

A

10 anni di CULTURA + IMPRESA

CULTURA+impresa



Un viaggio tra Cultura e Comunicazione d'Impresa



BIMESTRALE - COPIA EURO 0,001

Impres

Cultura

PostaPremiumPress

Aut. n°centro/00826/06.2015
Valida dal 18.06.2015

Posteitaliane

ARTRIBUNE FOCUS



Lo Speciale 10 anni di CULTURA + IMPRESA è stato realizzato grazie al contributo di



e-distribuzione



MARAZZI

Teatro Franco Parenti
Dal 1972. Fondato e diretto da André Ruth Shammah

Partner

fondazione
italiana
accenture

Artribune

anno XIII | 74
settembre – ottobre 2023
Supplemento n. 5

SUPPLEMENTO A CURA DI
Livia Montagnoli

DIRETTORE
Massimiliano Tonelli

PUBBLICITÀ & MARKETING
Cristiana Margiacchi
393 6586637
Rosa Pittau
339 2882259
adv@artribune.com

EXTRASETTORE
downloadPubblicità s.r.l.
via Boscovich 17 – Milano
via Sardegna 69 – Roma
02 71091866 | 06 42011918
info@downloadadv.it

REDAZIONE | EDITORE
via Ottavio Gasparri 13/17
Roma
redazione@artribune.com

PROGETTO GRAFICO
Alessandro Naldi

STAMPA
CSQ – Centro Stampa
Quotidiani
via dell'Industria 52 -
Erbusco (BS)

PROGETTO EDITORIALE
in collaborazione con
The Round Table progetti
di comunicazione

HANNO COLLABORATO:
Debora Albertario
Antonia Corvasce
Giulia Sinisi

COPERTINA
Fotografia di Lidia
Montanari (2023)

Registrazione presso il
Tribunale di Roma
n. 184/2011 del 17/6/ 2011
Chiuso in redazione
il 10/5/2023



10 anni di CULTURA + IMPRESA

Ricordo ancora l'incontro a Milano – eravamo al 'Marchesino', accanto al Teatro alla Scala – con Roberto Grossi e Claudio Bocci, allora rispettivamente Presidente e Direttore di Federculture. Con Claudio ci ragionavo da qualche tempo, Roberto disse "perché no?", e il 25 luglio 2013 fondavamo il Comitato non profit CULTURA + IMPRESA, supportati da Riccardo Rossotto – professionista votato anche al Terzo Settore – che ci regalò architettura e statuto. Obiettivo: avvicinare questi due mondi – il 'Sistema Cultura' e il 'Sistema Impresa' – per intensificare e rendere più efficace il loro dialogo, perché portasse all'azione, ovvero a ben lavorare insieme consapevoli dei benefici per entrambi. Allora la Cultura 'cercava Sponsor' con un certo sussiego, e le Imprese consideravano la Cultura perlopiù una opportunità di visibilità – più che di reputazione e relazione – su cui investire spesso tatticamente, incerte sul reale beneficio che ne sarebbe derivato. Ma conoscevo le pratiche e la visione delle Imprese 'illuminate', il valore e l'apertura al nuovo di certi Sovrintendenti di Teatro e Direttori di Musei (io stesso ero stato un giovane Responsabile Mass - Media e Marketing del Teatro alla Scala, per poi diventare un professionista della Comunicazione d'Impresa) ed ero convinto della potenza che poteva derivare da questa alleanza, se ben strutturata, a vantaggio reciproco e collettivo. Perché – come conclude il nostro breve video di presentazione – "la Cultura è il driver dello sviluppo sociale ed economico del nostro Paese".

Serena Viola, amica artista e designer, sintetizzò il concetto stilizzando la fusione tra un castello e un grattacielo e scegliendo l'arancione come colore guida, allora *unconventional*. Avviammo questa avventura, creando come primo passo il Premio CULTURA + IMPRESA, cui si sarebbero affiancati nel tempo programmi e progetti di informazione, formazione, ricerca, networking, fino ad arrivare alla misurazione dell'impatto delle Sponsorizzazioni e Partnership culturali. Le risorse sono sempre state limitate – sostanzialmente investimenti di The Round Table, talvolta con il sostegno di Fondazioni ed Enti istituzionali – e abbiamo lavorato grazie alla passione e alla disponibilità di numerose persone e realtà, molte delle quali avremo modo di citare e ringraziare in questo Magazine dei 10 anni di CULTURA + IMPRESA, a partire dai Partner che lo hanno reso possibile. La sinergia con Federculture continua da diversi anni con Andrea Cancellato e Umberto Croppi, ora Presidente e Direttore Generale di Federculture. Il filo arancione conduttore di questo percorso è tuttora stimolare e favorire scelte strategiche e valorizzare 'le buone pratiche' di integrazione CULTURA + IMPRESA che nel frattempo si sono moltiplicate e che ora rappresentano una solida certezza.

FRANCESCO MONETA
Presidente del Comitato
CULTURA + IMPRESA

Le attività del Comitato CULTURA + IMPRESA, in breve

Il Comitato non profit CULTURA + IMPRESA è stato fondato nel 2013 da The Round Table e Federculture per promuovere i rapporti tra 'Sistema Cultura' e 'Comunicazione d'Impresa' quando si adottano modalità di collaborazione come le **Sponsorizzazioni e Partnership culturali**, le **Produzioni culturali d'Impresa**, l'**Art Bonus** e il **Crowdfunding**. Diversi gli ambiti di intervento. L'**Informazione**, produce news e servizi ospitati da AGCult, Artribune, Il Giornale dell'Arte e Prima Comunicazione. La **Formazione** ha generato percorsi formativi progettati tra gli altri per la Camera di Commercio di Milano (*The Bridge*), Unioncamere Lombardia (*+Culturaxl'Impresa*), Confindustria Cuneo (*Io investo con l'Art Bonus*), oltre che le lezioni tenute alla 24ORE Business School, all'Università IULM e alla LUMSA. Tra **Formazione, Informazione ed Esperienza** è *Art Visitors*, che fa vivere personalmente l'esperienza dell'Arte Contemporanea e della Cultura d'Impresa a Imprenditori e Top Manager d'Impresa. **Ricerche**

sono state attivate in collaborazione con UPA, Civita, Astarea, monitorando l'evoluzione degli investimenti delle Imprese nella Cultura. La **creazione di Relazioni e il Benchmarking** sono i presupposti per favorire realmente il dialogo tra Istituzioni e Operatori culturali pubblici e privati, Aziende, Fondazioni erogative, Agenzie di comunicazione. Il *Premio CULTURA + IMPRESA*, giunto alla X Edizione, in questo contesto è il progetto più impegnativo. Non può mancare la **Misurazione d'Impatto**: insieme all'**Università IULM** e con il contributo iniziale della *Fondazione Cariplo*, abbiamo creato il **VAAS - Value Analysis in Arts Sponsorship**, il primo Modello di Valutazione dei risultati delle Sponsorizzazioni e Partnership culturali. Ora grazie a un pool di 8 Partner stiamo concludendo la fase empirica (vedi servizio a pagina 28).

Il futuro? Continuare in questo percorso diffondendo le attività a livello territoriale e coinvolgendo nuovi compagni di strada, attori protagonisti dei settori della Cultura e dell'Impresa.

FEDERCULTURE E LO SVILUPPO DELLE IMPRESE CULTURALI



Federculture nasce a seguito della "rivoluzione" introdotta nella gestione della cultura nei primi anni '90 dalla legge Ronchey, che traghettò il settore culturale da un alveo totalmente pubblico a un sistema che dava spazio di partecipazione e intervento a soggetti misti pubblico-privati o totalmente privati.

Un cambiamento radicale che ha immesso nel settore nuove risorse, competenze e fatto nascere modelli organizzativi, forme di collaborazione, partnership che hanno mutato il rapporto tra cultura e impresa, avvicinando mondi spesso pregiudizialmente distanti.

Federculture ha accompagnato e stimolato questo processo, promuovendo i modelli di gestione e valorizzazione della risorsa cultura più innovativi, efficienti, sostenibili, inclusivi e sostenendo il ruolo dell'impresa nella gestione dei beni e delle attività culturali come fattore di progresso del settore. Abbiamo sollecitato, proposto - e in alcuni casi conseguito - anche un'evoluzione normativa che incentivasse

il più possibile gli spazi di collaborazione tra pubblico e privato e lo sviluppo delle "imprese culturali".

Negli anni l'intervento dei privati nella cultura è diventato più frequente e consistente, grazie anche a riforme e strumenti messi in campo come l'Art Bonus, ma il rapporto tra impresa e cultura può e deve compiere un ulteriore salto di qualità, condividendo progettualità e obiettivi di sviluppo nell'interesse pubblico.

In quest'ottica è stato dunque "naturale" per Federculture promuovere con The Round Table il Premio CULTURA + IMPRESA che nel tempo si è rivelato un osservatorio e uno strumento efficace di emersione e valorizzazione delle buone pratiche di collaborazione, a più livelli e in molteplici forme, tra il mondo della Cultura e quello dell'Impresa.

Lungi dall'essere semplicemente una vetrina, il Premio, a distanza di dieci anni dalla sua prima edizione, conferma la vitalità del settore, ma anche l'utilità di un accompagnamento agli operatori pubblici e privati, per accrescerne la consapevolezza del valore, anche, economico e "produttivo" della cultura e del ruolo strategico che una sempre più ampia collaborazione tra mondo culturale e imprenditoriale può svolgere per la crescita del Paese.

ANDREA CANCELLATO
Presidente Federculture





FORMAZIONE, RICERCHE, INFORMAZIONE: come si incontrano Cultura e Impresa

Sono diversi i canali operativi che concretizzano la volontà di far incontrare Cultura e Impresa. A partire dallo strumento formativo, passando per l'attività di ricerca che aiuta a monitorare lo scenario, fino a contemplare una produzione editoriale che diffonde buone pratiche e informazioni utili, ecco come si muove il Comitato CULTURA + IMPRESA.

I WORKSHOP E I PERCORSI FORMATIVI

La Formazione sia degli Operatori Culturali che delle Imprese, con percorsi dedicati o in occasioni comuni, è un'attività fondamentale per consentire che nella pratica il loro dialogo e la loro

Art Visitors@Torino
con Confindustria
Cuneo ad Artissima
2022

collaborazione risultino fattivi e producano progetti comuni efficaci e di qualità. La Formazione è organizzata prevalentemente coinvolgendo dirigenti e addetti di Istituzioni e Organizzazioni culturali o di Imprese, ma è anche dedicata agli studenti di Corsi accademici di base o executive sia nella Gestione dei Beni culturali che del Marketing e della Comunicazione.

+CULTURAxL'IMPRESA

+CULTURAxL'IMPRESA è la proposta formativa dedicata ai Professionisti della Cultura e dell'Impresa, avviata nel 2019 – in epoca pre-pandemica 'in presenza', poi online – per conto di Unioncamere Lombardia e in collaborazione con ALES, con Workshop formativi itineranti in 6 province lombarde organizzati con le Camere di Commercio locali, dove lo sviluppo della collaborazione pubblico-privato nel segno della Cultura è funzionale anche all'attività di marketing territoriale e turistico.

In collaborazione con **ALES - Arte Lavoro Servizi**, la società in house del MIC - Ministero della Cultura, il Comitato CULTURA + IMPRESA ha creato per queste occasioni due strumenti per accompagnare l'attività formativa sia per gli Operatori culturali che per le Imprese: una *Guida Breve* e una *Video Guida alle Sponsorizzazioni e Partnership Culturali e all'Applicazione dell'Art Bonus d'Impresa*.

Questi strumenti forniscono informazioni chiare e pratiche per facilitare le Imprese e gli Opera-

tori culturali nel cogliere appieno le opportunità di collaborazione tra il settore pubblico e privato e utilizzare efficacemente le Sponsorizzazioni e Partnership culturali e l'Art Bonus d'Impresa. Sono sintetizzati i benefici e le opportunità di comunicazione, reputazione e fiscali per le Imprese, e i benefici in termini di risorse economiche, di servizio e professionali per gli Operatori culturali pubblici e privati.

Conoscere il "sentiment" e lo stato dell'arte degli investimenti in Arte e Cultura da parte delle Imprese fornisce preziose informazioni per orientare il dialogo

Un altro 'manuale' era stato precedentemente realizzato espressamente per la Pubblica Amministrazione centrale e locale: la *'Guida operativa alle Sponsorizzazioni nelle Amministrazioni pubbliche'* che Francesco Moneta aveva contribuito a realizzare nell'ambito di 'Cantieri', i Manuali e strumenti di Innovazione della **Presidenza del Consiglio dei Ministri**, pubblicazione accompagnata da attività formative in loco, iniziativa che oggi potrebbe essere aggiornata e diffusa a livello nazionale. I percorsi formativi +CULTURAxL'IMPRESA oggi continuano, anche in collaborazione con alcune Confindustrie territoriali, come quelle di Cuneo e di Varese.

