



CANTIERE SOSTENIBILITÀ ECONOMICA  
LA SOSTENIBILITÀ ECONOMICA DELLE ORGANIZZAZIONI CULTURALI: DAI NUOVI APPROCCI  
AL PARTENARIATO ALLA DIMENSIONE INNOVATIVA DEL FUNDRAISING

# IN VERTICE

“PROGRAMMA GRANDI DONATORI DELL’ACCADEMIA CHIGIANA”

**Nicola Sani**, Direttore Artistico Accademia Musicale Chigiana, Siena

Lucca, 28 settembre 2023

# PRINCIPALI INDICATORI 2022



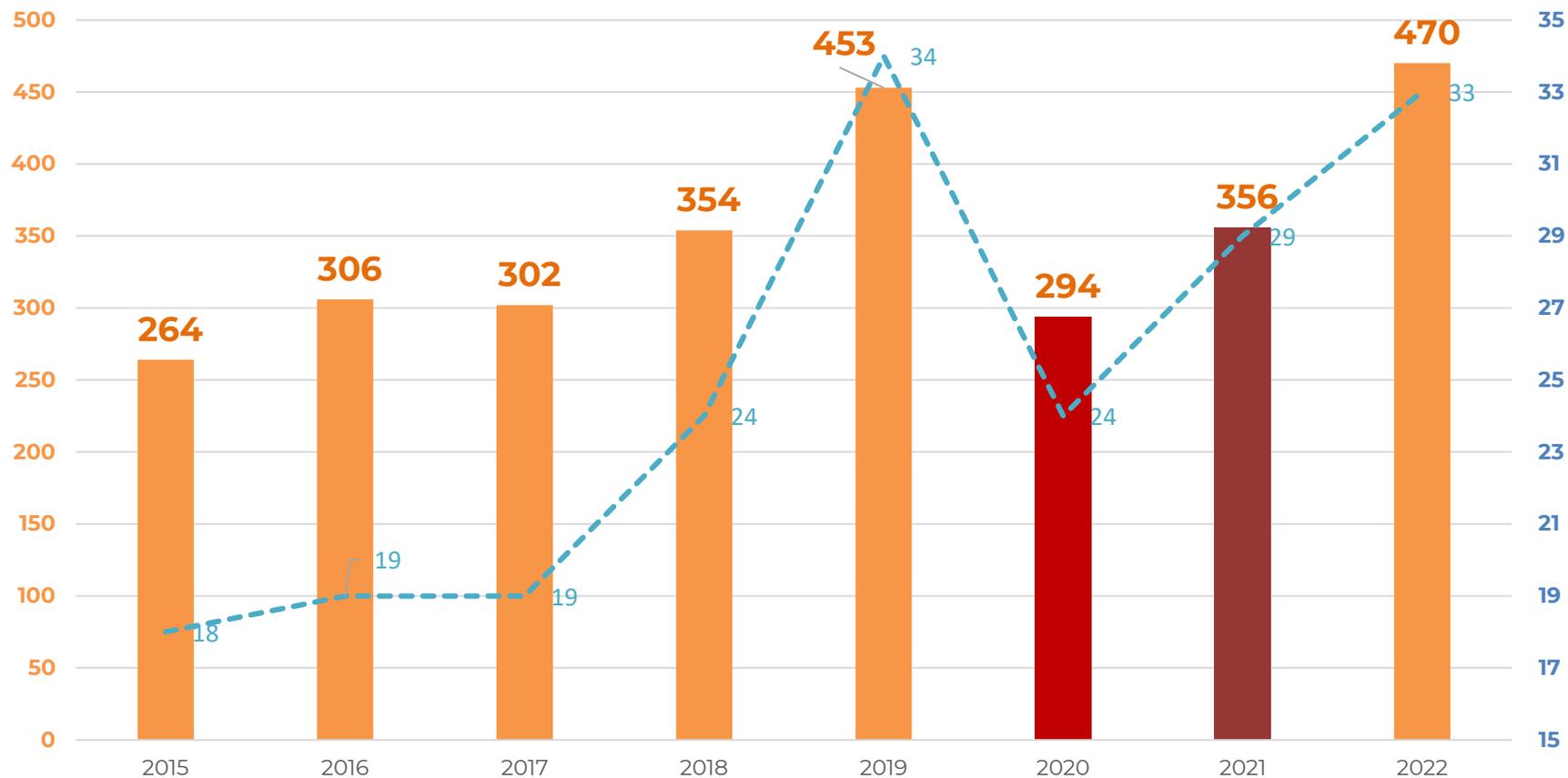
# PRINCIPALI INDICATORI 2022

Categoria	Voce	2022 (numerosità)	Var. % 22/21
<i>Didattica</i>	<b>Numero di Corsi estivi (<i>Summer Academy</i>)</b>	<b>30</b>	<b>+11%</b>
	<b>Allievi effettivi della didattica (<i>Summer Academy, Workshop</i>)</b>	<b>470</b>	<b>+32%</b>
<b>Concerti dal vivo (tra cui <i>Festival</i> estivo, appuntamenti <i>Live, Micat in Vertice, Talenti nel Mondo</i>)</b>	<b>Spettatori “in presenza” dei Concerti (estivi e invernali)</b>	<b>21.608</b>	<b>+143%</b>
	<i>di cui parziale Concerti estivi (Festival)</i>	88	+49%
	<i>Spettatori concerti estivi</i>	13.286	+104%
	<i>Concerti invernali (Micat in Vertice)</i>	10	+43%
	<i>Spettatori concerti invernali</i>	4.455	+45%
<b>Coro</b>	<b>Idonei Coro della Cattedrale Guido Chigi Saracini</b>	<b>209</b>	<b>+61%</b>
<b>Palazzo e Biblioteca</b>	<b>Utenti della Biblioteca</b>	<b>202</b>	<b>+231%</b>
	<b>Visitatori a Palazzo (con visite guidate)</b>	<b>932</b>	<b>+832%</b>
<i>ChigianArtCafè</i>	<b>Utenti dell’area multiservizi/percorso multimediale</b>	<b>14.500</b>	<b>+74%</b>
<b>Utenti Complessivi in presenza</b>		<b>37.948</b>	<b>+116%</b>



