi: dall'allestimento alla conduzione dell'evento, lavorando ai punti informativi, in segreteria, alla vendita dei biglietti, alle funzioni di interpretariato, accompagnando gli autori, fornendo ospitalità ai volontari residenti fuori sede, nella redazione che segue gli eventi, come cronisti, fotografi e cineoperatori, e come conduttori delle tavole rotonde del festival.

Nel bilancio del festival grande peso hanno contributi privati. Oltre alla quota associativa di Filofestival e al contributo della Fondazione di Comunità Mantovana, sono fondamentali le sponsorizzazioni di aziende private, istituti culturali, associazioni di categoria e professionali, esercizi commerciali, gruppi assicurativi. Fra le 130 aziende dell'elenco sponsor non si trovano soltanto i grandi nomi - Illy, Lottomatica, Persol - ma anche hotel e ristoranti, auto officine, centri sportivi che rappresentano nell'insieme il 70 % dei finanziamenti dell'intero festival, contro il 17 % coperto da enti pubblici e il 13 % garantito dalla vendita dei biglietti.

MANCHESTER BUSKER

www.manchesterbusker.com

Manchester Busker è un celebre progetto, attivo nell'area metropolitana di Manchester fin dal 1988, che ha lo scopo di aiutare artisti di strada agli inizi della carriera, organizzando per loro un'audizione due volte l'anno in modo che possano esibirsi professionalmente, riconoscendogli un equo compenso, mettendo a disposizione tecnici e organizzatori, facendoli entrare in contatto con agenti, talent scout e giornalisti, oltre naturalmente con la comunità locale. Manchester Busker consente insomma ai giovani artisti di fare un salto professionale, ma offre al tempo stesso una possibilità di formazione a chi voglia sviluppare una carriera tecnico-professionale in ambito musicale. Dallo scorso anno grazie alle risorse messe a disposizione da Grassroots Grants - associazione non profit nata nel 2008 per assegnare contributi a piccoli gruppi e associazioni attive sul territorio -, Manchester Busker ha potuto offrire agli artisti anche supporto nella valutazione del proprio lavoro. L'ingresso di Grassroots Grants ha portato agli organizzatori tutti i vantaggi legati alla necessità di definire un progetto preciso e valutarne i risultati. Oltre al contributo economico, è stata offerta la possibilità a tutti gli enti beneficiari di partecipare a una giornata di formazione sul project management, su monitoraggio e valutazione dei progetti. Durante la formazione, tutti i gruppi finanziati sono entrati in contatto fra loro, favorendo un proficuo scambio di esperienze.

26

Ciò che rende unica l'idea è che sono i giovani a scegliere quali progetti finanziare. Ma come funziona il progetto? Le YouthBank nascono in territori circoscritti. Ciascuna YouthBank è composta da un gruppo di giovani tra i 14 e i 25 anni che gestisce piccole somme di denaro (donazioni) per finanziare buone idee promosse da altri giovani per il bene della propria comunità. Per acquisire le competenze necessarie a selezionare, finanziare, promuovere e gestire i progetti, nonché valutarne i risultati, i giovani sono accompagnati da esperti.

In una prima fase, essi raccolgono informazioni sulla loro comunità utili a definire il quadro del "mercato" in cui intendono operare in modo da compiere scelte consapevoli. Nel corso di questa fase di mappatura, essi acquisiscono competenze e capacità: imparano a comprendere l'importanza delle ricerche di mercato, fanno esperienza diretta dei principali strumenti e delle tecniche di ricerca, sviluppano capacità analitiche e decisionali - due aspetti costantemente presenti nelle attività YouthBank e importanti per la futura esperienza professionale.

Nella seconda fase essi definiscono le priorità utilizzando concretamente i risultati della ricerca svolta. Un forte accento viene posto sul lavoro di squadra: i membri di YouthBank collaborano in sottogruppi o in coppia, per risolvere compiti e raggiungere obiettivi. In questa fase di lavoro si sviluppa nel gruppo anche la capacità di negoziare in modo costruttivo. I giovani imparano a esprimere la propria posizione in merito alle decisioni da prendere, ma anche ad ascoltare il punto di vista degli altri: l'ascolto attivo sviluppa nei giovani capacità comunicative di alto livello e può risultare utile sul mercato del lavoro, perché consente di prendere decisioni di qualità, creare armonia fra i membri del gruppo e risolvere i conflitti.