ART BONUS

Nell'ambito della Formazione, particolare attenzione è riservata all'**Art Bonus d'Impresa**, che consente alle Imprese di sostenere la Cultura ottenendo significativi benefici fiscali.

La prima iniziativa è stata organizzare a Milano, al Teatro Franco Parenti, il Convegno *'Chiamata alle Arti: Art Bonus e non solo! - Istruzioni per l'uso'*, per conto di **ALES** e **FederCulture**. Era il maggio del 2016, l'Art Bonus era stato appena introdotto, e il Comitato CULTURA + IMPRESA e The Round Table organizzarono la tappa milanese e lombarda della presentazione pubblica di questo strumento che nel tempo sarebbe diventato un formidabile strumento di raccolta delle risorse economiche dei mecenati in forma di Impresa (vedi servizio a pagina 25).

In stretta collaborazione con ALES – l'Ente che ha sviluppato l'Art Bonus – organizziamo occasioni di formazione e informazione allo scopo di promuovere l'uso di questa opportunità a livello nazionale, con particolare attenzione agli Imprenditori e ai Commercialisti. Nel 2023, all'interno del progetto *'Io investo in Cultura'* di **Confindustria Cuneo** il Comitato CULTURA + IMPRESA ha organizzato un workshop dedicato all'approfondimento e al networking: in Sala Michele Ferrero Aziende, Istituzioni, Operatori culturali si sono confrontati, conosciuti e forma-

ti sulle potenzialità dello strumento Art Bonus. Nelle diverse attività formative l'obiettivo del Comitato CULTURA + IMPRESA è fornire informazioni utili di contesto, strumenti operativi e illustrare le *best practices* incontrate con la decennale esperienza del **Premio CULTURA + IMPRESA** su tutto il territorio nazionale, puntando a sensibilizzare soprattutto le realtà che al momento non sfruttano appieno questi strumenti e queste opportunità.

LE INDAGINI E LE RICERCHE

La Comunicazione d'Impresa è in continua evoluzione, come la Gestione delle Imprese e delle Istituzioni culturali. In particolare conoscere il "sentiment" e lo stato dell'arte degli investimenti in Arte e Cultura da parte delle Imprese fornisce preziose informazioni che consentono al 'Sistema Cultura' di orientare il dialogo con il 'Sistema Impresa', e ai professionisti della Comunicazione e del Fundraising di operare al meglio nei confronti delle Aziende.

LA RICERCA CON L'ASSOCIAZIONE CIVITA

All'interno dell'**Associazione Civita** – associazione di riferimento in Italia delle Imprese che investono in Cultura, che opera a livello nazionale – è stato costituito il Comitato *'Comunicare con la Cultura'*, di cui fanno parte i rappresentanti e i responsabili della comunicazione di alcune delle più importanti aziende italiane associate a Civita. Dalle riflessioni nate nell'ambito del Comitato, e dal confronto con alcuni esperti di comunicazione aziendale, è emersa l'esigenza di approfondire natura e dimensione dell'investimento in cultura

L'Art Bonus d'Impresa consente alle Imprese di sostenere la Cultura ottenendo significativi benefici fiscali e nel tempo si è rivelato formidabile strumento di raccolta

da parte delle imprese italiane, anche al fine di fornire indicazioni utili per una fruttuosa collaborazione pubblico-privato. Ne è scaturita l'indagine *'Il Valore della Cultura: ricerca sugli investimenti delle imprese italiane in Cultura'*, realizzata nel **2010** in collaborazione

tra il Centro Studi dell'Associazione Civita, Astarea, The Round Table e UNICAB, condotta su un campione di 1.500 imprese rappresentativo delle imprese italiane con più di 9 addetti.

La Ricerca è stata presentata in occasione del *'Summit Arte e Cultura'* organizzato a Milano dal **Gruppo Sole 24 ORE** in collaborazione con Civita.

LA RICERCA CON 24 ORE CULTURA

La *Ricerca Cultura e Comunicazione d'Impresa, in tempo di crisi* – condotta nel **2012** da The Round Table, Astarea-Ricerche di marketing e il Comitato CULTURA + IMPRESA, in collaborazione con 24 ORE Cultura, che in quell'anno l'ha presentata al proprio *'Summit Arte e Cultura'*



– aveva l'obiettivo di monitorare le dinamiche di investimento delle Imprese e delle Fondazioni erogative a favore della Cultura. Il periodo era problematico, riprendiamo dalla presentazione contenuta nel Rapporto Annuale Federculture del 2021: *“Da una parte, le Istituzioni pubbliche centrali e locali non riescono a garantire agli operatori culturali le risorse per un adeguato sviluppo; dall'altra, la Cultura assume un ruolo sempre più rilevante nella vita quotidiana di consumatori e cittadini, esprimendo quindi nuove potenzialità per rientrare a pieno titolo nelle strategie di comunicazione delle Imprese. Diventa quindi necessario favorire ogni possibile contributo economico e professionale alla nostra produzione culturale, e in questo il ruolo delle Imprese private può essere determinante”.*

LE RICERCHE CON UPA

UPA - Utenti Pubblicità Associati è l'Associazione che riunisce le più importanti aziende industriali, commerciali e di servizi che investono in pubblicità e in comunicazione in Italia. Nel **2014** il Comitato CULTURA + IMPRESA ha collaborato alla realizzazione della Ricerca *Sponsorizzazioni e Partnership Culturali*, condotta tra 108 Associati UPA. I risultati della Ricerca, e l'interesse riscontrato tra le Imprese intervistate, hanno portato l'Associazione e il suo Presidente, **Lorenzo Sassoli de Bianchi**, uomo di Cultura oltre che di Impresa, a creare il primo portale delle sponsorizzazioni culturali realizzato su iniziativa delle Imprese, tuttora attivo: www.upaperlacultura.org. Nel **2023** UPA sta conducendo una nuova ricerca su questo tema, cui sta ancora collaborando il Comitato CULTURA + IMPRESA.

LA RICERCA PER CONFINDUSTRIA CUNEO

Confindustria Cuneo è una realtà Confindu-

striale territoriale 'pilota' a livello nazionale nel rapporto con la Cultura e con le Arti, che segue strategicamente con il Progetto *Io investo in Cultura*. In questo contesto, in collaborazione con l'Istituto di Ricerche di Marketing **Astarea**, nel **2023** abbiamo condotto un'indagine per sondare il "sentiment" di 38 Imprese associate a Confindustria Cuneo riguardo agli investimenti nel campo culturale, con altrettante interviste telefoniche personali. È una ricerca attuale, qualitativa ma con un significativo numero di casi, che offre numerose informazioni sugli aspetti chiave del rapporto tra Impresa e Cultura, dalle modalità e motivazioni di scelta alla percezione delle opportunità che tale connessione offre alla vita dell'Azienda, dalla consapevolezza dei benefici alla indicazione delle aree di criticità, laddove gli ambiti della Sostenibilità sociale e delle Community Relations rappresentano i fattori di scelta determinanti per investimenti che non si limitano all'apporto di contributi economici ma che spesso comprendono anche la messa in comune di competenze, servizi e opportunità di comunicazione.

La Cultura è considerata dall'Impresa come un veicolo di benessere per le persone e una modalità per restituire alla comunità le risorse accumulate nel tempo dall'Impresa, oltre che uno strumento per valorizzare e arricchire il Territorio, a favore dei suoi abitanti, a partire dai dipendenti.

LA RICERCA E LO STUDIO PER POSTE ITALIANE

Nell'ambito della propria visione e strategia di Sostenibilità, **Poste Italiane** è impegnata diffusamente anche con investimenti in Arte e Cultura. L'esigenza espressa era di sistematizzare e valorizzare il proprio programma di Sponsorizzazioni e Partnership culturali, da declinare *glocal*, con criteri e parametri definiti a livello nazio-

nale (imparzialità, trasparenza, oggettività) per accompagnare la scelta dei progetti culturali da sostenere economicamente a livello locale.

Dopo lo studio accurato dei valori e del modus operandi dell'Azienda, e incrociando diverse variabili tra le quali i *pillars* della Sostenibilità, i Goal dell'Agenda 2030 perseguiti e i criteri di valutazione del VAAS (vedi a pagina 28), è stata prodotta una metodologia di supporto alla valutazione delle proposte di Sponsorizzazioni e Partnership culturali ricevute coerentemente con la policy aziendale.

ART VISITORS

Come può un imprenditore o un manager dell'Impresa adottare consapevolmente l'Arte Contemporanea per potenziare la propria Comunicazione se non conosce le opportunità che questa sinergia può offrire, a partire dal suo linguaggio e dalle sue possibili applicazioni?

Se l'Impresa può acquisire competitività anche raccontando efficacemente il proprio Brand Heritage, a partire dalla propria Storia, come fornire informazioni pratiche ed efficaci per creare ad esempio un Archivio e un Museo d'Impresa?

Il progetto **ART VISITORS**, creato dal Comitato CULTURA + IMPRESA in collaborazione con The Round Table e applicato per la prima volta nel 2018 in collaborazione con **Artissima**, a Torino, e successivamente ad **Art Verona**, ha l'obiettivo di rendere esperienza queste informazioni.

Si concretizza in una giornata riservata agli imprenditori e ai manager delle Imprese per approfondire sul campo l'Arts Factor, in questo caso il **rapporto tra Comunicazione d'Impresa e Arte**

a sinistra: Workshop *Io Investo con l'Art Bonus*, Confindustria Cuneo (2023)

in basso: Gli imprenditori in visita tra le gallerie e le opere esposte ad **Artissima 2022**



contemporanea, per comprendere le dinamiche, le soluzioni, i benefici, i vantaggi competitivi che può offrire.

È un format-evento che prevede accoglienza riservata, tour guidato con mediatori culturali espressamente *brieffati*, visita a spazi espositivi d'Arte e Fondazioni culturali, incontri con Artisti e Critici d'Arte.

Sempre per **Confindustria Cuneo** nel **2022** e nel **2023** sono state organizzate con grande successo e consenso da parte dei partecipanti due giornate ART VISITORS: la prima tappa è stata **ART VISITORS@TORINO**, cui hanno partecipato cinquanta Associati, accompagnati prima ad **Artissima 2022** – dove hanno visitato 13 Gallerie con un percorso dedicato in gruppi di 15 - e quindi al **Museo Lavazza**, esempio virtuoso di un Museo d'impresa.

La seconda tappa è stata **ART VISITORS@BIELLA**, con la visita riservata a **Cittadellarte - Fondazione Pistoletto** e quindi a **Casa Zegna**. Una terza giornata è già prevista con **ART VISITORS@MILANO**.

EDITORIA MULTIMEDIALE

La diffusione di informazioni e buone pratiche da parte del Comitato CULTURA + IMPRESA è assicurata anche grazie alla collaborazione con editori e testate come **AGCult**, **Artribune**, **Exibart**, **Il Giornale dell'Arte** e **Prima Comunicazione**. Media Partner del Premio CULTURA + IMPRESA.

La collaborazione con Artribune ha generato anche un format editoriale, che The Round Table e il Comitato CULTURA + IMPRESA stanno proponendo per illustrare efficacemente l'attività delle Istituzioni Culturali ai propri stakeholder, tra cui principalmente i Partner e gli Sponsor.

Il **Magazine multimediale**, stampato e digitale, può essere uno strumento prezioso per raccontare il valore economico, sociale e territoriale dell'Istituzione, la programmazione artistica e culturale, i benefici e le opportunità assicurate ai propri Partner.

La forma del Magazine consente di utilizzare testi brevi, interviste, infografiche, box di approfondimento, servizi centrali, rapporti e risultati, immagini, anche connesse con siti e supporti multimediali inserendo i QR code. I contenuti possono essere ulteriormente valorizzati attraverso attività di Ufficio Stampa, mentre la versione digitale può essere condivisa su siti web, social media e newsletter, amplificando ulteriormente il suo impatto e la sua diffusione.

In collaborazione con **Artribune** nel **2023** è stato realizzato il Magazine monografico *Cent'anni di Festival di Opera Lirica* per conto della **Fondazione Arena di Verona**, che voleva comunicare il valore sociale ed economico dell'Arena in occasione della celebrazione dei 100 anni del Festival. Il Magazine è stato stampato in 8mila copie e distribuito durante la serata di presentazione del Programma di Fundraising della Fondazione Arena di Verona.



Cos'è il Premio CULTURA + IMPRESA

Il **Premio CULTURA + IMPRESA** è la principale attività di benchmarking del Comitato CULTURA + IMPRESA.

Nato nel 2013 ha l'obiettivo di ricercare, valorizzare e condividere i migliori progetti di **Sponsorizzazione e Partnership culturale**, di **Produzione Culturale d'Impresa** e di **Art Bonus d'Impresa** che assicurano valore aggiunto comunicativo per le Imprese e risorse preziose per gli Operatori culturali pubblici e privati.

Il Premio nel tempo è diventato il principale **Osservatorio italiano di benchmarking del rapporto tra Cultura e Comunicazione d'Impresa**, e vuole essere di stimolo alla diffusione e alla moltiplicazione delle "buone pratiche", coinvolgendo anche la piccola e media impresa.