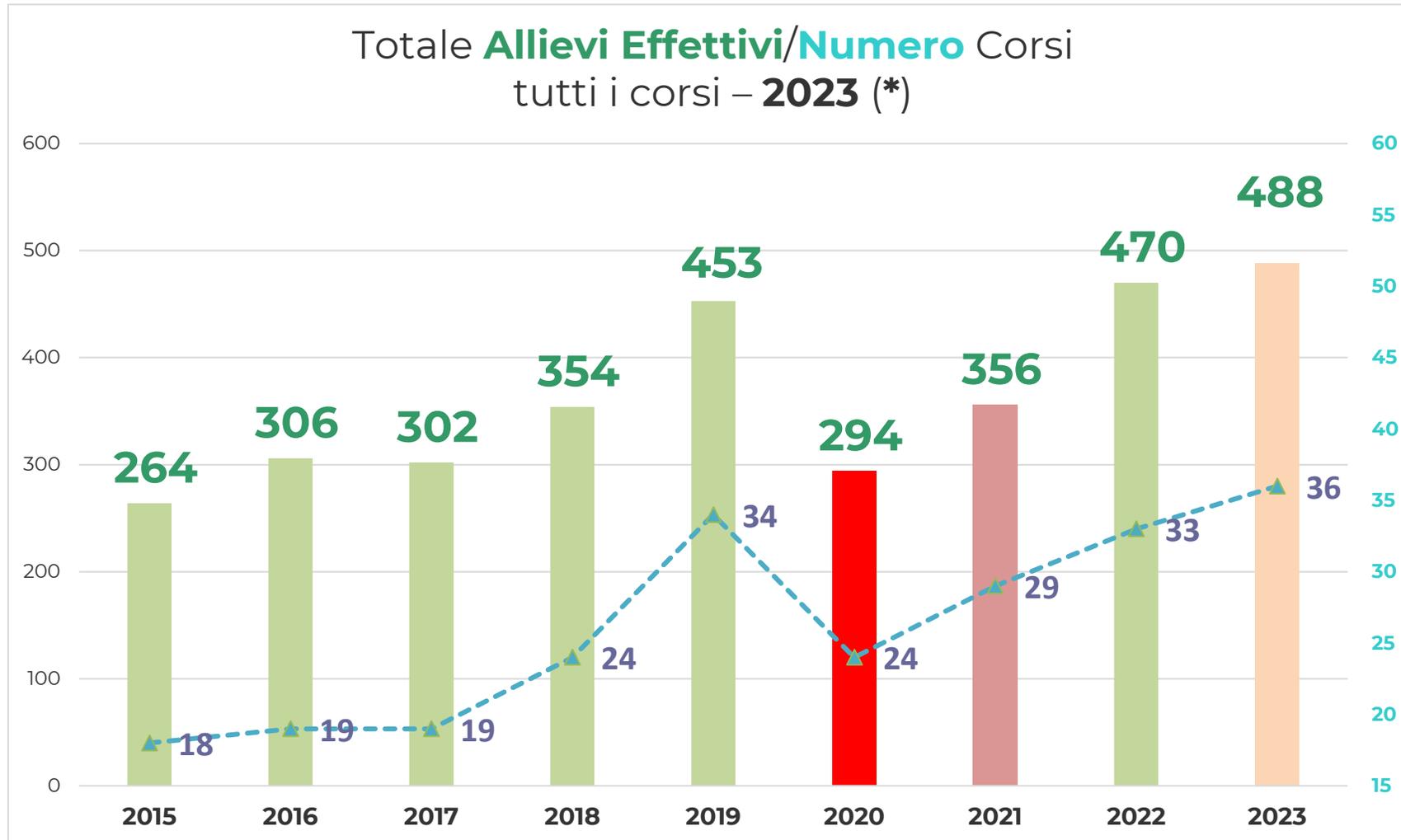
# ALLIEVI ACCADEMIA ANNI 2015-2022

Totale **Allievi Effettivi**/Numero Corsi  
(tutti i corsi)



# ALLIEVI ACCADEMIA

## ANNI 2015-2023E (\*)



(\*) dati **2023 stimati**

# ALLIEVI DELLA SUMMER ACADEMY

## NAZIONALITÀ (73 DIVERSI PAESI DAL 2016 AL 2023)

<b>Europa</b>	
1	Albania
2	Austria
3	Belgio
4	Bielorussia
5	Bulgaria
6	Cipro
7	Croazia
8	Danimarca
9	Eire
10	Estonia
11	Federazione Russa
12	Finlandia
13	Francia
14	Germania
15	Grecia
16	Islanda
17	Italia
18	Kazakhstan
19	Lettonia
20	Lituania
21	Lussemburgo
22	Macedonia
23	Malta
24	Moldavia
25	Norvegia
26	Paesi Bassi
27	Polonia
28	Portogallo
29	Regno Unito
30	Repubblica Ceca
31	Romania
32	San Marino
33	Slovenia
34	Spagna
35	Svezia
36	Svizzera
37	Turchia
38	Ucraina
39	Ungheria

