



Berufsverband Darstellende Künste
Associazione dei professionisti delle arti sceniche
Association des professionnels des arts de la scène

Foglio informativo per il finanziamento di progetti culturali

Quale artista non l'ha già sperimentato? Avete messo insieme un progetto meraviglioso e siete pieni di entusiasmo e fiducia. Ma - il finanziamento è (ancora) nelle nuvole. Vi trovate di fronte al difficile compito di vendere qualcosa che non esiste ancora, e questo opuscolo ha per scopo di fornirvi una breve guida.

Il settore pubblico come promotore della cultura

La Confederazione delega la promozione della cultura ai Cantoni. In effetti la Confederazione s'impegna in modo diretto solo per quanto riguarda al cinema.

Di regola, **i Cantoni** hanno dei comitati specializzati per i diversi settori che promuovono. In linea di massima troverete informazioni su come presentare una domanda via Internet (cercare parole chiavi come: Kulturförderung AG). Tuttavia, non ha alcun senso scrivere ai 26 Cantoni. Solo i Cantoni coinvolti direttamente con la produzione possono essere interessati a sostenervi. Ad esempio quelli dove vivono i protagonisti del progetto (regista, ruoli principali, sede della compagnia) o, se necessario dove sono stati naturalizzati (oggi mansione attiva solo in via eccezionale). Inoltre, i Cantoni di solito non sono mai i principali finanziatori dei progetti artistici.

Gli enti più importanti nel sostegno degli artisti sono **i Comuni**. I Comuni (più grandi) hanno spesso un budget culturale e una "commissione culturale specializzata". Un artista, per quanto a malincuore, deve vendere se stesso e dovrà fare tanti sforzi, dovrà mettere tanta energia per farsi notare. Quando vi trasferite in un Comune, dovrete quindi presentarvi all'accoglienza dei nuovi residenti, essere presente alle riunioni del Comune (soprattutto dopo la riunione del Comune, perché allora potrete conoscere le persone giuste). Chissà se il proprietario del garage locale potrà offrire un'auto a condizioni preferenziali a un buon amico residente nel suo stesso Comune, o se il panificio potrà fare pubblicità distribuendo il flyer alla cassa ?

La promozione privata della cultura

Tra i più importanti, ci sono le **fondazioni delle società di gestione**. Questi possono essere facilmente reperiti sui loro siti web. Per quanto riguarda la scena della Svizzera Italiana consigliamo ai membri di Scena Svizzera, i seguenti enti :

Swissperform, Suisseimage, SSA (a seconda del progetto), Pro Litteris e la Fondazione svizzera degli interpreti SIS.

Tutte queste società sono reperibili sui loro siti web e hanno link e riferimenti con delle fondazioni affiliate che possono scaricare dalle imposte i loro sostegni ad associazioni a scopi culturali. La prima regola è verificare la compatibilità del proprio progetto con gli obiettivi della fondazione.

Inoltre, ci sono innumerevoli **fondazioni private**. Il sito www.kulturfoerderung.ch offre un'ottima visione complessiva. Anche qui, ci vorrà tempo per capire cosa si addice meglio al vostro progetto. Si dovrebbe guardare lo scopo della fondazione e considerare se il proprio progetto corrisponde allo scopo della fondazione. Non ha senso scrivere a una fondazione per il "sostegno delle madri nubili" per un progetto teatrale, a meno che il progetto non tratti precisamente di questo tema diventando così compatibile con lo scopo della fondazione.

Consigli sulle formalità

La **presentazione della richiesta** è molto importante. Deve essere **breve**, ma comunque spiegare sufficientemente bene di cosa si tratta.