Osserviamo una consapevolezza crescente da parte delle Imprese che 'investire in Arti e Cultura conviene', perché apporta benefici concreti in termini di reputazione, comunicazione, valore aggiunto ai propri processi creativi e produttivi. Rendere concreta questa consapevolezza anche conoscendo esperienze di successo accadute altrove facilita l'adozione della scelta culturale. Allo stesso modo, i 'Progettisti di Cultura' pubblici e privati possono prendere spunto da quanto realizzato con successo in una Città o in un

I vincitori della IX Edizione del Premio CULTURA+IMPRESA - Premiazione 2022, ADI Design Museum

Territorio e riproporre un modello assimilabile nel proprio. Solo per citare tre esempi: portare l'Arte e la Cultura negli Ospedali, come accade nella Clinica Humanitas Gavazzeni di Bergamo in collaborazione con l'Accademia Carrara; rigenerare le Cabine e le Cassette elettriche con la Street Art, come fa E-Distribuzione; promuovere le peculiarità culturali del proprio Territorio, come fanno gli Aeroporti di Napoli e di Roma.

A CHI SI RIVOLGE IL PREMIO

La partecipazione al **Premio CULTURA + IMPRESA** è da sempre **gratuita** sulla piattaforma **idea360**, messa a disposizione dalla **Fondazione Italiana Accenture** ed è aperta a Istituzioni e aziende speciali, Amministrazioni pubbliche centrali e locali, Aziende, Fondazioni erogative e d'Impresa, Associazioni e Organizzazioni non profit, Cooperative, Imprese dello spettacolo, Agenzie di comunicazione, Operatori del Fundraising.

Le tre **Categorie** di partecipazione, che corrispondono ad altrettanti **Primi Premi**, sono: **Sponsorizzazioni e Partnership Culturali**, in cui rientrano i progetti dove esiste un contratto o un accordo di Sponsorizzazione tra un Operatore Culturale da un lato (*Sponsee*) e un'Impresa o una Istituzione

erogativa dall'altro (*Sponsor*); **Produzioni Culturali d'Impresa**, ossia progetti culturali realizzati e promossi direttamente dalle Aziende, anche collaborando con Operatori culturali pubblici e privati; **Art Bonus d'Impresa**:

l'investimento in Cultura dell'Impresa con un approccio mecenatistico, ottenendo in cambio un consistente beneficio fiscale. Una Short List dei progetti candidati viene valutata ogni anno da una **Giuria** composta negli ultimi anni da circa 30 autorevoli rappresentanti dei settori Arte, Spettacolo e Cultura; Marketing e Comunicazione; Fundraising e Valorizzazione culturale; Managerialità e Imprenditorialità sociale, oltre che rappresentanti delle Istituzioni e dei Partner del Premio CULTURA + IMPRESA.

Durante la premiazione organizzata ogni anno in un contesto differente, ai vincitori delle tre categorie principali sono consegnati i **'Premi d'Artista'**, creati ad hoc (vedi pagina 36). Vengono poi assegnate le

Menzioni Speciali dedicate a tematiche di particolare interesse, trasversali alle tre Sezioni, ricorrenti od occasionali (ad esempio *Digital Innovation in Arts*, *Cultura d'Impresa*, *Networking in Arts*, *Emergenza Covid-19*, etc) ai cui Progetti sono riservati i **'Premi Formativi'**, ossia dei Master in management

e promozione culturale messi a disposizione dai Partner accademici del Premio (nell'ultima edizione: 24ORE Business School, Fondazione Fitzcarraldo, Università IULM, Luiss Business School e UPA).

Il Premio vuole essere di stimolo alla diffusione e alla moltiplicazione delle "buone pratiche", coinvolgendo anche la piccola e media impresa

PAROLA A SIMONA TORRE FONDAZIONE ITALIANA ACCENTURE

Fondazione Italiana Accenture ETS è Digital Partner del Premio CULTURA + IMPRESA fin dalla sua prima edizione, e siamo molto contenti di continuare a contribuire a questo programma che rappresenta un vero esempio di scambio sinergico tra profit e non profit, e in particolare tra il Sistema Cultura e il Sistema Impresa.

Sostenere il Premio CULTURA + IMPRESA per Fondazione Italiana Accenture ETS significa confermare la volontà di costruire ecosistemi collaborativi su temi strategici per il Paese, e di promuovere l'utilizzo delle tecnologie digitali nel Terzo Settore, cruciali per accompagnare la crescita e l'evoluzione, attraverso l'aggregazione di risorse, competenze, esperienze messe al servizio dei progetti ad impatto sociale.

CULTURA + IMPRESA è infatti ospitato su **idea360**, l'asset digitale sviluppato e gestito da Fondazione Italiana Accenture ETS, che viene messo a disposizione degli Enti del Terzo Settore, delle Aziende e delle Istituzioni che intendono avviare programmi ad impatto, permettendo di progettare e realizzare in modalità full-digital sia Programmi di Crowdsourcing (concorsi, bandi, call, sondaggi) che Percorsi di formazione e-learning. Auspichiamo lunghissima vita a questo premio, convinti e orgogliosi di esserne partner e abilitatori.

SIMONA TORRE
Direttore Generale Fondazione Italiana Accenture





LA X EDIZIONE DEL PREMIO CULTURA + IMPRESA

Il mondo delle Imprese italiane investe sempre più strategicamente nella Cultura, contribuendo a renderla uno degli asset più rilevanti e distintivi del nostro Paese

È questo un trend che stiamo osservando in cui la Cultura e l'Impresa insieme si esprimono in varie forme e modalità: dalla tutela e restauro dell'inesestimabile patrimonio artistico italiano alla riqualificazione urbana tramite l'Arte pubblica e la Street Art; da nuove forme di fruizione della Musica dal vivo alla partecipazione dei dipendenti nella creazione di opere e installazioni artistiche in Azienda; dalla diffusa promozione dell'Agenda 2030 attraverso percorsi didattici, museali e artistici alla valorizzazione delle qualità artigianali italiane; dalla crescente attenzione ai Musei e agli Archivi d'Impresa all'innovazione tecnologica e digitale per accompagnare l'evoluzione delle Istituzioni culturali.

È quanto emerso dalla **X Edizione del Premio CULTURA + IMPRESA**, dedicato ai migliori progetti di Sponsorizzazione e Partnership nella Cultura, di Produzioni Culturali d'Impresa e di

I vincitori della X Edizione del Premio CULTURA + IMPRESA - Premiazione 2023 Associazione Civita Roma

attivazione dell'Art Bonus d'Impresa realizzati nel 2022.

Oggi il coinvolgimento delle Imprese in progetti culturali e artistici è una realtà sempre più affermata, laddove le Imprese ravvedono l'opportunità non solo di comunicare in modo più efficace con l'Arts Factor, ma anche quella di associare le Arti e la Cultura sia nell'ambito delle proprie strategie di Sostenibilità Sociale, che nelle politiche di Comunicazione Corporate e talvolta di Marketing, acquisendo così un valore distintivo in termini di **competitività**: è una consapevolezza ormai consolidata nel mondo delle aziende e osservata nel corso dei 10 anni del Premio.

La collaborazione tra il **Sistema Impresa** e il **Sistema Cultura** è cambiata profondamente. Quando il Premio è nato, le aziende vivevano le 'Sponsorizzazioni' reattivamente, mirando prevalentemente a ritorni tattici e in visibilità.

Oggi cercano e creano 'Partnership' strategiche e continuative, trovano nelle Arti e nella Cultura risposte efficaci ai propri percorsi di Responsabilità Sociale e affermazione reputazionale. Imprenditori, imprenditrici e manager partecipano attivamente e talvolta creativamente alla co-generazione di progetti dove la capacità di coniugare competenze del Pubblico e del Privato rappresenta un asset importante per il nostro Paese.

A beneficiarne sono gli utenti e i frequentatori delle Arti, che fruiscono di contenuti più ricchi e spesso meglio comunicati; le collettività per le quali la Cultura rappresenta anche un driver di sviluppo economico e occupazionale; i dipendenti che sono spesso chiamati a partecipare attivamente ai progetti culturali delle proprie Aziende; le Istituzioni culturali pubbliche e private, per le quali le Imprese si possono rivelare un formidabile alleato, portatore non solo di risorse economiche ma anche di competenze professionali e di comunicazione.

La X Edizione del Premio ci restituisce così una **'fotografia' unica del legame sempre più stretto e strategico tra Impresa e Cultura**, in particolare attraverso i **22 Progetti** selezionati - tra le **132** candidature pervenute - dalla Giuria composta da 31 rappresentanti dei Partner istituzionali e da professionalità eccellenti nei settori della Cultura, dell'Impresa, della Comunicazione d'Impresa e della Informazione, che hanno assegnato tre Premi di Categoria e cinque Menzioni Speciali. Una fotografia nazionale - i progetti sono pervenuti da 16 Regioni, dove quest'anno la maggiore vitalità è espressa da Lombardia, Emilia-Romagna, Lazio, Piemonte e Toscana - e composta: protagonisti sono istituzioni, operatori culturali e imprese delle più diverse dimensioni e tipologie, a conferma che questo è un trend diffuso e di crescente potenziale.

AL MUSE DIALOGANO CULTURA E IMPRESA, NEL SEGNO DELLA SOSTENIBILITÀ



Un aspetto centrale del ruolo dei musei, anche secondo la recente definizione di **ICOM**, riguarda il loro rapporto con la società e l'attualità, che si integra pienamente nelle logiche di dialogo e di confronto coi propri stakeholder e specialmente col mondo imprenditoriale e produttivo. Il museo esce dalle sue mura, si scrolla di dosso la sua aura dorata ma polverosa e si apre con fiducia e autorevolezza alla comunità e alle sue tante espressioni ed esperienze.

D'altro canto, sul fronte delle imprese, emerge ormai con evidenza, che un proprio migliore posizionamento è collegato a un investimento su un'attiva politica di Responsabilità Sociale e di impegno verso la collettività. I consumatori sono sempre più consapevoli e attenti a cosa scelgono di comprare, a come è prodotto e come un'azienda si relaziona alle materie non strettamente produttive.

Al MUSE - Museo delle Scienze di Trento, abbiamo sviluppato questa convinta apertura verso i pubblici e verso la contemporaneità nel corso degli anni, specialmente a partire dal 2013, attraverso il nuovo e innovativo concept architettonico, firmato **Renzo Piano**.

Più recentemente, con la rinnovata **Galleria della Sostenibilità**, abbiamo voluto incrementare questo dialogo col settore aziendale, nella selezione delle migliori esperienze ed espressioni imprenditoriali, che hanno trovato una tangibile rappresentazione nella Goal Zero Area, un ambiente di approfondimento dedicato all'impegno individuale e collettivo verso un futuro più sostenibile e desiderabile, grazie alla collaborazione con partner istituzionali come Asvis - Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile e il Salone della CSR e dell'innovazione sociale. Il recente Premio CULTURA + IMPRESA ci riempie di grande orgoglio e riconoscenza, perché sancisce questo sforzo di costante dialogo e di proficua collaborazione.

MICHELE LANZINGER
Direttore MUSE



I PREMIATI

Per la prima volta è stata la città di **Roma** – nella cornice della Sala Gianfranco Imperatori dell'Associazione Civita – a presentare e celebrare i migliori progetti che nel 2022 hanno visto dialogare **la Cultura e le Imprese**.

Per la categoria **Sponsorizzazioni e Partnership Culturali** il Primo Premio è stato assegnato al progetto **Goal Zero Area** di **MUSE - Museo delle Scienze di Trento** sponsorizzato da diverse Aziende tra cui **Lavazza Group**, per la sua **Nuova Galleria della Sostenibilità**, inedito spazio espositivo e divulgativo dedicato ai principali fattori del cambiamento globale per sensibilizzare i cittadini e la collettività alle sfide che ci attendono. L'esposizione di oltre 400 mq esplora i molteplici futuri del nostro abitare il pianeta con la consapevolezza che la conoscenza può aiutarci a capire che le nostre sfide di cittadini di una comunità globale sono profondamente interconnesse.

Ad animare questi spazi visite guidate e speciali, una serie di format di comunicazione (es. podcast e quiz) e momenti di animazione (es. Drink'n'think e Planet Party), nonché l'appuntamento nazionale del Festival dello Sviluppo Sostenibile - Asvis - Alleanza Italiana per Lo Sviluppo Sostenibile (per approfondimenti si rimanda a pagina 15).