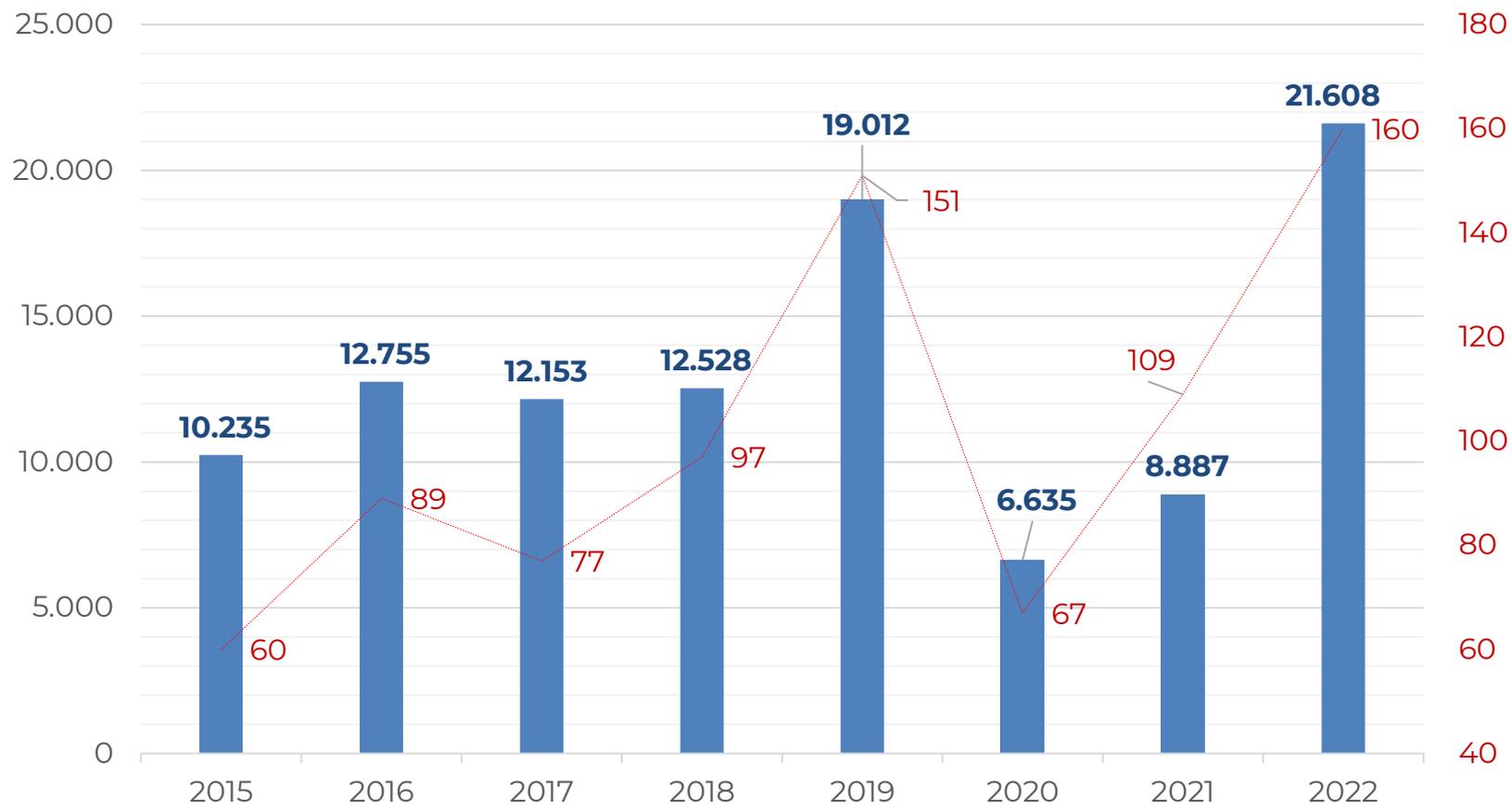
<b>Africa</b>		<b>Asia</b>	
40	Sud Africa	59	Armenia
41	Tunisia	60	Cina
<b>America</b>		61	Corea del Sud
42	Argentina	62	Georgia
43	Bolivia	63	Giappone
44	Brasile	64	Hong Kong
45	Canada	65	Indonesia
46	Cile	66	Iran
47	Colombia	67	Israele
48	Costa Rica	68	Malesia
49	Cuba	69	Singapore
50	Ecuador	70	Tailandia
51	Guatemala	71	Taiwan
52	Messico	<b>Oceania</b>	
53	Panama	72	Australia
54	Paraguay	73	Nuova Zelanda
55	Peru		
56	Stati Uniti d'America		
57	Uruguay		
58	Venezuela		



