

Master di I livello in Progettazione, comunicazione e management del turismo culturale

Nome e cognome Manuela Nalin

Titolo della tesi di Master: Strategie di comunicazione per il fundraising a sostegno della trasformazione culturale

Abstract

La presente tesi si propone di analizzare approfonditamente le strategie e gli strumenti comunicativi più utili per la costruzione e l'implementazione di piani di fundraising efficaci all'interno del settore culturale. Partendo dall'esame del contesto, emerge la necessità di adottare un approccio più maturo e strategico verso il fundraising al fine di rispondere alle recenti riduzioni dei fondi pubblici destinati al settore della cultura e alle conseguenze delle difficoltà riscontrate nel periodo pandemico. La necessità di differenziazione del funding mix delle organizzazioni culturali al fine di garantire una maggiore stabilità ha portato ad un approfondimento delle strategie adottabili, degli strumenti che possono essere utilizzati e dei principi alla base di un piano di fundraising, ripercorrendo passo dopo passo la sua definizione. L'analisi degli strumenti comuni nel fundraising ha portato infine ad un focus sul ruolo centrale della comunicazione nella creazione di un capitale relazionale proficuo e allineato alla mission dell'organizzazione.

Nell'ultimo capitolo è stata indagata una prospettiva più specifica: le motivazioni che potrebbero spingere le imprese a investire nel settore culturale. Superando la tradizionale diffidenza tra settore artistico e imprenditoriale, sono stati esplorati i benefici della Corporate Social Responsibility (CSR) e i potenziali ritorni per le imprese, tra cui miglioramento dell'immagine, attrazione di talenti, stimolo all'innovazione e creazione di valore sociale. La ricerca ha anche rivelato la quota ancora limitata degli investimenti delle imprese in CSR, sottolineando il ruolo chiave che le istituzioni possono svolgere nello stimolare questo sostegno.

Le informazioni teoriche trovano un riscontro pratico nel corso della tesi grazie alla loro applicazione alla creazione di una strategia di corporate fundraising per Hangar Piemonte, agenzia per le trasformazioni culturali presso la quale l'autrice ha svolto il tirocinio curriculare, presentata nel corso del primo capitolo.