Oggi il coinvolgimento delle Imprese in progetti culturali e artistici è una realtà sempre più affermata, laddove le Imprese ravvedono l'opportunità di comunicare in modo efficace e sostenere le proprie strategie di Sostenibilità Sociale

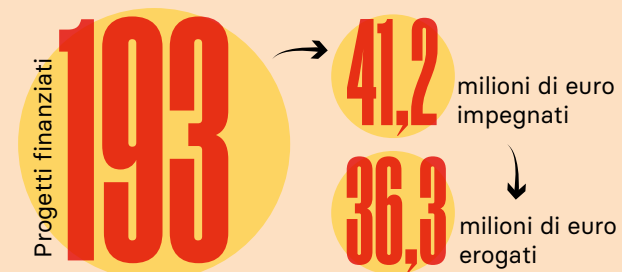


in alto: Workshop di Premiazione X Edizione del Premio CULTURA + IMPRESA condotto da Francesco Moneta e Francesca Chialà
in basso: Mario Cerutti - Lavazza Group; Michele Lanzinger - MUSE; Simonetta Giordani - Associazione Civita; Andrea Cancellato - Federculture

Fondazione TIM. Arte, cambiamento e innovazione digitale



I numeri della Fondazione Tim dal 2009 al 2022



Fondazione TIM nasce nel 2008 per promuovere iniziative di solidarietà sociale a favore della comunità in cui opera il Gruppo TIM, con l'obiettivo di migliorare le condizioni di vita delle persone, in particolare in situazioni disagiate, attraverso l'innovazione digitale e il sostegno a iniziative di soggetti e associazioni senza fini di lucro. La Fondazione opera in tre ambiti: **INCLUSIONE SOCIALE, ARTE e CULTURA, ISTRUZIONE e RICERCA SCIENTIFICA** per sviluppare forme e modi innovativi di fruizione e diffusione della conoscenza. Esistono tuttavia situazioni di emergenza che richiedono azioni tempestive, come ad esempio la pandemia di Covid, l'aggressione russa all'Ucraina, le recenti alluvioni. In questi casi la Fondazione TIM provvede con donazioni dirette e immediate.

Il Comitato non profit CULTURA + IMPRESA ha premiato negli anni diversi progetti del Gruppo TIM, come PAPPANOINWEB nel 2013, che ha esteso al pubblico di internet la partecipazione ai grandi concerti di musica classica in collaborazione con l'Accademia Nazionale Santa Cecilia e anche alcuni tra i progetti promossi e sostenuti dalla Fondazione TIM. A giugno 2023 inoltre, la Fondazione ha ricevuto una Menzione Speciale **DIGITAL INNOVATION IN ARTS** con il progetto **SWIPE YOUR STAGE!** che ha consentito di portare al pubblico un arricchimento dei contenuti dei concerti dal vivo con molteplici prospettive di visualizzazione tramite l'utilizzo innovativo delle tecnologie.

PAROLA A SALVATORE ROSSI, PRESIDENTE TIM SpA E DI FONDAZIONE TIM

Come si coniuga, nella quotidianità lavorativa, il suo ruolo di Presidente di una delle maggiori aziende italiane di telecomunicazioni, con quello di Presidente della Fondazione TIM, volta a rappresentarne l'impegno sociale?

Il privilegio di avere questo doppio ruolo mi consente di guardare a entrambe le realtà - quella dell'Azienda, orientata al mercato, e quella della Fondazione, impegnata in attività no profit - con consapevolezza ed equilibrio. Il mio ruolo è proprio quello di evitare che le priorità commerciali dell'Azienda influenzino le scelte della Fondazione, al tempo stesso prevenendo possibili ridondanze. Il mio compito è facilitato dal fatto che Azienda e Fondazione hanno tutt'e due la vocazione e l'ambizione di migliorare la vita dei cittadini.

Le tecnologie digitali innovative, come l'intelligenza artificiale e la realtà virtuale, se usate virtuosamente possono migliorare la vita delle persone. Quanto la componente tecnologica è importante nelle iniziative che la Fondazione TIM sostiene e promuove?

La rapidità del cambiamento tecnologico spinge la Fondazione TIM e tutti gli altri soggetti del Terzo Settore ad accoglierlo e sostenerlo. La nostra ambizione è di dare un forte impulso all'innovazione, consapevoli come siamo che la tecnologia può offrire grandi opportunità nel ridurre il ritardo di chi sta



più indietro nella società, per provenienza geografica, per condizioni di salute, per difficoltà di varia natura. Inoltre, nella promozione dell'arte e della cultura, così come in quella della ricerca e

dell'istruzione, le tecnologie innovative, in particolare quelle digitali, sono ormai imprescindibili e pervasive. Per questo insistiamo così tanto che i progetti che finanziamo abbiano al loro centro più tecnologia possibile.

L'attività della Fondazione TIM quest'anno ruota intorno alla **Call for IDEAs** che avete chiuso quest'estate. Sappiamo che c'è stata una grande risposta a questa chiamata. In futuro quali saranno le priorità di intervento? Le numerose risposte ricevute alla Call for IDEAs rappresentano un preziosissimo bacino per comprendere le esigenze dei beneficiari potenziali dei nostri interventi. La partecipazione è stata straordinaria, con quasi 500 progetti proposti, e dimostra un notevole fermento di idee in tutti e tre i nostri ambiti d'intervento. Questo bel segnale di vivacità progettuale e di effervescenza propositiva ci ha già dato numerose idee per definire i prossimi bandi.

Curiosa Meravigliosa di Joan Fontcuberta



Marazzi Group è protagonista insieme al Comune di Reggio Emilia nella realizzazione di una delle opere d'arte pubblica più 'curiose' mai realizzate.

Curiosa Meravigliosa dell'artista catalano Joan Fontcuberta è nata grazie a un processo partecipativo che ha visto migliaia di cittadini e cittadine inviare una o più fotografie – per un totale complessivo di oltre 12mila immagini – sui temi della curiosità e della meraviglia, temi fondanti delle stesse collezioni dei Musei Civici. Le immagini raccolte sono state rielaborate digitalmente dall'artista e ricomposte insieme a fotografie degli oggetti presenti nelle collezioni dei musei in un'unica grande immagine raffigurante un pavone, soggetto scelto dallo stesso Fontcuberta, che ha attinto alle collezioni zoologiche del museo.

La progettazione e l'installazione dell'opera – alta ben sedici metri – sulla facciata di Palazzo dei Musei è il risultato della sinergia tra il Comune e l'azienda emiliana, la cui divisione specializzata Marazzi Engineering ha seguito la produzione delle ceramiche che compongono l'opera e ha ospitato Fontcuberta durante le fasi di produzione e stampa digitale.

Fondata negli anni Trenta a Sassuolo, Marazzi è leader mondiale nel settore ceramico e da sempre promuove collaborazioni con artisti nel segno della ricerca e della sperimentazione su ceramica. In questo senso, la collaborazione attiva di Marazzi alla realizzazione di *Curiosa Meravigliosa* non è solo un modo di lasciare un segno concreto e tangibile della presenza in questo territorio, ma è soprattutto un impegno a migliorarlo continuamente, investendo nella Cultura come fattore chiave di benessere e di crescita. La valorizzazione delle istituzioni, degli artisti, del patrimonio del passato e della creatività del presente è per Marazzi un mezzo per sottolineare il suo legame culturale con un contesto da cui trae continua ispirazione da più di ottant'anni. Il progetto, che si è aggiudicato la X Edizione del Premio CULTURA + IMPRESA per la categoria **applicazione pro bono VAAS – Value Analysis in Arts Sponsorship**, testimonia la fruttuosità di quella **collaborazione pubblico-privato** che, oggi più che mai, si dimostra fondamentale per il sistema culturale e sottolinea l'importanza del dialogo strategico tra imprese e operatori culturali nel favorire relazioni proficue tra il *Sistema Cultura* e il *Sistema Impresa*.

MAURO VANDINI - CEO Marazzi Group

Un'idea particolare: fondere tecniche ed elementi apparentemente diversi, come ceramica e fotografia, in un'installazione site specific su una facciata di un palazzo storico nel centro di Reggio Emilia.

Dalla collaborazione con il Comune di Reggio Emilia, in occasione di un focus all'interno dei Musei Civici dedicato a un'opera di Luigi Ghirri per Marazzi, è nata l'idea di poter realizzare insieme un'opera collettiva su cui il Comune stava lavorando, per la facciata dei Musei. Sarebbe stato necessario un materiale resistente, alla pioggia, al tempo, e un sistema di installazione certificato, e così è nata l'idea di poter lavorare su questa opera di arte pubblica, la prima realizzata su grandi lastre in gres agganciate alla facciata dei Musei.

JOAN FONTCUBERTA - Artista

Nell'opera *Curiosa Meravigliosa* le 12mila fotografie raccolte sono ricombinate in un'unica grande immagine: il pavone conservato nella collezione Vallisneri di Palazzo dei Musei.

Il pavone è presente in molte mitologie ed è una figura ricca di significati simbolici. È associato alla saggezza, curiosità e bellezza, valori intrinseci per un museo che affianca le scienze naturali all'arte. Per gli antichi greci il pavone era l'uccello sacro di Era, moglie di Zeus. La dea reclutò Argo per tenere d'occhio il marito fedifrago, ma il Dio dell'Olimpo lo uccise. Come vuole la mitologia, Era posò quindi, in segno di tributo, i cento occhi di Argo sulla coda del suo volatile preferito. In questo progetto artistico-fotografico la presenza di quegli occhi mette in evidenza il ruolo della visione come fonte di esperienza.



assegnato al **Rinnovo e Valorizzazione del Museo di Santa Giulia e del Parco Archeologico di Brescia Romana di Fondazione Brescia Musei**, sostenuto da un nutrito

in alto: Enrico Ovaleo Pandolfo - ORI Martin S.p.A., Francesca Bazoli - Fondazione Brescia Musei e Lucia Steri - ALES

in basso: Emanuela Mandarini, Cristina Paciello - STEP FuturAbility District e Giuliana Cirio - Confindustria Cuneo

pool di Imprese, rappresentate a Roma da **ORI Martin S.p.A.** Partendo dal restauro del bronzo del I secolo d. C. della Vittoria Alata, opera identitaria dei Musei Civici di Brescia, sono stati rinnovati e valorizzati il Museo di Santa Giulia e il Parco archeologico di Brescia romana. Le attività hanno ridefinito i layout museografici armonizzando tra loro i percorsi e la narrazione della storia della città antica, attivando inoltre un palinsesto di approfondimenti scientifici, prodotti editoriali, eventi, narrazioni digitali e prodotti televisivi, che conferma come anche intorno all'Art Bonus le attività di comunicazione degli Enti culturali beneficiari possano fare la differenza (per approfondimenti si rimanda a pagina 21).

Per la categoria **Produzioni Culturali d'Impresa** il Primo Premio è di **STEP FuturAbility District di Fastweb S.p.A.**, un nuovo modello di spazio a Milano aperto alla comunità, dove vivere un'esperienza immersiva di riflessione sul futuro. Fra installazioni dinamiche, spazi immersivi e pareti multimediali, viene approfondito il mondo delle nuove tecnologie – dall'intelligenza artificiale all'internet of things, dal cloud computing al 5G – e su come queste stiano cambiando in meglio la vita di tutti i giorni, oltre che ridefinendo nuove professionalità e l'evoluzione del mondo del lavoro. STEP vince inoltre grazie al suo ricco calendario di appuntamenti scientifico-culturali, con un'offerta didattica specifica per le scuole e laboratori gratuiti domenicali per famiglie. Quella di Fastweb è una scelta non convenzionale di realizzare un 'Museo d'Impresa'. STEP fa cultura intorno ai temi ai quali Fastweb strategicamente si richiama per il proprio posizionamento istituzionale e di marketing – il FUTURO è il concept chiave – e solo in misura limitata, negli spazi finali dell'esperienza di visita, presenta prodotti e servizi dell'Azienda. Infine, per la categoria **Art Bonus d'Impresa** il più importante riconoscimento è stato





Premio d'Artista "Cultura e Impresa / Coltivare la Città" realizzato da Cittadellarte - Fondazione Pistoletto ONLUS

I PREMI D'ARTISTA

Il simbolo del *Terzo Paradiso* di Michelangelo Pistoletto è il protagonista dei Premi d'Artista consegnati ai vincitori delle tre categorie principali della X Edizione del Premio CULTURA + IMPRESA.

Il *Terzo Paradiso* – “segno” celeberrimo anche a livello internazionale – è la riformulazione del segno matematico dell'infinito, composta da due cerchi opposti e da un anello centrale. Il primo è quello in cui gli esseri umani erano totalmente integrati nella natura; il secondo è il paradiso artificiale, sviluppato dall'intelligenza umana. Il *Terzo Paradiso* è la terza fase dell'umanità, che si realizza nella connessione equilibrata tra l'artificio e la natura.

Partendo dalla creazione originaria del Maestro biellese, che fa parte della serie *Coltivare la Città* riproduzione in terracotta e smalto verde del simbolo trinamico, attraverso l'idea del vaso, **Cittadellarte - Fondazione Pistoletto ONLUS** ha personalizzato le opere per il riconoscimento organizzato da Federculture e The Round Table progetti di comunicazione, realizzando **tre unicum** denominati **Cultura e Impresa / Coltivare la Città**. Le opere sono state reinterpretate inserendo le scritte *Cultura* su di un lato e *Impresa* sull'altro, indicando così la dicotomia in continua ricerca dell'equilibrio necessario per la cura e il cambiamento responsabile della società. Armonia che nel Premio si è voluta rappresentare attraverso un bonsai di *figus retusa*, comunemente simbolo portafortuna, che dona sensazioni di pace interiore, armonia e forza.