# CONCERTI

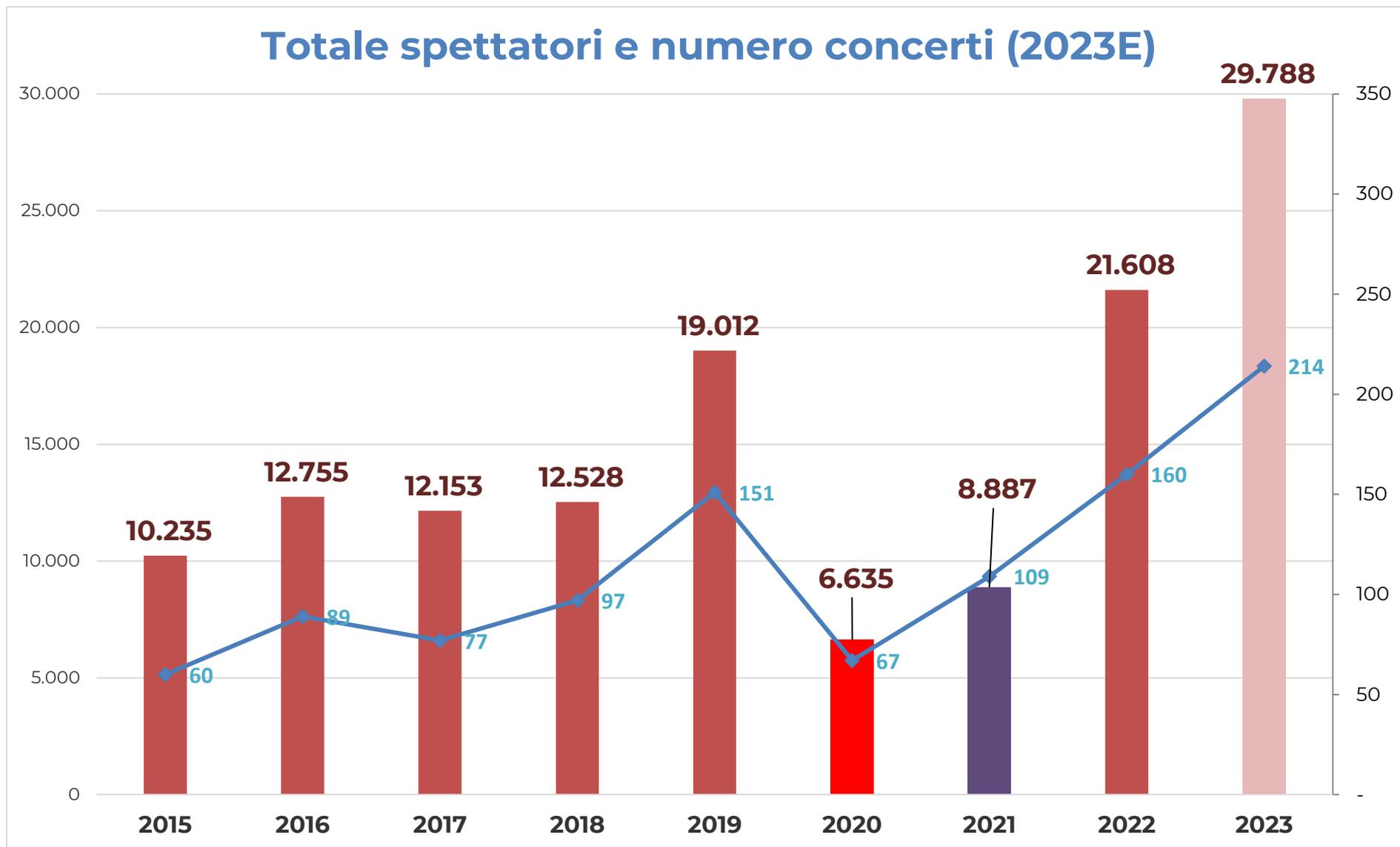
## ANNI 2015-2022

Totale **Spettatori**/Numero concerti  
(intero anno, con eventi di audience development)