La comprensione dei meccanismi di efficienza, del rapporto fra costi e benefici, così come la capacità di applicarli concretamente in un processo decisionale, sono altri aspetti sviluppati dal programma. I giovani finanziatori si impegnano a svolgere tutti i compiti di gestione e amministrazione dei progetti: programmando ogni fase del lavoro, aggiungono al novero delle proprie capacità professionali anche la gestione efficace del tempo. Per padroneggiare le procedure amministrative, essi lavorano sulla comunicazione scritta al fine di redigere documenti efficaci e materiale promozionale adeguato. Promuovendo il loro progetto, infatti, essi devono imparare a rivolgersi anche al pubblico tradizionalmente più ostico, convincendolo che vale la pena impegnarsi a sostegno dell'iniziativa, accrescendone la consapevolezza, incoraggiando le adesioni, fornendo tutte le informazioni pratiche necessarie.

I giovani finanziatori devono naturalmente saper esaminare e valutare le richieste di finanziamento che giungono, decidere l'assegnazione dei contributi, controllare e valutare ogni prestito, progettare eventi per celebrarne i risultati. Da ultimo, ma non meno importante, devono

saper valutare il proprio lavoro e correggerlo in occasioni di attività di finanziamento successive.

L'esperienza ormai consolidata di YouthBank ha dimostrato il valore e le potenzialità dei giovani nel prendere decisioni ed essere responsabili della propria comunità.

YOUTHBANK ITALIANE

Nove giovani di Torino, Savona, Genova e Cherasco stanno attualmente lavorando per costituire entro fine 2009 una YouthBank localmente. L'iniziativa è frutto dell'esperienza che il gruppo ha maturato ad un corso di formazione YouthBank, che si è tenuto in Polonia a fine agosto, promosso dal programma europeo Youth in Action e da Yepp, con il supporto di diverse fondazioni comunitarie.

27



punti di vista

29

Abbiamo chiesto a 9 artisti che abitano e lavorano a Torino un'opinione sulla fondazione di comunità per la cultura. Ci interessa sapere se uno strumento come questo sia compreso, e apprezzato dai suoi potenziali beneficiari. E quali progetti o richieste gli rivolgerebbero.

NELLE PAGINE CHE SEGUONO IL LORO PUNTO DI VISTA.



GIANLUCA DI MATTEO

www.gianlucadimatteo.com



Se dovessi definire il mio lavoro con un solo aggettivo, direi "nomade", nel senso che da sempre i burattinai viaggiano per piazze, città, oltrepassano confini, instaurano intensi rapporti con le comunità che incontrano. Allo stesso tempo il mio lavoro sviluppa intense radici, dal momento che esso si basa sui racconti delle comunità: Pulcinella e i suoi canovacci sono l'esito di una tradizione orale trasmessa di bocca in bocca, di burattinaio in burattinaio, fino dal 1500. Io sono napoletano, mi sono formato alla scuola dei maestri burattinai della città in cui sono nato, ma vivo a Torino da quattro anni, città che mi ha accolto ed è una fonte continua di stimoli per il mio lavoro. Il mio prossimo progetto riguarda proprio questo rapporto fra radicamento e migrazione; vorrei lavorare

su storie della popolazione immigrata a Torino, per trasformarle in performance sfruttando la potente espressività delle tecniche del teatro di figura (burattini, teatro d'oggetti e d'ombre): stimolando il ricordo orale collettivo, vorrei dare vita a produzioni teatrali partecipate dalla comunità. In altri termini, attraverso un percorso di scoperta e creazione artistica che attinga in parte dai classici letterari, in parte dalle storie orali, mi piacerebbe dare un contributo per promuovere il rispetto delle migranze, l'integrazione. Per realizzare un progetto come questo, ciò che serve è uno spazio per allestire una casa-laboratorio dotata di un luogo per piccole rappresentazioni, un sostegno economico per la produzione e un supporto logistico per la circuitazione degli spettacoli. Ma in generale, chi opera nel settore dello spettacolo dal vivo ha sempre bisogno di una cosa sola: diffondere il proprio lavoro con l'aiuto di organizzatori, festival, operatori culturali che credono nei suoi progetti.