- Dovrete **personalizzare** la vostra richiesta il più possibile e non dovrà mai risultare come un mailing di massa. La spedizione non mirata è di solito ignorata o respinta.
- La **lunghezza** ideale è di non più di una pagina. Si dovrebbe pensare a creare una storia. Perché tutti noi amiamo le storie, anche i fondatori e i giornalisti. Quindi, ancora una volta, si tratta di trovare un equilibrio, con il quale contrastare un po' la proverbiale modestia svizzera.
- Non bisogna mai adoperare un tono lamentoso, ma non temere una sana **fiducia in se stessi**, senza neppure esagerare. Nessuno sarà mai disposto ad investire in un progetto lagnoso. Ma sarà anche vero il contrario. Nessuno vi seguirà se la vostra richiesta sarà al di sopra delle vostre possibilità, o arrogante e autocompiaciuta.
- La maggior parte delle fondazioni hanno i loro siti web e i loro **moduli di richiesta**. Questi di solito devono essere trasmessi per **via elettronica**. È quindi importante preparare i documenti pertinenti anche in forma elettronica.
- Questo include una **descrizione del progetto e brevi CV** separati dei protagonisti. Anche qui: evitate di essere troppo lunghi, servirà invece una breve visione d'insieme della carriera e delle precedenti tappe e successi.
- Allo stesso modo, i resoconti dei **media** sui lavori precedenti sono sempre benvenuti, perché tutti preferiscono investire in qualcosa che altri prima di loro hanno già valutato positivamente.
- Sono importanti anche i luoghi dove il vostro spettacolo è stato prenotato o dove è pianificato e dovrete comunicare sulla vostra strategia e le vostre attività riguardo alla pubblicità.
- **I responsabili delle fondazioni** di solito hanno una buona conoscenza della scena da sostenere e amano scoprire cose nuove e promettenti, perciò dovrete sempre cercare di dare un tocco personale alla vostra richiesta.

- Il coinvolgimento di "mediatori culturali" professionisti è molto impopolare, perché spesso lavorano su commissione e quindi fanno alzare i costi del progetto.
- Il **bilancio** rimane un elemento centrale:
 - Deve essere **realistico**, dettagliato e in nessun modo eccessivo, ma neppure fonte di frustrazioni.
 - Bisogna anche essere consapevoli che le fondazioni che attribuiscono contributi per i progetti più piccoli sono spesso scoraggiate da un budget di produzione troppo elevato.
 - Anche le altre organizzazioni contattate dovrebbero essere elencate nel bilancio e si dovrebbe inserire **l'importo richiesto** prima e **quello** già **confermato dopo**.
 - È necessario adattare i documenti al progresso della ricerca di finanziamenti, e nello specifico anche adattare il bilancio allo stato attuale della vostra ricerca.
 - Non dimenticarsi di includere sempre un importo di circa 10% per gli **imprevisti** come voce finale nel bilancio.

Esiste già un'eccellente **guida** breve per l'elaborazione di una richiesta presso le **Fondazioni svizzere**:

http://www.swissfoundations.ch/sites/default/files/Das_perfekte_Gesuch_1.pdf.

Questa presentazione è molto ampia e può essere un buon complemento a questo foglio informativo. Deve inoltre assolutamente essere consultata quando preparate una richiesta.

Sponsorizzazione e crowdfunding

Un altro punto è la **sponsorizzazione**. Diversamente dalla promozione culturale privata o pubblica, questa è una forma di sostegno da cui lo sponsor si aspetta un valore aggiunto o un servizio in cambio della sua partecipazione economica. Negli ultimi anni, tuttavia, la sponsorizzazione si è trasformata in sponsorizzazione sportiva e viene utilizzata quasi esclusivamente per **eventi di massa**.

Il **crowdfunding**, invece, è una nuova fonte di finanziamento. Qui, il focus è direttamente posto sul consumatore finale e sulle persone vicine al progetto. Un'azione è caratterizzata da un **importo minimo** che viene specificato dal sostenitore sulla piattaforma che utilizzerà, e che deve essere finanziato da un gruppo di cosostenitori. In relazione al capitale minimo richiesto, ogni membro della **comunità di crowdfunding** contribuisce quindi solo con una piccola quota finanziaria. La campagna è praticamente sempre controllata via Internet, che è anche il luogo dove avviene la comunicazione con gli utenti/donatori. Se l'obiettivo prefissato non viene raggiunto, il denaro non verrà affidato al progetto e i sostenitori riceveranno il loro contributo indietro. Nella maggior parte dei casi, viene definito un **valore aggiunto** individuale per la somma promessa, come meet & greet, una visita alla prova generale, posti speciali, inviti a un aperitivo la sera della prima, ecc. Prima di lanciare un progetto di crowdfunding, dovrete assolutamente guardarvi intorno sulle piattaforme e lasciarvi ispirare dall'esperienza degli altri. Ci

sono piattaforme di servizi praticamente per tutto, dalla creazione di un'azienda, ai progetti sportivi e umanitari.

Probabilmente la più grande **piattaforma di crowdfunding della Svizzera**, aperta anche a scopi culturali, è www.wemakeit.com

Cn/ settembre 2018