# CONCERTI

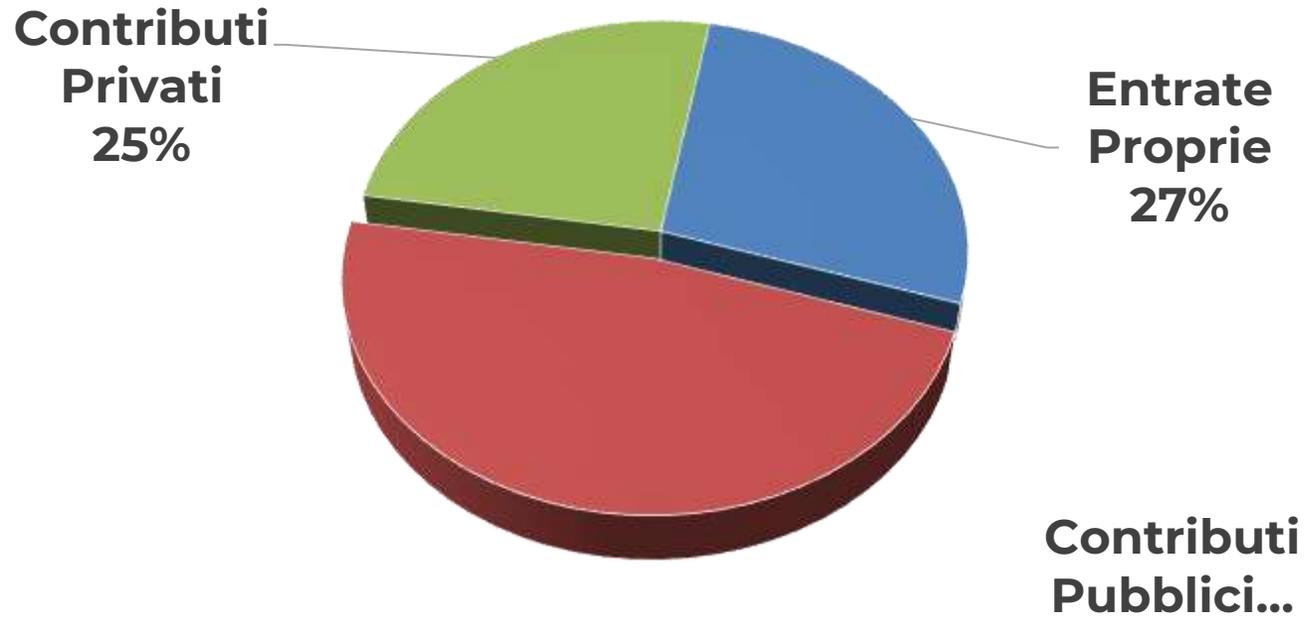
## ANNI 2015-2022





**ATTIVITÀ DI