30

GRUPPO DIOGENE

www.progettodioгене.eu



Progetto Diogene raccoglie 12 artisti che hanno deciso di condividere un luogo di osservazione, riflessione e ascolto sul mondo e sulla realtà, nella consapevolezza che solo attraverso lo scambio e il confronto tra esperienze artistiche si possa crescere. Per raggiungere questo obiettivo il gruppo ha ideato il programma di residenze e scambi internazionali *Diogene Bivaccourbano*, che intenderebbe riproporre ogni anno in autunno. Esso consiste nella realizzazione di una modalità abitativa essenziale – priva cioè del "superfluo", come avviene nei bivacchi montani –, inserita negli interstizi della città e abitata da un artista scelto attraverso un bando internazionale a inviti. Nel bivacco l'artista vive e lavora, osservando per un certo periodo quel pezzo di città e intessendo relazioni con la comunità. Quest'anno il bivacco è una carrozza dismessa di un tram, posta su un tratto di binario inattivo in corso Regio Parco a Torino.

L'idea generale è che sia il territorio, non solo l'artista, a beneficiare dell'iniziativa, entrando in contatto con uno strumento diretto e concreto di proposta culturale. La comunità del quartiere in cui si trova il bivacco può così conoscere l'arte contemporanea e i suoi meccanismi creativi. Per facilitare lo scambio e il lavoro artistico, nel corso dell'anno il tram sarà aperto a seminari, incontri pubblici e mostre. La fondazione di comunità sarebbe il soggetto ideale a cui proporre di cofinanziare l'attività permanente del tram, così come nuove iniziative. Ma oltre alle necessità di carattere economico, un progetto come questo ha bisogno di riconoscimenti, di condividere con la società locale e le istituzioni l'idea che l'artista svolga una professione e abbia un ruolo importante nella società, poiché contribuisce allo scambio culturale sul territorio.

PAOLO STRATTA

www.scuoladicirko.it



Ci occupiamo di circo contemporaneo da una decina d'anni, offrendo corsi di formazione professionale - rappresentiamo l'Italia nella federazione europea delle scuole professionali di circo - e corsi amatoriali annuali ed estivi per bambini, ragazzi e adulti. Inoltre creiamo e programmiamo spettacoli, rassegne, festival in cui proponiamo al pubblico nuovi linguaggi artistici. Ne è un esempio il festival *Sul Filo del Circo* di Grugliasco: 30 spettacoli per un mese di programmazione, 10.000 spettatori e un budget di 200.000 euro, un terzo di quel che costerebbe oltralpe, anche solo a Briançon. L'apporto alla comunità locale è evidente, la gente è entusiasta, curiosa, partecipa, i posti per i nostri corsi autunnali sono tutti esauriti. *L'Estate al Cirko*, una sorta di estate ragazzi presso la nostra scuola, è un vero successo, le famiglie arrivano anche da 50 chilometri per lasciare i figli nel parco culturale Le Serre di Grugliasco, dove ha sede la scuola e dove i ragazzi tra 6 e 15 anni trascorrono la giornata,

