



Anteprima Magazine

Quando il fundraiser entra in consiglio di amministrazione

di Elena Tettamanti 16 gennaio 2019

Nel cda della Triennale di Milano siede Elena Tettamanti, anima dell'Associazione degli amici dello storico ente milanese: «Grazie anche all'eccezionale contributo economico apportato, è stato riconosciuto il diritto agli Amici, quali partecipanti sostenitori, a designare un proprio rappresentante». Pubblichiamo on line uno dei contributi dal terzo capitolo "Le parole del dono" del numero in distribuzione dedicato al IV Italy Giving Report

Dono e *governance* sono all'apparenza due termini di cui, a prima vista, è difficile cogliere le connessioni. Fino a qualche anno fa, lo sarebbe stato anche per me. **Grazie alla fortunata esperienza degli Amici della Triennale, posso dire che i due termini presentano una significativa relazione.**

Rappresentano un tragitto che parte dalla “partecipazione” di privati e imprese ad un progetto rivolto al sostegno di una grande istituzione culturale per giungere a importanti forme di rappresentanza che ne rafforzano lo scopo.



Elena Tettamanti, fondatrice e presidente dell'Associazione Amici della Triennale

Gli Amici della Triennale nascono nel febbraio del 2016 quale progetto interno alla

Triennale di Milano con l'obiettivo di creare una comunità di appassionati di arte contemporanea, architettura e design che, non solo contribuisse al *funding* secondo schemi consueti di mecenatismo culturale, ma partecipasse attivamente alla vita della Triennale diventandone un vero e proprio *stakeholder*.

L'obiettivo era reso ancora più ambizioso dall'idea che le iniziative promosse fossero ispirate da principi di *social responsibility* con ricadute tangibili nei settori in cui avrebbe operato. Francamente, non tutti i passaggi del progetto erano chiari dall'inizio. Si sono venuti delineando progressivamente durante la sua realizzazione. All'inizio si trattava di trovare l'idea che poteva stimolare i *donors* a partecipare all'iniziativa, fossero essi privati o imprese. Qui ha funzionato il contenuto della proposta. Non solo fruizione delle attività di Triennale (preview di mostre, eventi), ma condivisione di esperienze esclusive secondo formule interattive (visita a studi di artisti, architetti, collezioni private) e, soprattutto, ideazione e realizzazione di progetti sostenuti dalle imprese con particolari ricadute in ambito sociale, *educational* e dell'innovazione.

È così è stato realizzato il Progetto pluriennale start up / giovani con il supporto del Gruppo WPP per valorizzare l'innovazione nell'impresa attraverso la selezione di start-up con alto potenziale di sviluppo che hanno utilizzato la tecnologia quale fondamentale fattore di crescita; il Progetto pluriennale educational / studenti con il supporto di Assicurazioni Generali per offrire a 500 studenti delle università milanesi l'adesione agli Amici della Triennale; per citare infine il Progetto pluriennale educational/licei denominato «Architettura dei luoghi. Architettura di emozioni», grazie ad un importante contributo privato, che permetterà di donare 2.500 tessere agli studenti dei licei e istituti tecnici pubblici di Milano che, in numero selezionato, potranno anche offrire un contributo creativo al tema del progetto.



Alcuni studenti che hanno partecipato ai progetti dell'Associazione

La condivisione attiva dell'esperienza con artisti e la realizzazione dei progetti speciali, vero elemento di differenziazione rispetto a tutte le offerte museali o associazioni analoghe hanno permesso di creare non solo una comunità di privati che accede in via privilegiata alle attività della Triennale, ma anche una realtà che promuove l'innovazione dell'impresa e l'educazione delle giovani generazioni ai temi della cultura secondo un modello innovativo di mecenatismo culturale,

Naturalmente tutto ciò è stato possibile con il generoso contributo di privati e imprese che hanno creduto nel progetto e nelle opportunità che offriva, raccogliendo dal febbraio 2016 ad oggi oltre 1.300.000 euro, cifra senza eguali nel settore del mecenatismo culturale in Italia, tanto da renderlo un vero e proprio *case study* della LUISS di Roma e dell'Università Bocconi di Milano.

D'altra parte lo sviluppo dell'iniziativa e le dimensioni che andava assumendo il progetto richiedevano un intervento sul piano organizzativo che consentisse di vivere in via autonoma la stretta relazione con la Triennale. Per questo nel 2018 gli Amici si sono costituiti in forma di Associazione non profit con un proprio statuto e proprie regole organizzative per continuare a perseguire in modo più efficiente il proprio progetto.

Ma ciò non sarebbe stato sufficiente senza la possibilità di offrire all'interno della Triennale il proprio contributo di idee e di passione. **Per questo, grazie anche all'eccezionale contributo economico apportato, è stato riconosciuto il diritto agli Amici, quali partecipanti sostenitori, a designare un proprio rappresentante nel Consiglio di Amministrazione della Triennale.** Un riconoscimento prezioso del ruolo svolto dall'Associazione, mai prima d'ora conosciuto in Italia in alcuna istituzione culturale a controllo pubblico. Esempio della collaborazione e della positiva influenza che una comunità di privati può svolgere rispetto alla istituzione che supporta.

L'intervento degli Amici che valorizza l'esperienza culturale della Triennale e assume ruoli importanti di *governance* è per me indicativo del rapporto fra capacità di contribuire, "*di donare*", dei privati e il riconoscimento pubblico del loro ruolo, senza il quale il "*dono*" rischia di restare un gesto apprezzabile, di cui non si sfruttano appieno le potenzialità.

Indice

CAPITOLO 1

*Quanto donano
gli italiani?*

Donazioni individuali —di Sara De Carli p. 24

Donazioni da imprese —di Stefano Arduini p. 32

**La nuova fiscalità. Donare “costa” meno: le non profit
sapranno approfittarne?** —di Antonio Cuonzo p. 38

**Il caso. Ong sotto attacco. Ma i donatori
non sono scappati** —di Daniele Biella p. 40

CAPITOLO 2

*Gli strumenti:
cosa funziona
e cosa no*

Donazioni digitali p. 44

La chiave? È la landing page —di Marco Dotti

Il nuovo 5 per mille? p. 46

Il rischio è che parta solo a metà —di Lorenzo Maria Alvaro

Sms solidali p. 47

Il messaggino buono fa il prezioso —di Sara De Carli

Filantropia transnazionale p. 49

Quanti ostacoli per chi dona in un altro Paese —di Marco Dotti

Dopo di noi p. 50

Una calamita per le risorse private —di Marco Bollani

Matrimoni profit-non profit p. 52

Non più sponsor, ma partner: ora si viaggia in tandem —di Sara De Carli

Lasciti solidali p. 55

Una nicchia pronta a diventare grande —di Sara De Carli

CAPITOLO 3

Le parole del dono

DONO & TECNOLOGIA —di Stefano Zamagni p. 58

DONO & SOCIETÀ —dialogo con Giorgio Vittadini p. 60

DONO & GOVERNANCE —di Elena Tettamanti p. 62

DONO & DIRITTO —di Lorenza Violini p. 63

DONO & CRISI —di Mauro Magatti p. 64

DONO & IMPATTO —di Paolo Venturi p. 66

DONO & FAMIGLIA —di Gigi De Palo p. 68

*Il IV Italy Giving Report è stato realizzato grazie al sostegno di **myDonor®** e **AIFR – Associazione Italiana di Fundraising®***



VITA BOOKAZINE

Una **rivista** da leggere e un **libro** da conservare.

ABBONATI