

GLI INTERLOCUTORI DELLA SEZIONE ASTROFILI. 6

LE AZIENDE

La propensione a finanziare attività culturali sul territorio è direttamente proporzionale all'attivo dell'azienda o della banca: in una fase di recessione, quindi, la propensione è mediamente nulla! Ma mettiamo da parte la situazione contingente e vediamo quali possono essere le esigenze di questa categoria di interlocutori.

Nell'ambito della provincia esiste forse una sola azienda, l'Ansaldo, che è stata direttamente coinvolta in attività di interesse astronomico; nonostante questo, persino i contatti intrapresi dall'autorevole Società Astronomica Italiana (di cui parleremo in un prossimo articolo) non hanno avuto sinora esito.

Diverse aziende sono invece interessate all'aerospaziale, sia civile che militare, all'elettronica avanzata, all'automazione. Non è detto, però, che esse abbiano i bilanci più floridi; occorre quindi rapportarsi anche con le aziende che non hanno alcun interesse merceologico nei confronti dell'astronomia.

La grande azienda ha un ufficio (nominato, ad esempio, "Relazioni esterne") che si occupa dei rapporti con il territorio; dotato di un proprio budget, tende ad usarlo con criteri abbastanza simili a quelli dell'Ente pubblico: i fruitori dell'iniziativa sono numerosi? con la stessa cifra si possono finanziare attività più interessanti?

In ultima analisi: il ritorno di immagine è adeguato all'investimento?

Le banche o le fondazioni ad esse collegate sono dotate di budget molto più consistenti, ma la competizione è maggiore e la propria richiesta può dormire per anni se non è presentata in modo adeguato.

In tutti i casi, il finanziamento è raramente rinnovato l'anno successivo.

Cosa chiedere allo sponsor? Sono opportune richieste mirate: l'acquisizione di attrezzature, elementi di arredo, sistemi audiovisivi; il sostegno a campagne pubblicitarie, convegni, ecc.

Cosa dare in cambio? È in genere inutile proporre la pubblicazione di una pagina o di un inserto pubblicitari sulla propria rivista: la tiratura è troppo bassa. Il miglior ritorno è forse il risalto dato all'azienda in manifestazioni con larga presenza di pubblico.

Riccardo Balestrieri