31

NIETZSCHE FABRIK

www.nietzschefabrik.com



Nietzsche Fabrik è un'idea maturata da un gruppo di artigiani e artisti dalle sensibilità affini. Accomunati da identiche passioni per la qualità del lavoro, la ricerca e la sperimentazione, hanno deciso di condividere uno spazio fisico nella splendida cornice del parco del Meisino in zona Sassi, in un edificio del 1919 dove un tempo si costruivano pneumatici, ai piedi di Superga e a bordo Po. Qui, in via Nietzsche 171, oggi ciascuno ha la propria attività - dalla lavorazione del legno a quella del ferro, dall'impiantistica elettrica e illuminotecnica alle decorazioni di superfici, fino alla produzione artistica pura - ed ogni giorno vive ed opera tra sinergie e stimoli, collaborazioni e produzioni. Dallo spirito che li ha uniti è nata nell'autunno 2007 l'associazione culturale Nietzsche Fabrik, il lato no profit del gruppo, voluta per organizzare ed ospitare eventi di musica, arte, design. Così i luoghi di produzione si possono trasformare per una serata in ambienti di socializzazione

immersi nella natura, imparando le più antiche o innovative tecniche circensi: la giocoleria, l'equilibrio, la clowneria, l'acrobatica, le discipline aeree. Siamo una ventina a lavorare tra insegnanti, staff, direzione, comunicazione e amministrazione. Il nostro progetto - ci stiamo lavorando da tempo - si chiama *PasseparCirque*, un vero e proprio polo di circo, dove si fa formazione, si producono rassegne e festival, si ospitano artisti, è disponibile un centro di documentazione ed ha residenza una compagnia. Per completare il progetto ci manca un tassello: la creazione di una compagnia professionale, un collettivo artistico di circo contemporaneo. Al momento abbiamo le risorse per arrivare alla "puntata zero", cioè la creazione di una compagnia composta da sei artisti polivalenti, per due terzi provenienti dalla scuola e un terzo da Chambéry, e la produzione del primo spettacolo. Dopo, per vivere la compagnia avrà bisogno di produrre, co-produrre e far circuitare gli spettacoli. In generale, di cosa abbiamo bisogno? Risorse economiche, spazi e la possibilità di partecipare ai programmi internazionali di *life long learning*.

e aggregazione, contenitori di esposizione e ricerca artistica. A partire dalla matrice artigiana dei fondatori, il grande cortile e i bassi fabbricati diventano museo, locale notturno, piazza, teatro, auditorium, sala conferenze, caffè nel verde. Tutto ciò si fa per il gusto di coinvolgere energie e idee, misurarsi, allargare visioni, approfondire potenzialità e conoscenze, favorire reti e relazioni, aprirsi all'esterno essendo sempre più gruppo. È questo il cuore dell'ultimo progetto, T con Zero. Dieci artisti provenienti da varie parti d'Italia hanno vissuto e lavorato all'interno dello spazio per giorni e settimane, interpretandolo e fondendo la loro ricerca artistica con la struttura e le competenze dei residents, per produrre insieme ad essi dieci opere presentate al pubblico in una serata inaugurale e performativa di grande successo e soddisfazione. Lo sforzo ideativo e organizzativo è grande perché i progetti sono complessi, ma al momento è tutto lavoro volontaristico, nei ritagli di tempo o nel tempo rubato alla propria attività. La fondazione di comunità potrebbe dare più respiro, solidità e continuità ai progetti, permettendo ai soci di avvalersi di aiuto operativo e competenze specifiche esterne.

ANDREA MAGGIORA

www.mercurio.org



Sono convinto che la comunità abbia bisogno di colmare la distanza che si è creata tra artista e fruitore, e che il rigido rituale del concerto abbia ormai limitato la risposta dello spettatore. La musica d'arte ha spesso trascurato il pubblico, considerando il suo interlocutore principale una ristretta comunità di estimatori con poche opportunità di rinnovamento. Invece, rispondere ai reali bisogni del pubblico è importante almeno quanto essere capace di suscitare di nuovi. Assistere a un concerto implica diversi livelli di lettura dello spettacolo, i quali sono frutto dei tanti strati di conoscenza ed emozione accumulati nel proprio

vissuto culturale. Perciò mi piace pensare che un progetto che faccia leva sulla musica possa alimentare connessioni ed emozioni a diversi livelli, diventando punto di partenza per ulteriori approfondimenti e curiosità. Il progetto che presenterei alla fondazione di comunità per la cultura riguarda la creazione di spazi e opportunità di cooperazione tra compositori, musicisti, operatori e pubblico. Penso a un sistema di residenze musicali, situato nei contenitori prestigiosi già esistenti in città e area metropolitana, dove giovani compositori, artisti internazionali e musicisti torinesi possano creare e presentare nuove opere, frutto di una collaborazione. Penso anche a luoghi che sappiano creare nuove forme di coinvolgimento e comunicazione con il pubblico degli spettatori, proponendo un cartellone ricco di incontri e concerti.