Cultura e Impresa / Coltivare la Città interpreta così il **rapporto virtuoso** tra due 'sistemi' diversi – culturale e imprenditoriale – che dialogando e armonizzandosi originano progetti e iniziative di interesse pubblico e sociale.

LE MENZIONI SPECIALI

Nel 2023 il Premio CULTURA + IMPRESA ha annoverato per la prima volta tra le **Menzioni speciali** quella dedicata alla '**Cultura d'Impresa**', introdotta per sottolineare l'importanza dei sempre più significativi investimenti da parte delle aziende nella valorizzazione della propria storia e identità, non solo con la creazione di Musei d'Impresa (scelta favorita e accompagnata dall'ottimo lavoro dell'Associazione **Museimpresa**), ma anche con iniziative di nuova concezione nel raccontare il proprio *Brand Heritage*, gli elementi fondanti della propria storia e realtà attuale.

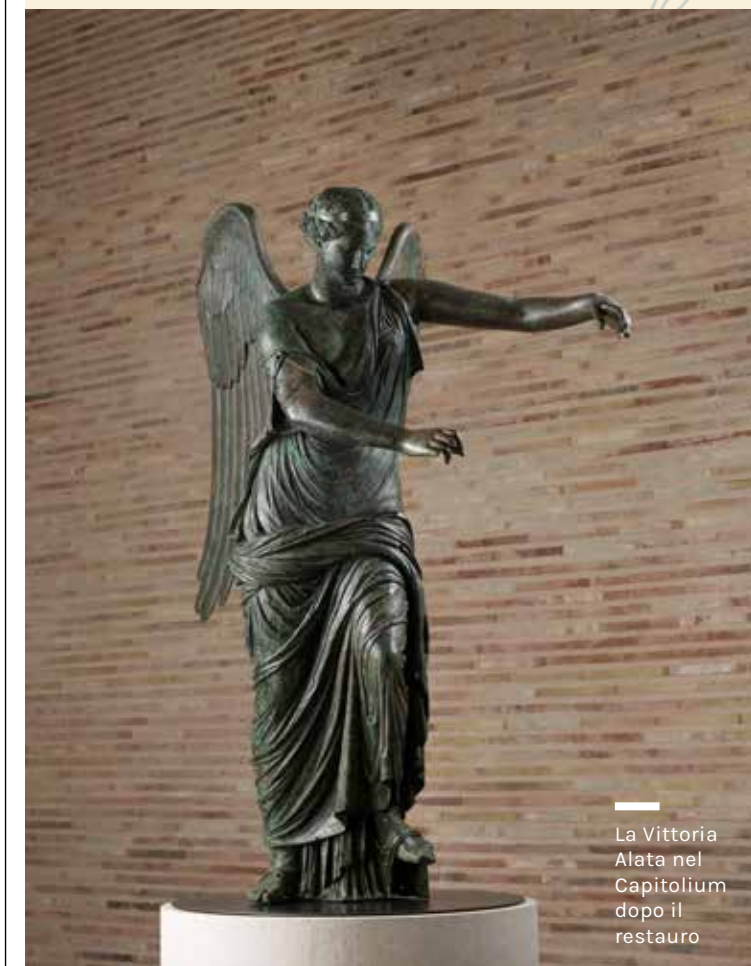
La nuova Menzione è stata vinta da **Marshy** di **Fondazione Ermanno Casoli** ed **Elica S.p.A.**, un'opera d'arte site-specific di **Eugenio Tibaldi**, commissionata dalla FEC e realizzata nella sede di EMF FIME, azienda del gruppo Elica, a Castelfidardo in provincia di Ancona. Interamente costruita attraverso il riutilizzo di scarti di produzione, l'opera ha coinvolto tutti i 3.200 dipendenti di Elica. Il termine inglese *Marshy* si riferisce a un ambiente palustre popolato da numerosi volatili. L'opera ribalta la classica

FONDAZIONE BRESCIA MUSEI: il Museo di Santa Giulia e il Parco Archeologico di Brescia Romana

Fondazione Brescia Musei è orgogliosa del primo premio CULTURA + IMPRESA nella categoria Art Bonus assegnato per i pregevoli esiti del *Rinnovo e Valorizzazione del Museo di Santa Giulia e del Parco Archeologico di Brescia Romana*. Il restauro della **Vittoria Alata**, straordinario bronzo del I secolo d.C., realizzato insieme all'Opificio delle Pietre Dure di Firenze, ha attivato il restyling del *Capitolium* nel Parco archeologico di Brescia Romana e il riallestimento della sezione *L'età Romana*. La città nel Museo di Santa Giulia.

Sono così armonizzati, in una narrazione integrata e cronologicamente coerente, i meravigliosi percorsi di visita della città antica. Un palinsesto triennale di approfondimenti editoriali e scientifici, mostre, exhibits digitali, progetti audiovisivi e di comunicazione, che hanno consolidato intorno a questo programma gli obiettivi della membership museale *Alleanza per la Cultura*, già premiata nel 2021 da CULTURA + IMPRESA con la menzione speciale *Networking in Arts*.

Brescia Musei è la fondazione di partecipazione che gestisce i cinque Musei civici bresciani, il cinema d'essai Nuovo Eden e il Castello di Brescia: tra gli obiettivi principali l'incremento, la conservazione e l'esposizione dei beni delle Collezioni civiche bresciane per promuoverne la valorizzazione, contribuendo in tal modo alla trasformazione dell'identità cittadina quale città culturale. Nel 2023 Brescia è stata Capitale italiana della Cultura.



La Vittoria Alata nel Capitolium dopo il restauro



a sinistra: Borsa di Studio per il Master in Cultura e Salute del CCW - Cultural Welfare Center - assegnata al progetto Goal Zero Area del MUSE - Museo delle Scienze di Trento

in basso: Attestato Applicazione pro bono VAAS assegnato al progetto Curiosa Meravigliosa del Comune di Reggio Emilia e Marazzi Group

Cultura e Impresa | Coltivare la Città interpreta il rapporto virtuoso tra due 'sistemi' diversi che dialogando e armonizzandosi originano progetti e iniziative di interesse pubblico e sociale

immagine della palude, per esaltare la sua natura di spazio germinale per antonomasia, generatore di biodiversità.

La **Menzione Speciale Arte Contemporanea + Impresa** è assegnata al progetto che ha saputo associare al meglio la Comunicazione d'Impresa all'Arte contemporanea nelle sue diverse forme (Arti visive, Installazioni multimediali, Urban Arts, Digital Art, Fotografia): quest'anno è stata assegnata a un progetto del Sud Italia, **Panorama Monopoli** di **ITALICS** (Unesco, Ministero della Cultura, Regione Puglia, Comune di Monopoli) con la sponsorizzazione di **Belmond**. È il primo consorzio in Italia che riunisce settanta tra le più autorevoli gallerie d'arte antica, moderna e contemporanea attive su tutta la Penisola, che a Monopoli (Bari), nel 2022 ha realizzato la seconda edizione della mostra diffusa "Panorama", uno speciale racconto dedicato ad alcune tra le località più straordinarie del paesaggio italiano. Quest'anno ha proposto un nuovo itinerario tra arte, architettura, antichità e contemporaneo, accompagnato da un calendario di occasioni di approfondimento aperte al pubblico.

La **Menzione CCR - Corporate Cultural Responsibility** - in collaborazione con *Il Salone della CSR e dell'Innovazione Sociale* - è dedicata alla valorizzazione dei progetti che hanno investito nella Responsabilità Sociale d'Impresa. È stata assegnata al progetto **Pianeta 30** di **MUBA Impresa Sociale** con la sponsorizzazione di **Hines Italy**. Il progetto Pianeta 30 nasce da un'idea di MUBA - Museo dei Bambini Milano, con il patrocinio del Comune di Milano e il sostegno di Hines Italy come sponsor, per promuovere e diffondere a bambine e bambini i temi trattati dall'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile dell'ONU.

La **Menzione Digital Innovation in Arts**, in collaborazione con **Fondazione Italiana Accenture**, è assegnata al progetto che meglio ha utilizzato tecnologie innovative e digitali per massimizzare l'efficacia e la diffusione dei contenuti culturali. Nella X Edizione è stato premiato **Swipe Your Stage!** di **Fondazione La Società dei Concerti** di Milano con il sostegno di **Fondazione TIM** e **Fondazione Cariplo**, dove per la prima volta insieme sul palcoscenico della Sala Verdi del Conservatorio di Milano tecnologia digitale e musica classica

hanno dato vita a un ambizioso progetto che porta sulla scena musicale milanese un nuovo format di fruizione della musica dal vivo. La grande musica viene così fruita in un modo innovativo grazie a un software appositamente sviluppato, 100 tablet e 4 telecamere professionali installate in sala.

La **Menzione Networking in Arts** è dedicata a chi ha saputo meglio creare e governare efficacemente pool di partner privati intorno a uno specifico progetto culturale. A vincerla è stata **Padova-Treviso-Venezia-Rovigo Capitale della Cultura d'Impresa 2022** di **Confindustria Veneto Est - Area Metropolitana Venezia Padova Rovigo Treviso**. Il progetto - che vuole diventare un'iniziativa nazionale permanente - innova la diffusione della Cultura d'impresa, protagoniste le Associazioni del Sistema Confindustria territoriale, le imprese e altre realtà delle 4 province, facendo emergere le molteplici dimensioni di incontro tra sistema produttivo e sistema creativo e culturale, a favorire la crescita e lo sviluppo delle aree urbane e metropolitane.

Nel 2023 il Comitato **CULTURA + IMPRESA** ha lavorato per sviluppare la fase empirica del **VAAS**



- **Value Analysis in Arts Sponsorship**, il modello di valutazione delle Partnership e Sponsorizzazioni culturali messo a punto con l'Università IULM in collaborazione con alcune Imprese, Associazioni e Istituzioni partner (vedi pagina 28).

Il Comitato ha deciso di premiare uno dei Progetti di sponsorizzazione concedendo la misurazione pro bono, e l'attestazione per l'Applicazione Pro Bono del VAAS è stata assegnata al progetto **Curiosa Meravigliosa del Comune di Reggio Emilia** - Servizio Servizi Culturali - Musei Civici e Fondazione Palazzo Magnani sponsorizzato da **Marazzi Group**. È un'opera d'arte pubblica realizzata da **Joan Fontcuberta**, tra i più influenti artisti contemporanei, per l'esterno di Palazzo dei Musei di Reggio Emilia. L'opera, alta 16.2 metri e larga 6.3, formata da 30 lastre in gres porcellanato disposte a formare un pavone, è l'esito delle 12mila fotografie inviate da migliaia di cittadini sui temi della curiosità e della meraviglia, combinate digitalmente da Fontcuberta con una serie di scatti provenienti dall'archivio fotografico del Museo sino a comporre un "documento-monumento", capsula collettiva della memoria della città (vedi pagina 19).

Nel 2023 il Comitato ha lavorato per sviluppare la fase empirica del VAAS, il modello di valutazione delle Partnership e Sponsorizzazioni culturali messo a punto con l'Università IULM

I PREMI FORMATIVI

Ai tre Premi d'Artista si affiancano i **Premi formativi** consegnati ai vincitori delle cinque **Menzioni speciali Cultura d'Impresa, Digital Innovation in Arts, CCR - Corporate Cultural Responsibility, Networking in Arts e Arte Contemporanea + Impresa**: sono Master e Percorsi formativi in Management e promozione culturale e Comunicazione messi a disposizione da **Fondazione Fitzcarraldo, Università IULM, Luiss Business School, 24ORE Business School, UPA e CCW - Cultural Welfare Center**.

Infine, proprio il **CCW - Cultural Welfare Center** ha deciso di devolvere una Borsa di Studio per il **Master in Cultura e Salute**, al progetto vincitore della categoria Sponsorizzazioni e Partnership Culturali, **Goal Zero Area del MUSE - Museo delle Scienze di Trento** perché le Arti e la Cultura generano anche benessere personale oltre che rappresentare un valore economico e sociale.

ARTE CULTURA E SALUTE. IL CULTURAL WELFARE CENTER

Il CCW - Cultural Welfare Center è l'unico centro di competenza italiano sulla **relazione virtuosa tra Cultura e Salute**, diventato uno dei pilastri del Cultural Work Plan europeo 2023-2026, per la fioritura delle persone e comunità.

Nato nel marzo del 2020, CCW promuove la creazione di relazioni sistematiche e sistemiche tra partecipazione ed espressione culturale e altre *policy* per affrontare sfide complesse di benessere in un quadro di equità sociale, partendo dall'accessibilità universale.

L'Ente opera su scala nazionale ed europea, con sede in due luoghi simbolo dell'innovazione sociale, unendo idealmente Nord e Sud: a Torino nel Distretto Sociale Barolo e in Sicilia a Favara (AG) presso Farm Cultural Park.