FUNDRAISING**

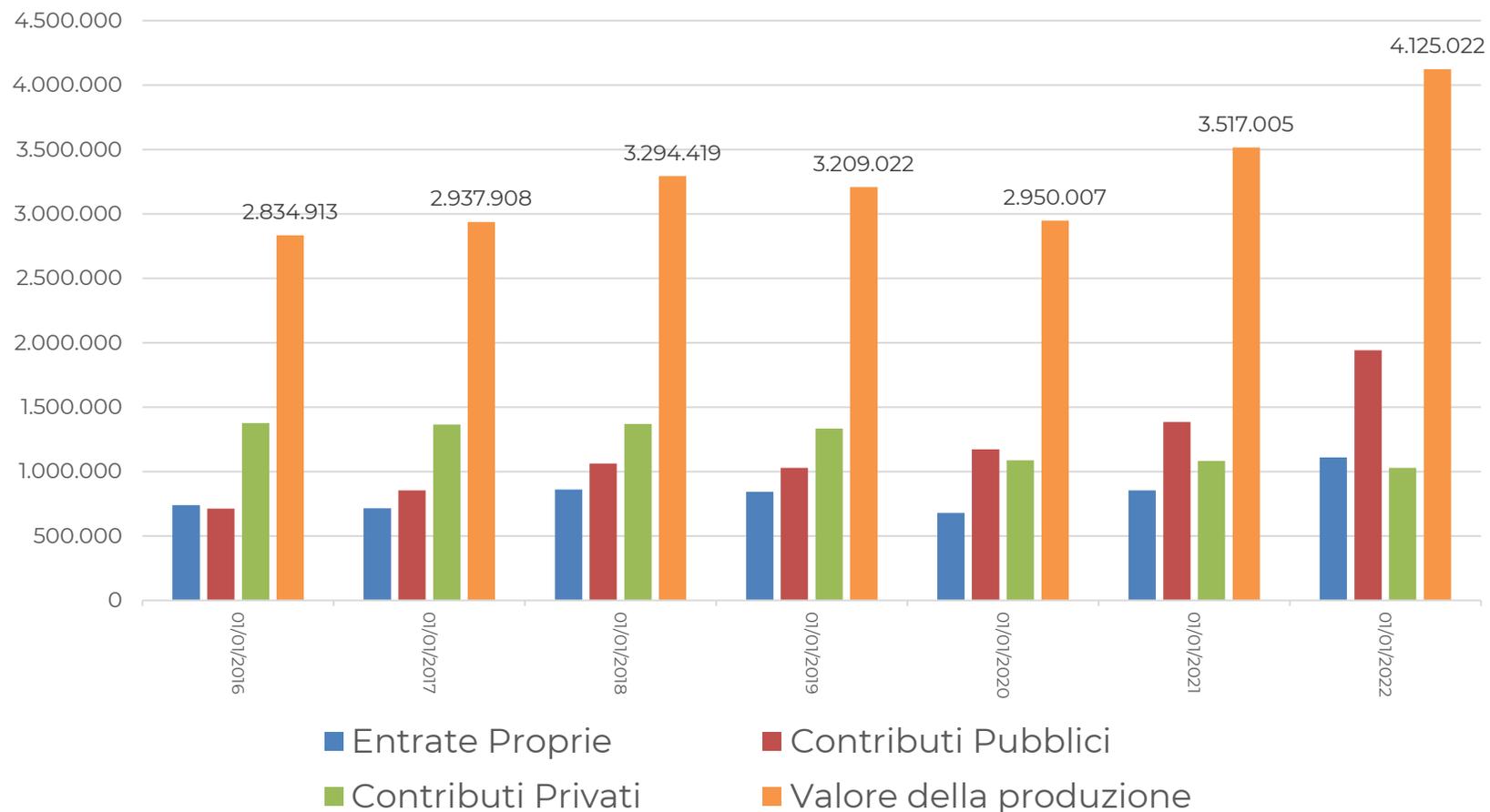
# RIPARTO VALORE DELLA PRODUZIONE ANNO 2022