32

GIULIA CAIRA

www.giuliacaira.com



La fondazione di comunità per la cultura potrebbe ricoprire un ruolo di intermediario fra l'artista e la comunità, sviluppando una propria capacità di accogliere e valutare proposte e progetti. In un sistema virtuoso, l'artista avrebbe la possibilità – e sarebbe spinto a farlo – di entrare in relazione con un mondo più vasto di quello, ristretto, dell'arte contemporanea; al tempo stesso la comunità locale potrebbe trarre vantaggio dall'arte come risorsa che contribuisce a migliorare la qualità urbana e la qualità della vita. Il fine a cui, in generale, la cultura dovrebbe sempre tendere. Per spiegare cosa intendo, posso citare le quattro opere realizzate col progetto di riqualificazione del quartiere Mirafiori,

Nuovi Committenti, curato dal gruppo di critiche a.titolo. Nel corso di questo progetto, attraverso un sistema di discussioni e incontri, gli abitanti di quartiere sono stati coinvolti nel processo di produzione artistica di un'opera capace di soddisfare i propri bisogni. Inoltre, uno dei maggiori problemi dell'arte contemporanea in Italia è il fatto che lo sviluppo del settore è affidato a poche gallerie private e ad istituzioni pubbliche che raramente sono disponibili ad accogliere progetti dei singoli artisti nazionali. I privati agiscono per lo più in network privilegiando gli artisti provenienti dalla stessa rete o promuovendo l'opera di artisti internazionali. Il settore pubblico, invece, ha sviluppato strumenti promozionali specificamente rivolti all'arte giovane (per artisti sotto i 35 anni), ma oltre tale soglia non esistono soluzioni di sostegno per progetti giunti a uno stadio più maturo.

DARIO LA STELLA

www.senzaconfidipelle.com



Il maggior limite dello spettacolo dal vivo è di rivolgersi a una élite di estimatori invece che al grande pubblico. Il teatro non ha saputo innovare il proprio linguaggio, lasciando che si formasse una cesura tra grande pubblico e pubblico colto, a causa di spettacoli troppo difficili da comprendere, spesso noiosi e autocelebrativi. Al contrario, sarebbe importante riportare il teatro al suo antico ruolo di oratore delle dinamiche politiche e sociali, capace di usare un linguaggio diretto e chiaro, fuori dai contesti protetti degli spazi teatrali e disponibile a uscire negli spazi

aperti, per garantire una fruibilità allargata. Per concretizzare queste istanze sto lavorando a un progetto dal titolo *Annibale*. Si tratta di una parata-evento che si snoda da Porta Nuova a piazza Castello sviluppando il tema dell'arrivo a Torino di Annibale con gli elefanti, simbolo della migrazione dal Nord Africa. Nel progetto, gli elefanti sono interpretati dagli escavatori, che in questi anni stanno rimettendo a nuovo la città, costruendo quartieri e infrastrutture. Mi piacerebbe ideare uno spettacolo con un grande numero di interpreti, attori, musicisti e danzatori di diverse etnie, e farne un evento interessante per i media, con un forte impatto pubblicitario per la città e i partner coinvolti – le imprese edili, per esempio.