CCW agisce nella **ricerca del capacity building e dell'advocacy**, affiancando soggetti pubblici e privati, imprese, nel disegno e nell'attuazione delle politiche, su alcune sfide sociali prioritarie di impegno: lo sviluppo nella prima infanzia e la genitorialità responsiva, il ben-essere degli e delle adolescenti e l'invecchiamento attivo. Tra queste, viene data rilevanza al ben-essere nelle organizzazioni, indicato nel 2023 da OMS Region Europa (Report Culture4Health) tra le priorità di salute pubblica, a causa delle trasformazioni del lavoro dell'ultima decade.

Nel giugno 2021 ha preso avvio la CCW School che ha coinvolto oltre 2500 professionisti nella formazione al welfare culturale. In partnership con DORS-Centro di Documentazione per la Promozione della Salute-Regione Piemonte, COREP-Centro per la Formazione permanente dell'Università di Torino e dell'Università di Messina e Fondazione Fitzcarraldo, ha realizzato nel 2022 il primo Master Executive nazionale su cultura e salute. La nuova edizione partirà a novembre 2023.

CCW è impegnato dal 2021 a fianco di Fondazione Medicina a Misura di Donna, Abbonamento

Musei e Biblioteche civiche torinesi nella promozione delle azioni di sistema **"Mille Culle: nutrirsi di cultura"**, in cui i principali progetti culturali dedicati alla prima infanzia uniscono le forze in un ecosistema culturale che abbraccia Sanità, Educazione e Sociale, partendo dai primi

giorni di vita. Accompagna le Biblioteche civiche torinesi in "Nutrirsi di cultura 0-6" che estende la sfida dell'ecosistema, grazie al contributo di Fondazione Compagnia di San Paolo per il bando "Cultura per crescere".

L'Ente ha co-ideato il format **"Festa della nascita"**, dispositivo di cooperazione territoriale che ha portato a tre edizioni annuali di incontri con le famiglie alla Reggia di Venaria (25 comuni e oltre 2000 partecipanti di Famiglie 0-2 a ogni giornata) e che il 14 maggio scorso si è svolto anche nella città di Cuneo.

www.culturalwelfare.center

CCW promuove la creazione di relazioni sistematiche e sistemiche tra partecipazione ed espressione culturale e altre policy per affrontare sfide complesse di benessere in un quadro di equità sociale

La collaborazione tra ALES e il Premio CULTURA + IMPRESA per la promozione dell'Art Bonus

Nella categoria "Art Bonus d'Impresa" una vetrina di buone pratiche da Nord a Sud per facilitare l'incontro tra istituzioni culturali e mondo imprenditoriale attraverso il mecenatismo

Dal 2015 ALES S.p.A., società in house del Ministero della Cultura, gestisce e promuove per conto MiC la misura fiscale attraverso la sua divisione dedicata ai rapporti pubblico privato in ambito culturale. La collaborazione con il Premio CULTURA + IMPRESA è stata avviata nel 2016 per dare agli enti beneficiari e ai mecenati Art Bonus la possibilità di emergere tra i progetti meritevoli di attenzione per un rapporto sinergico e valoriale tra operatori culturali e mondo dell'impresa. L'introduzione, a partire dalla quarta edizione del Premio, di una Categoria specifica denominata "Art Bonus d'Impresa" ha stimolato nella struttura operativa **Ales**, che amministra la piattaforma governativa artbonus.gov.it e supporta gli enti e i mecenati nella gestione delle raccolte Art Bonus, un'attenzione speciale per individuare nei proget-

In 9 anni di Art Bonus



La Cultura e l'Impresa sono più vicine grazie all'Art Bonus



"I positivi risultati ottenuti in questi primi anni di attuazione confermano che grazie all'Art Bonus si sta invertendo una tendenza decennale che vedeva i privati poco interessati alle donazioni a favore della cultura e recuperando la leva fiscale e il mecenatismo come tasselli strategici di una nuova politica culturale. Dal punto di vista del rapporto tra imprese e istituzioni culturali, soprattutto pubbliche, la norma ha rappresentato un veicolo per rafforzare un legame basato sulla condivisione di obiettivi e la compartecipazione, superando posizioni basate su interessi contrapposti (sfruttamento economico vs. tutela) e favorendo lo sviluppo di partnership strategiche pubblico private. C'è tuttavia ancora da investire in termini di comunicazione e formazione sia verso i beneficiari sia verso i potenziali mecenati: un cambiamento culturale va accompagnato e sostenuto nel tempo".

CAROLINA BOTTI

Direttore Divisione Rapporti Pubblico - Privati Ales S.p.A.

ti nuove o consolidate dinamiche di collaborazione tra il tessuto imprenditoriale e le istituzioni culturali. Da questo screening dei dati con focus "l'impresa che investe in cultura" **sono emerse da Nord a Sud storie di mecenatismo d'impresa di grande valore**: in qualche caso per l'entità dell'investimento economico delle aziende, in altri per la capacità delle imprese di rispondere a inedite e creative forme di corporate membership attorno ad un'istituzione culturale. In altri ancora perché le imprese hanno condiviso il proprio investimento economico con le comunità territoriali di appartenenza, diventando le imprese stesse parte di comunità e reti di sostegno alla cultura che abbracciano tutta la società: semplici cittadini, fondazioni filantropiche, amministratori di enti, operatori culturali, gruppi d'interesse ecc.

Segnali che il mondo dell'impresa e quello della cultura sono un po' più vicine oggi anche grazie all'**Art Bonus** e alla sua funzione di collante e aggregatore di tanti soggetti che condividono un'importante responsabilità: quella di prendersi cura della cultura come bene comune e di avere un ruolo attivo per la sua sostenibilità. Tutti i progetti premiati nella categoria Art Bonus d'Impresa delle sette edizioni sono meritatamente diventati buone pratiche a livello nazionale, e in molti casi premiati anche dalla giuria popolare che determina i vincitori del Concorso Art Bonus del Ministero della Cultura e di Ales. La convergenza di giudizio sulla qualità di molti progetti emersa tra la giuria di eccellenza che assegna il Premio CULTURA + IMPRESA e il voto popolare dei territori che decreta i vincitori del Concorso Art Bonus significa che quei progetti hanno un valore che va oltre l'investimento economico e toccano aspetti etici, sociali e identitari. Forse proprio questi valori insiti nel mecenatismo Art Bonus sono la chiave per facilitare la comunicazione tra il mondo della cultura e il mondo dell'impresa.

Art Bonus: la chiamata alle arti

Nel 2016, presentando l'ART BONUS, l'allora Ministro della Cultura Ministro Dario Franceschini lanciò una inedita 'Chiamata alle Arti!' auspicando che la collaborazione tra operatori pubblici e privati potesse potenziarsi grazie all'inserimento di un importante e atteso beneficio fiscale: un **credito di imposta pari al 65% dell'importo donato**, per chi effettua erogazioni liberali a sostegno del patrimonio culturale pubblico italiano.

L'iniziativa ha avuto grande successo, e tuttora rappresenta una opportunità determinante per le Istituzioni culturali pubbliche italiane. Basta navigare nel sito ben congegnato e gestito da ALES www.artbonus.gov.it per comprenderne la portata. Ad esempio nella sezione degli 'Interventi' si possono conoscere in tempo reale i contributi ricevuti fino ad oggi (ottobre 2023) non solo da Enti di rilievo come la Fondazione Arena di Verona (quasi 25 milioni di euro) ma anche da realtà 'minori' come il Teatro Morlacchi di Perugia (oltre 1.3 milioni di euro) e numerosissime altre istituzioni culturali del nostro patrimonio diffuso su tutto il territorio nazionale.

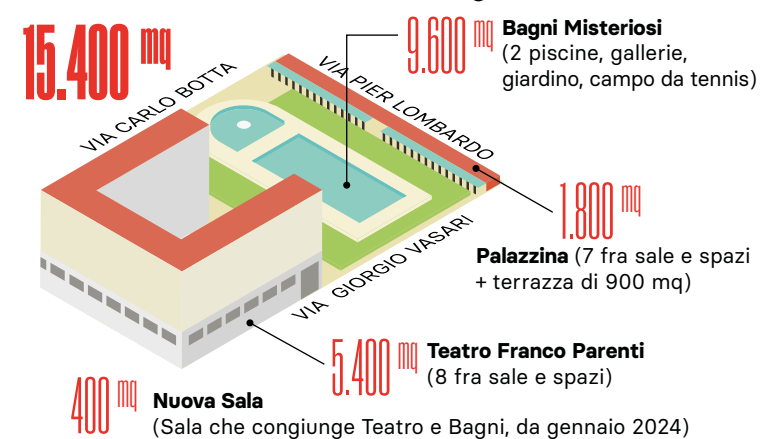
Gli interventi che si possono sostenere con un'erogazione liberale sono di tre tipologie: manutenzione, protezione e restauro di beni culturali pubblici; sostegno a istituti e luoghi della cultura pubblici, fondazioni lirico sinfoniche, teatri di tradizione ed altri Enti dello Spettacolo; realizzazione, restauro e potenziamento di strutture di enti e istituzioni pubbliche dello spettacolo. A chi spetta questo bonus?

I **soggetti** che possono beneficiare dell'Art Bonus si dividono sostanzialmente in tre categorie: **persone fisiche, enti e imprese**. Le erogazioni liberali possono essere somministrate **esclusivamente in favore del patrimonio di proprietà pubblica o di interesse pubblico**.

Per contribuire alla diffusione dell'Art Bonus dal 2016 una delle tre Categorie del Premio CULTURA + IMPRESA è dedicata all'**ART BONUS D'IMPRESA**: in collaborazione con **ALES**, in questo modo si raccolgono e valorizzano progetti culturali che hanno beneficiato di donazioni elargite da Imprese tramite Art Bonus, e che hanno mostrato particolare efficacia nell'organizzare la campagna di proselitismo e di comunicazione per la raccolta dei fondi.

A pagina 25, insieme ad altre informazioni fornite da ALES, sono indicati i **principali numeri raccolti in 9 anni di Art Bonus**.

I numeri di Teatro Franco Parenti-Bagni Misteriosi a Milano



12 mesi di programmazione **5** eventi programmati in contemporanea al giorno, inclusi gli spettacoli ai Bagni Misteriosi

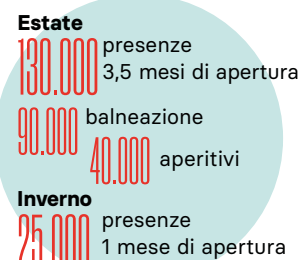
285.000 presenze all'anno fra Teatro e Bagni Misteriosi

Teatro Franco Parenti

130.000 presenze l'anno (spettacoli, concerti, festival, eventi culturali e formativi)

Bagni Misteriosi

155.000 presenze l'anno



I BAGNI MISTERIOSI. IL PALCO 'LIQUIDO' DEL TEATRO FRANCO PARENTI

"Ci voleva la follia visionaria di Andrée Ruth Shammah per immaginare che al Franco Parenti il palcoscenico da solido potesse farsi liquido. Eppure, in via Pier Lombardo, c'è l'unico teatro al mondo con piscina".

Corriere della Sera

Il Teatro Franco Parenti-Bagni Misteriosi costituisce un'opportunità per le aziende che investono nella cultura, e in particolare nell'Art Bonus. Dall'apertura nel 1973, giunto al cinquantesimo con la continuità della direzione della sua fondatrice **Andrée Ruth Shammah**, il Teatro Franco Parenti è considerato una delle realtà culturali di maggior riferimento in Italia, in costante evoluzione fra tradizione e ricerca.

Dal 1996 imprese e cittadini si sono riunite nella **Fondazione Pier Lombardo** affiancando le istituzioni in una grande opera di riqualificazione dell'intero quartiere storico compreso fra le vie Pier Lombardo, Botta e Vasari, originario degli anni '30 e restituito alla città in diverse tappe con la direzione artistica di Andrée Ruth Shammah e l'apporto di Michele De Lucchi. Fanno parte del complesso, oltre alla sede del Teatro, i Bagni Misteriosi, **vincitori del Premio CULTURA + IMPRESA nel 2016**, con 2 piscine all'aperto e una Palazzina, bellissimi esempi di ar-

chitettura razionalista tutelati dalle Belle Arti, un giardino e un campo da tennis. Di prossima ultimazione una nuova sala, luogo di congiunzione ideale fra interni ed esterni.

Grazie al fondamentale contributo dei privati, un bene culturale pubblico di proprietà del Comune di Milano, è stato salvato dal degrado e costituisce oggi un modello senza precedenti di integrazione fra cultura, sport, benessere e natura, un orgoglio per Milano e la Lombardia, un esempio per l'Europa. Amato dalla città, è abitato dal pubblico come luogo che cambia la percezione del mondo. Nella bellezza dei Bagni Misteriosi si svolgono spettacoli sull'acqua d'estate e sul ghiaccio d'inverno quando le piscine si trasformano in pista di pattinaggio con i mercati di Natale in un'atmosfera da fiaba. Per un'impresa diventare donatore significa partecipare a un progetto di **responsabilità sociale**, recuperare, grazie ad Art Bonus, il 65% della donazione con la possibilità di diventare partner a condizioni speciali. Alle aziende è infatti offerta l'opportunità di essere protagoniste in un contesto di grande impatto emozionale per accrescere reputazione e immagine condividendo valori unici quali **innovazione, bellezza, coinvolgimento e sostenibilità**.