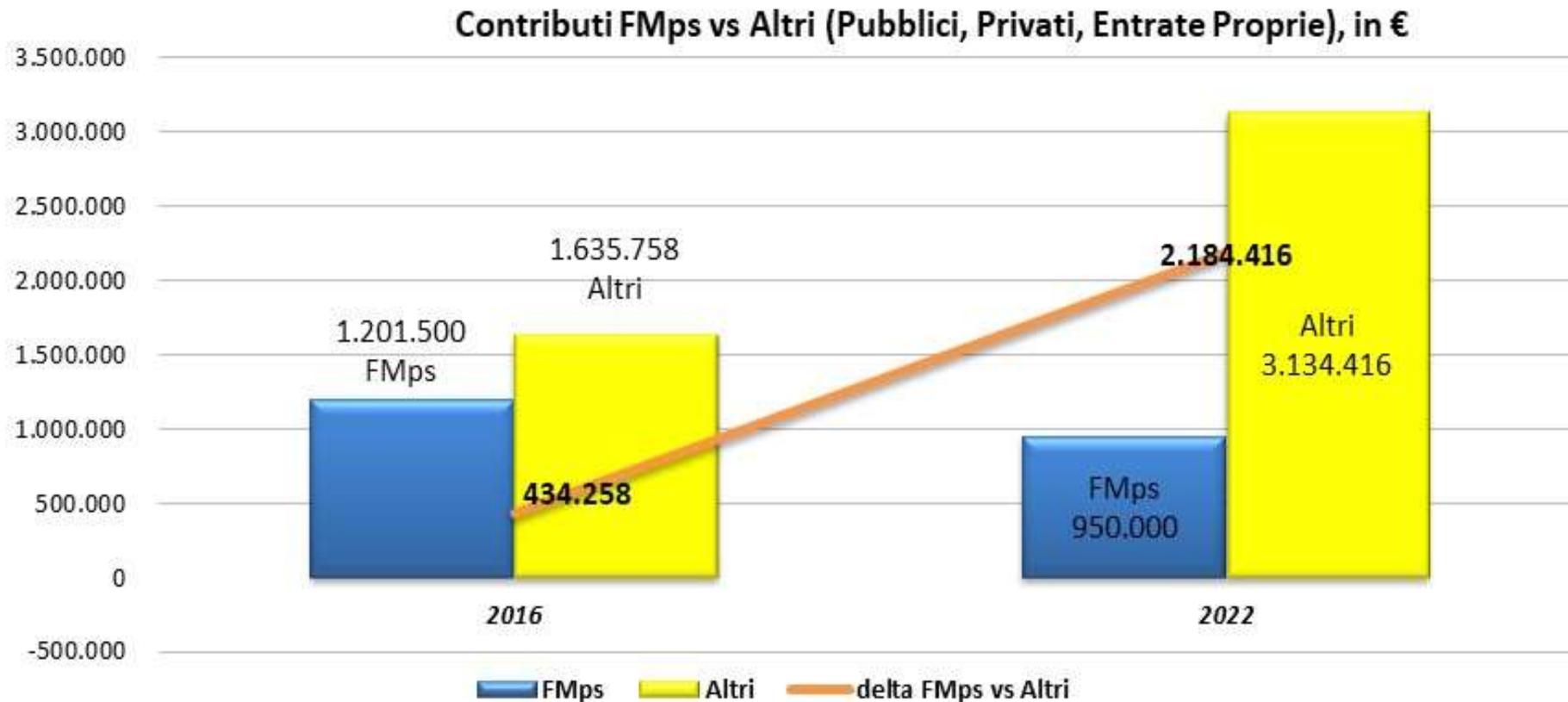
	31/12/2021	31/12/2022	Var.
Entrate Proprie	854.046	1.110.514	30%
Contributi Pubblici	1.385.927	1.943.081	40%
Contributi Privati	1.083.316	1.030.820	-5%
Arrotondamenti e sopravvenienze	193.716	40.606	-79%
<b>Valore della produzione</b>	<b>3.517.005</b>	<b>4.125.022</b>	<b>17%</b>