AMBRA SENATORE

www.ambrasenatore.com



Come danzatrice e autrice, portando in scena progetti che si rivolgono a un pubblico, mi interessa che lo spettacolo sia vissuto come un'esperienza partecipata, collettiva. Troppo spesso osservo che i fruitori degli spettacoli siamo noi addetti ai lavori, e questo per me non ha senso. È come trovarsi di fronte a una classe teatrante chiusa in se stessa. Mi pare importante che i cittadini più facoltosi mettano a disposizione anche degli altri le loro risorse, sostenendo e promuovendo la cultura, che è un bene fondamentale per la società. L'ignoranza non può che generare e perpetuare disagio. Naturalmente l'investimento degli enti pubblici per la cultura è molto importante e non deve essere sostituito, ma gli si può affiancare anche l'investimento privato. È fondamentale che le risorse investite siano gestite molto bene, che se ne verifichino direzioni e risultati. Uno strumento come la fondazione di comunità mi pare possa lavorare efficacemente garantendo continuità e trasparenza nel sostegno alla cultura e alla creatività.

33

FORNASIERO LA MENDOLA

www.indyca.it



Siamo un gruppo di ragazzi che condividono la stessa passione per il cinema e l'audiovisivo. Lavoriamo insieme da 3 o 4 anni, realizzando documentari e cortometraggi. Nel nostro lavoro è fondamentale lavorare in gruppo per realizzare progetti interessanti, per sperimentare e innovare. La nostra idea è creare una sorta di network tra artisti, mettere insieme persone con ruoli e profili professionali e culturali diversi, ma complementari. I canali per entrare in contatto con queste persone sono molteplici: la banca dati di Film Commission, gli ex compagni dell'Università che frequentano gli stessi ambienti, le conoscenze personali, le collaborazioni attivate dalla nostra società con gli atenei, Università e Politecnico, ma anche Accademia

La dimensione della comunità, cioè del territorio su cui la fondazione opera, mi sembra molto interessante. Personalmente, sto portando avanti un progetto per aprire il più possibile lo spettacolo alla comunità, a partire dal processo creativo. Ciò che va in scena, in effetti, non è che una tappa di un processo lungo e stimolante. Immagino alcuni momenti in cui la compagnia che lavora alla creazione di uno spettacolo apra le prove e la discussione a gruppi di cittadini. Ritengo interessante far partecipare al processo di creazione artistica persone che svolgono un lavoro – e conducono una vita – lontana dalla dimensione teatrale, occasioni per consentire ai non-artisti di entrare concretamente in contatto con chi lavora professionalmente a una produzione. Partecipare al processo di creazione artistica offre la possibilità di convivere e confrontarsi con meno pregiudizi e più ascolto dell'altro. Il teatro è una sorta di modellino della società e dei suoi meccanismi, delle sue frizioni, di legami e allontanamenti, ed io ho fiducia che una comunità coinvolta in un processo creativo divenga più capace di comprendere e apprezzare le differenze, anche nei normali rapporti sociali e di vita quotidiana.

di belle arti e Conservatorio, e ancora i festival, concorsi, meeting. Al momento stiamo lavorando al progetto *Echi*, un cortometraggio sugli effetti speciali, che coinvolge una ventina di studenti del corso di laurea in Ingegneria del cinema del Politecnico di Torino, che l'ha finanziato. Grazie al progetto questi studenti potranno assistere i professionisti in tutte le fasi di lavorazione, dalla pre-produzione alle riprese, e maturare un'esperienza diretta sul campo. Due ingredienti fondamentali – l'apprendistato e la conoscenza di professionisti – per cominciare a lavorare in questo settore perché chi esce dall'università non ha esperienze pratiche e tanto meno contatti. Inoltre questo permette ai professionisti di entrare in contatto con giovani talenti, veri detentori di nuove idee. Alla Fondazione di Comunità chiederemmo di poter dare continuità a questa esperienza.

Shot di questo numero è una galleria di performance atletiche e artistiche. Raccoglie una serie di fotografie, scattate nel corso di alcuni spettacoli e allenamenti, degli allievi della scuola di circo con sede a Grugliasco. Sono immagini che danno nitidamente l'idea di cosa significa coltivare una disciplina nel quadro di uno sviluppo professionale. Ma sono anche occasione per mettere in vetrina, a favore di chi non lo conosce, uno dei progetti culturali più promettenti e allegri di un territorio – l'area metropolitana di Torino – sempre più multiforme.