Community, siti web, articoli, social Teatro Franco Parenti e Bagni Misteriosi

Community



2.700 Amici, donatori, personalità/opinion leader
180.000 Iscritti alla newsletter
15 invii targettizzati al mese

Visualizzazioni siti web



teatrofrancoparenti.it
5.000 visualizzazioni al giorno

bagnimisteriosi.com
4.000 visualizzazioni al giorno

Articoli online e offline



5.000 articoli online/anno
700 articoli offline/anno

FB e Instagram Teatro e Bagni Misteriosi

f **60.000** FB Teatro / **56.000** like
40.000 FB Bagni Misteriosi / **38.700** like

@ **22.400** Instagram Teatro
23.700 Instagram Bagni Misteriosi

VAAS - VALUE ANALYSIS IN ARTS SPONSORSHIP

Misurare gli Investimenti in Sponsorizzazioni e Partnership Culturali

Le Imprese – e allo stesso tempo le Istituzioni e gli Operatori culturali – richiedono modalità di **analisi e misurazione di impatto** delle **Sponsorizzazioni e Partnership Culturali**.

È oggi diffusamente condiviso che comunicare attraverso le Arti e la Cultura rappresenta per le Imprese una modalità distintiva ed efficace creando valore aggiunto in termini reputazionali, mediatici e relazionali e – se ben gestita – contribuendo ad acquisire maggiore competitività, anche nello scenario internazionale: ne sono testimoni i numerosi casi valorizzati nelle dieci edizioni del Premio CULTURA + IMPRESA.

Peculiarità degli investimenti in Cultura – o secondo la definizione di The Round Table *‘comunicare con l’Arts Factor’* – è di incidere su diverse dimensioni della Comunicazione d’Impresa, da quella Corporate a quella di Marketing, dalla Comunicazione interna a quella Istituzionale. Oggi inoltre le Arti e la Cultura sono considerate a tutti gli effetti anche modalità di declinazione delle proprie strategie di Sostenibilità – in particolare la Sostenibilità Sociale – adottando percorsi di *CCR - Corporate Cultural Responsibility* (definizione questa dovuta all’Associazione Civita).

A fronte della complessità crescente della Comunicazione dell’Impresa, che deve poter sempre verificare i risultati e i benefici dei propri investimenti, il tema della Misurazione degli investimenti in Sponsorizzazioni e Partnership Culturali diventa cruciale, al fine di incentivare l’adozione e anche a beneficio delle Istituzioni e degli Operatori culturali pubblici e privati.

Nel 2018 – verificata l’assenza di strumenti misurativi delle Sponsorizzazioni culturali non solo in Italia, ma a livello europeo – il Comitato CULTURA + IMPRESA in collaborazione con l’**Università IULM** e grazie al contributo di **Fondazione Cariplo** e di **ALES** ha creato il **VAAS** -

Value Analysis in Arts Sponsorship, il primo Modello di Valutazione delle Sponsorizzazioni e delle Partnership Culturali. La prima fase ha consentito di **definire il Modello e il relativo coefficiente numerico di misurazione**. Una seconda fase – avviata e conclusa nel 2023 grazie al contributo di alcune Istituzioni, Imprese e Associazioni (vedi oltre) – è la **verifica empirica**, ovvero l’applicazione del Modello a casi concreti, verifica che ha generato i necessari aggiustamenti per rendere il VAAS capace di interpretare al meglio gli obiettivi e le opportunità di misurazione delle Imprese.

IL VAAS, IN BREVE

Il **Modello VAAS - Value Analysis in Arts Sponsorship** consente di valutare e misurare l’efficacia della Sponsorizzazioni e Partnership Culturali in funzione degli obiettivi inizialmente previsti dallo Sponsor, in accordo con lo Sponsee, rispetto a un progetto culturale di cui si è stati protagonisti, analizzando **6 variabili: Comunicazione,**

Cultura organizzativa, Relazioni con gli stakeholder, Performance, Territorio, Sostenibilità.

Diverse le sue funzionalità per le Imprese: adottare le variabili e i parametri di valutazione come metodo per definire gli obiettivi di sponsorizzazione propedeuticamente all’accordo; valutare se e in che misura gli obiettivi inizialmente prefissati sono stati ottenuti; valutare quali tipologie di progetto e iniziativa culturale risultano essere maggiormente performanti rispetto agli obiettivi dati, a sostegno della decisione su iniziative future; argomentare all’esterno la presenza di criteri di riferimento per governare al meglio la gestione dei ‘no’ rispetto alle richieste di Sponsorizzazioni ricevute.

È oggi diffusamente condiviso che comunicare attraverso le Arti e la Cultura rappresenta per le Imprese una modalità che crea valore aggiunto in termini reputazionali, mediatici e relazionali

IL VALORE DI UN INVESTIMENTO IN CULTURA. IL MODELLO DI MISURAZIONE VAAS

di Stefania Romenti



L’idea che l’arte e la cultura possano essere strumenti utili per raggiungere in modo più efficiente ed efficace gli obiettivi di business di un’impresa sta diventando una convinzione sempre più diffusa tra gli operatori privati e pubblici. Fino ad alcuni anni fa, era più frequente pensare che fossero investimenti a “fondo perduto” e che le scelte in merito fossero effettuate in linea più con le sensibilità personali dei manager, che per supportare lo sviluppo della strategia aziendale.

Le aziende hanno iniziato così a riflettere sui propri obiettivi di business, scegliendo di conseguenza le forme di investimenti culturali più coerenti per raggiungerli. A fronte di questi sforzi è diventato sempre più importante analizzare e misurare in che modo l’arte e la cultura abbiano un effettivo impatto su questi obiettivi, e avere a disposizione metriche e strumenti per capire se e come modificare un investimento effettuato. Il modello VAAS è stato creato a questo scopo, grazie al dialogo tra Università IULM, il Comitato CULTURA + IMPRESA, alcuni esponenti di imprese e organizzazioni che investono in cultura. Possiamo sintetizzare le principali caratteristiche del modello nelle seguenti:

l’adozione di una prospettiva formativa alla misurazione. Il modello ha l’obiettivo di misurare il valore creato da un investimento in arte e cultura, adottando non solo una prospettiva rendicontativa, ma anche formativa. Rendicontare implica capire in che misura un progetto culturale ha avuto un impatto sul raggiungimento degli obiettivi, e quindi valutare il valore complessivo (anche quantitativo) creato a conclu-

sione del progetto. Il modello, quindi, aiuta le imprese anche a comprendere i motivi per i quali sono stati raggiunti alcuni risultati e non altri, le ragioni per le quali alcuni obiettivi sono stati soddisfatti e altri meno. **l’approccio multidimensionale alla misurazione del valore.** Il valore creato dagli investimenti culturali è composito e ricco; pertanto, un modello di misurazione deve cercare di monitorare tutte le dimensioni di tale valore. Grazie a un’analisi della letteratura scientifica internazionale nel campo del management dell’arte e della cultura, è stato possibile individuare sei aree di creazione del valore: comunicazione e visibilità dello sponsor, coinvolgimento dei dipendenti dell’impresa che investe, miglioramento e consolidamento delle relazioni tra l’impresa e le diverse categorie di stakeholder, incentivo alle vendite di prodotti/servizi, sviluppo dell’impatto sociale ed eco-

nomico a favore del territorio di riferimento, contributo al raggiungimento di uno o più obiettivi di sviluppo sostenibile dell’Agenda 2030. Di ciascuna delle sei aree, grazie all’analisi di oltre 60 studi scientifici realizzati, sono state individuate delle ulteriori sottodimensioni e i relativi 104 indicatori di misurazione.

la creazione di un indice numerico adattabile. Un’ulteriore caratteristica del VAAS è la sua modularità, ovvero la possibilità di adattarlo e di personalizzarlo rispetto alle specificità di un progetto e agli obiettivi di business che un’azienda si pone. Per impiegare il VAAS un’impresa deve partire da una riflessione sugli obiettivi attribuiti al progetto culturale, definendone il peso. Il valore complessivo calcolato sarà specifico per quella realtà che ha investito e per il progetto culturale preso in considerazione in un determinato momento. I risultati ottenuti consentono di confrontare il valore creato da progetti culturali diversi, oppure tra progetti simili ma realizzati in periodi temporali differenti.

Ogni modello di misurazione necessita di una base scientifica e concettuale, senza la quale perderebbe la solidità, il rigore e porterebbe a risultati poco affidabili nel tempo. Ma ogni modello teorico ha anche bisogno di essere applicato alla realtà, di essere adattato per capirne i limiti e le potenzialità. Grazie alla sperimentazione in atto con la collaborazione di alcune imprese, il modello teorico del VAAS è in fase di applicazione e rifinitura per fare in modo che sia soprattutto utile nel mondo professionale.



COME È STATO CREATO IL VAAS

L'elaborazione del VAAS ha seguito un percorso a 5+1 tappe:

1. MAPPATURA DEI MODELLI E DEGLI INDICATORI ESISTENTI

È stata condotta dall'Università IULM, con il coordinamento della professoressa **Stefania Romenti**, un'analisi sui modelli di valutazione dei progetti culturali esistenti nella letteratura scientifica (italiana e internazionale) e sugli indicatori più impiegati nei rapporti di ricerca sul tema.

2. INTERVISTE A IMPRESE

Sono state intervistate diverse Imprese, Agenzie di comunicazione e Centri Media (compreso un workshop organizzato all'Università IULM alla presenza di 12 Manager di questi settori, cui ha partecipato anche una Istituzione culturale) impegnati in progetti di sponsorizzazione culturale, con cui si è verificato come misurano i loro impatti, quali obiettivi si pongono e quali sono le criticità legate alla misurazione di tali obiettivi.

3. INDIVIDUAZIONE DELLE 6 VARIABILI E DI UNA GRIGLIA DI INDICATORI

Dall'analisi della letteratura, delle interviste e dell'esperienza maturata nel tempo sul campo sono state individuate le **6 Variabili-guida** e una griglia di **104 Indicatori quali-quantitativi**.

4. SVILUPPO DI UNA PIATTAFORMA SOFTWARE DI CALCOLO AUTOMATICO DI UN INDICE DI EFFICACIA

Grazie a una piattaforma costruita ad hoc e basata su un algoritmo che misura in che percentuale il progetto culturale stia raggiungendo i propri obiettivi, è possibile constatare quanto sia stato

efficace l'investimento, il ritorno e gli impatti in base agli obiettivi prefissati.

5. PRE-TEST CON IMPRESE INTERVISTATE

La piattaforma viene testata con le Imprese e i Progetti partner della fase di Sviluppo empirico (vedi oltre) in modo da verificarne il corretto funzionamento.

6. PRESENTAZIONE PUBBLICA DEL VAAS

Il VAAS viene presentato all'Università IULM (previsione inizio anno 2024) invitando Imprese, Agenzie di Comunicazione, Istituzioni culturali pubbliche e private, Operatori dell'Informazione di marketing e comunicazione.

I PARTNER DELLA FASE DI SVILUPPO EMPIRICO

Diverse Imprese e realtà protagoniste nel 2022 di Sponsorizzazioni e Partnership Culturali in ambiti e con merceologie differenti si sono rese disponibili a cogliere l'opportunità di partecipare a questa fase in affiancamento ai Team dell'Università IULM e del Comitato CULTURA + IMPRESA per applicare il Modello VAAS e misurarne il ritorno e l'impatto rispetto ai propri obiettivi. I Partner sono **A2A, Fastweb, Fondazione Arena di Verona, Illycaffè, Istituto per il Credito Sportivo, Lavazza Group e Repower**. **ALES** e **Confindustria Cuneo** hanno inoltre sostenuto questa fase di sviluppo del VAAS.

A questi Partner si è aggiunto **Marazzi Group** a cui - in occasione dei 10 anni del Premio CULTURA + IMPRESA - il Comitato CULTURA + IMPRESA ha assegnato l'attestazione per l'Applicazione 'pro bono' del VAAS per il progetto **Curiosa Meravigliosa** nato dalla collaborazione tra il **Comune di Reggio Emilia** - Servizio Servizi Culturali - Musei Civici e Marazzi.



A2A Life Company - 2 progetti:
Il **Concerto di Natale** ha chiuso con l'eleganza della musica antica la Stagione 2022 del Teatro Grande di Brescia, di cui A2A è da anni tra i Fondatori e tra i più attivi sostenitori. A 29 anni dal tragico attentato mafioso di via Palestro a Milano, l'Amministrazione e l'artista **Maurizio Cattelan** promuovono **NINNANANNA**, un concerto gratuito di musica classica, ospitato nella cornice del Cimitero Monumentale e reso possibile grazie al sostegno di A2A.