# RIPARTO VALORE DELLA PRODUZIONE

## ANDAMENTO STORICO 2016-2022 Contributi ed entrate proprie



# CONTRIBUTI FMPS VS ALTRE ENTRATE



Bilancio Consuntivo 2022

## ATTIVITÀ IMPLEMENTATE NUOVO PROGRAMMA DI *FUNDRAISING* «*IN VERTICE*»

Programma per il coinvolgimento di **sostenitori privati** denominato «*In Vertice*» realizzato con il supporto di Raise Partners ([www.raise.partners](http://www.raise.partners)), società italo-inglese specializzata nella raccolta filantropica da settore privato

Uno strumento ampiamente usato dalle organizzazioni *no-profit* e culturali di **matrice anglosassone** per:

- ❖ “Ringraziare” i donatori in modo coordinato ed efficiente
- ❖ Comunicare con i donatori in modo semi-personalizzato e continuativo
- ❖ Promuovere affiliazione e senso di appartenenza
- ❖ Incoraggiare il rinnovo annuale della membership
- ❖ Creare un contesto ideale per l’«*upgrade*» delle donazioni



# ATTIVITÀ IMPLEMENTATE RIVISITAZIONE DEL SITO WEB CON NUOVI STRUMENTI

Sono previsti tre diversi livelli di «*membership*», al variare del livello del contributo, con possibilità di accedere a benefit differenziati:



**Con una donazione di € 250 +**



Ricevi la nostra **RED CARD** e accedi ai vantaggi esclusivi del **Composer Circle**

La carta è nominativa e rinnovabile annualmente



**Con donazioni da € 1000 +**



Ricevi la nostra **SILVER CARD** e accedi ai vantaggi esclusivi del **Conductor Circle**

La carta è nominativa e rinnovabile annualmente



**Con donazioni da € 5000 +**



Ricevi la nostra **GOLD CARD** e accedi ai vantaggi esclusivi del **Circle Guido Chigi Saracini PLUS**

La carta è nominativa e rinnovabile annualmente

\* I vantaggi PLUS sono offerti per donazioni superiori a €10.000

[Inviaci il link](#)

# ATTIVITÀ IMPLEMENTATE RIVISITAZIONE DEL SITO WEB CON NUOVI STRUMENTI

Rivisitata completamente la sezione del sito  
«Sostieni»

- Implementazione di Strumenti per consentire donazioni semplici e immediate  
**DONORBOX – STRIPE – BONIFICI**
- Gestione delle **Agevolazioni fiscali (ART BONUS)**  
**(PIATTAFORME NAZIONALE E REGIONALE)**



# ATTIVITÀ IMPLEMENTATE

## PROCEDURA FUND RAISING

**Definita la procedura per la Ricerca e la Gestione della relazione (coltivazione) con il donatore:**

- Ricerca **nuovo donatore** (strategie diverse per tipologia di soggetto)
- Ricezione della prima DONAZIONE
- invio lettera di benvenuto, con **Welcome Pack** (Card e relativi benefit)
- successivo invio di **newsletter periodiche**
- **coinvolgimento continuo del donatore**
  - invito ad eventi speciali
  - concerto dedicato
  - visite dedicate
  - invito per il Centenario
    - telefonate periodiche
    - auguri per ricorrenze speciali



# GRAZIE!