Illycaffè
All'edizione 2022 di **Frieze London**, l'azienda ha celebrato i 30 anni delle **illy Art Collection** presentando la nuova collezione firmata da **Pascale Marthine Tayou**, uno dei più importanti artisti contemporanei, rappresentato da GALLERIA CONTINUA.



Lavazza
Con il progetto **Under a Coffee Tree**, Lavazza prosegue nella Partnership con Triennale Milano, iniziata nel 2019. L'opera di **Francis Kéré** è uno strumento per comunicare l'impegno dell'azienda, che intreccia il mondo dell'Arte a quello della Sostenibilità.



Fastweb
STEP FuturAbility District è un nuovo modello di spazio aperto alla comunità, dove vivere un'esperienza immersiva di riflessione sul futuro.



Fondazione Arena di Verona
L'iniziativa **67 Colonne per l'Arena** ha l'obiettivo di creare una Corporate Membership annuale animata da sostenitori sempre nuovi, grandi aziende e piccoli imprenditori, accomunati dal desiderio di contribuire attraverso l'Art Bonus, al consolidamento del valore sociale ed economico del Festival veronese.



Repower Italia
Partendo dal più ampio progetto di sponsorizzazione della Mostra del Cinema di Venezia, Repower ha focalizzato la misurazione sulla specifica iniziativa dedicata alla **Nautica Elettrica**, ovvero lo sviluppo di due imbarcazioni elettriche compatibili con i canali veneziani, utilizzate durante la Venice Fashion Week.

CULTURA+impresa



COMITATO CULTURA + IMPRESA

Presidente
Francesco Moneta

UNIVERSITÀ IULM

Professore associato in Strategic communication
Stefania Romenti

Il Modello VAAS
Value Analysis in Arts Sponsorship
è stato realizzato grazie al contributo di



10 anni del Premio CULTURA + IMPRESA Una visione d'insieme

di FRANCESCO MONETA

Presidente del Comitato CULTURA + IMPRESA

Il Premio CULTURA + IMPRESA è arrivato nel 2023 alla **X Edizione** affermandosi come il più importante Osservatorio di benchmarking nell'ambito delle **Sponsorizzazioni e Partnership Culturali, Produzioni Culturali d'Impresa e Art Bonus d'Impresa**.

Dalla prima edizione – quando al Palazzo delle Stelline di Milano abbiamo assegnato il Primo Premio ex-aequo ai progetti *Pappano in Web (Accademia Nazionale Santa Cecilia & Telecom Italia)* e *Riapertura del Museo di Palazzo Mocenigo con i nuovi percorsi del profumo (Fondazione Musei Civici di Venezia & Mavive)* - fino al luglio del 2023 (con la consegna a Roma di nove Premi, nella sede dell'Associazione Civita) abbiamo assegnato **90 riconoscimenti**, di cui 65 a singole Imprese e 30 a 'sistemi di Imprese' (Pool di Sponsor, Associazioni di categoria, Network di Corporate Membership), spesso insieme ai rispettivi Partner culturali, pubblici e privati.

In dieci anni abbiamo anche compiuto un vero e proprio viaggio nell'Italia della relazione virtuosa tra Cultura e Comunicazione d'Impresa, toccando **14 Regioni**, dal Trentino alla Sicilia, dove la Lombardia ha conquistato un terzo dei riconoscimenti (31), seguita da alcune Regioni con risultati ragguardevoli: Veneto (12), Lazio (11), Emilia-Romagna (10). Questo può essere considerato il termometro di dove sono collocate le Imprese più aperte agli investimenti culturali, che trovano nel proprio territorio Istituzioni culturali avvantaggiate da questa contiguità, ma al tempo stesso spesso attrezzate con proposte innovative ed efficaci, tali da meritare l'attenzione dei Partner privati. I progetti di Corporate Membership e di 'Networking in Arts' ad esempio della **Fondazione Guggenheim di Venezia**, della **Fondazione Brescia Musei** e del **Museo Nazionale della Scienza e della Tecnica Leonardo da Vinci di Milano** meriterebbero di essere studiati nelle Regioni del Sud, così come le dinamiche di successo del **MUSE - Museo della Scienza di Trento** e quelle che hanno portato significativi risultati con l'Art Bonus allo **Sferisterio di Macerata** e all'**Arena di Verona**. Nell'insieme Campania, Puglia e Sicilia hanno raccolto 10 riconoscimenti, pochi rispetto alla ricchezza della loro produzione culturale, che talvolta considera 'accessoria' l'alleanza con le Imprese. Attività di informazione e formazione in questo senso sono raccomandabili e per questo proveremo a favorirle.

10 ANNI DI PREMIO CULTURA + IMPRESA IN NUMERI

30

Premi d'Artista consegnati

231

Giurati impegnati

90

Progetti premiati

60

Premi Formativi consegnati

59

Menzioni Speciali assegnate

170

Partnership attivate

28

Media Partnership attivate

204

Progetti valutati in Short List

Generali Valore Cultura. Proteggiamo le emozioni

Il compito dell'assicuratore è quello di **proteggere**: beni come l'automobile, l'abitazione, la salute e il futuro, anche quello dei propri cari. Nel caso di Generali lo fa proteggendo **anche le emozioni**: una promessa con cui la Compagnia si impegna a **sostenere le migliori occasioni culturali del Paese**.

Un impegno, quello nel campo dell'arte, realizzato con il **progetto Generali Valore Cultura**. "Generali Valore Cultura - spiega Riccardo Acquaviva, responsabile comunicazione di Generali Italia - è il programma che unisce la nostra mission storica di protezione delle persone alla consapevolezza di essere l'assicuratore numero uno in Italia, chiamato quindi a rispondere a una responsabilità sociale. Crediamo fortemente che in un Paese straordinario come il nostro, arte e cultura siano risorse decisive per generare valore economico, sociale e culturale sia per le comunità sia per i territori. Ci impegniamo quindi a fare la nostra parte per contribuire in maniera concreta a rendere l'arte, nelle sue varie forme, più accessibile per tutti".

Accessibilità, dialogo con le istituzioni, cura per le comunità e i territori: con l'idea che **fornire attraverso l'arte strumenti di crescita sociale alla comunità** sia un dovere da parte delle imprese, per contribuire a ciò che è di tutti e che genera **la più grande ricchezza: le emozioni**. Queste le chiavi interpretative di una serie di iniziative nell'ambito artistico e culturale, che dal 2016 Generali Valore Cultura realizza con progetti diffusi in tutte le regioni italiane.

Per la sua realizzazione, Generali si è attivata su diverse direttrici.

Innanzitutto, ha consolidato la **collaborazione con i grandi teatri lirici italiani e con le Fondazioni culturali**, per supportare progetti formativi dedicati alle nuove generazioni. Un rapporto storico è per esempio quello che lega Generali al

Teatro La Fenice di Venezia e al Teatro S. Carlo di Napoli, con cicli di laboratori di propedeutica musicale per far vivere il teatro ai più piccoli e attività di coinvolgimento dei ragazzi delle scuole superiori spettacoli aperti a tutta la città.

Il secondo campo in cui Generali Valore Cultura si muove è quello delle **grandi mostre d'arte**. Grazie alla partnership con Arthemisia, società leader nella produzione e realizzazione di esposizioni artistiche, Generali Valore Cultura **rende accessibile l'arte** moderna e contemporanea alle persone e alle famiglie, consentendo a tutti di vivere da protagonisti momenti di coinvolgimento ed emozione.

Non meno significativo è **l'impegno per la tutela del patrimonio artistico**. Da Palazzo Morosini, una delle sedi storiche di Generali a Venezia, diventato uno spazio aperto a progetti artistici internazionali a Palazzo Bonaparte a Roma, restaurato da Generali e messo a disposizione della comunità con il suo spazio Generali Valore Cultura. Più recente l'inaugurazione dello spazio Generali Valore Cultura al Museo Bailo di Treviso, un'area del palazzo dedicata alle mostre temporanee riaperta dopo un importante restauro.

Infine, c'è l'impegno a **recuperare il valore dei territori** attraverso progetti di innovazione tra tecnologia e arte contemporanea. È il caso di Ca' Corniani Terra d'Avanguardia, storico territorio di oltre 1.770 ettari di entroterra nella Laguna Veneta, recuperato con installazioni che danno nuovo valore al binomio arte e agricoltura.

Generali Valore Cultura si è aggiudicata il **Premio CULTURA + IMPRESA nel 2016** ed è stata premiata con il **Leone d'oro all'MF Insurance & Previdenza Awards nel 2018** come migliore campagna istituzionale che abbia saputo divulgare importanti valori etici, artistici e culturali legati ai territori.



ARTE GENERALI

Sicurezza e protezione sono alla base di ARTE Generali, la business unit dedicata alla cura di ogni forma d'arte e della sua trasmissione da una generazione all'altra. ARTE Generali offre **soluzioni di protezione e assistenza per i collezionisti d'arte e le istituzioni museali**. Le soluzioni *all risk* sono pensate su misura sia per i collezionisti privati e gli appassionati sia per i musei e le aziende che custodiscono patrimoni.

LE PROCURATIE DI VENEZIA

Nel 2022, con il patrocinio dei Ministeri della Cultura e del Turismo, Generali ha aperto al pubblico le Procuratie Vecchie in piazza San Marco a Venezia, dopo un complesso lavoro di recupero durato cinque anni ad opera dello studio David Chipperfield Architects Milan. Nell'edificio con oltre 500 anni di storia che si estende lungo l'intero lato nord della Piazza ha casa l'iniziativa di **Generali The Human Safety Net**, che ha l'obiettivo di **supportare le persone che vivono in condizioni di vulnerabilità**. Il terzo piano ospita l'esposizione *A World of Potential*, hub interattivo che offre ai visitatori un'esperienza personalizzata di The Human Safety Net e del suo lavoro a favore delle persone svantaggiate in 25 Paesi del mondo.

Delle 65 Imprese premiate alcune sono ricorrenti: **Il Gruppo TIM** - già Telecom con la relativa Fondazione (4); **Il Gruppo FS**, con la relativa Fondazione (4); **Intesa Sanpaolo, Unicredit ed Edison** (3). Nel tempo alcune di queste hanno smorzato la loro attenzione nei confronti della Cultura, altre l'hanno potenziata. Se il settore Bancario e Assicurativo e quello dell'Energia rappresentano quelli attualmente più impegnati con la Cultura, da considerare con attenzione sono le Imprese di merceologie assortite che con questo rapporto declinano spesso la loro strategia di Sostenibilità Sociale, dal *Real Estate* al *Caf-fè*, dal *Consulting* alla *Metalmeccanica*. La CCR - Corporate Cultural Responsibility, è un territorio valoriale che le Istituzioni e gli Operatori culturali pubblici e privati dovrebbero osservare con grande attenzione per proporre collaborazioni che vadano in questa direzione. Lo conferma anche la Ricerca *'Investire nella Cultura a Cuneo'* che abbiamo recentemente realizzato per **Confindustria Cuneo**.

Voglio evidenziare alcuni progetti premiati che hanno rappresentato e rappresentano altrettanti 'casi' di innovazione nella strategia di attenzione delle Imprese all'Arts Factor, tali da meritare di essere replicati altrove, in altri territori e da altre Imprese non necessariamente assimilabili. In ordine sparso: *Piano City* a Milano oggi è una manifestazione ricorrente e di successo che è nata 10 anni fa grazie alla lungimiranza di **Edison e Intesa Sanpaolo**; il *Pacco d'Artista* di **Poste Italiane** e **OVS Arts of Italy** sono esempi brillanti di come con l'Arte contemporanea si possono innovare prodotti e servizi ad ampia diffusione; *SCHEMA* by **Samsung** per le Gallerie dell'Accademia di Venezia e *Swipe your stage* by **Fondazione TIM** per la Società dei Concerti di Milano sono esempi di come l'Impresa può offrire elevato valore aggiunto al proprio Partner culturale non tanto impegnando ingenti risorse economiche, ma mettendo a disposizione il proprio know-how, che a sua volta viene esaltato valorizzando la sua applicazione in un contesto culturale.

La **Cultura d'Impresa** può essere rappresentata e diffusa con **Musei d'Impresa innovativi** (come è *Nuvola Lavazza* - Hub delle Idee, a Torino), con **Esposizioni tematiche** in sintonia con il presente e con il futuro (come è *STEP - Futurability District* di **Fastweb**, a Milano) o con **'messe in scena multidisciplinari'** (come è il *Cartastorie*, Museo dell'Archivio storico del **Banco di Napoli**). L'Arte può produrre benessere e salute per le persone: è il **principio che muove il progetto 'Opere in parole' che vede collaborare da tempo Humanitas Gavazzeni** e l'Accademia Carrara di Bergamo, un altro caso di studio che dovrebbe essere replicato in ogni Città dove sono presenti un Ospedale e un Museo.

In dieci anni abbiamo compiuto un vero e proprio viaggio nell'Italia della relazione virtuosa tra Cultura e Comunicazione d'Impresa

Infine, forse scontato affermarlo ma meritevole di essere sottolineato, nelle dinamiche tra Impresa e Cultura la differenza la fanno anche **le Persone**: leadership, passione, capacità di relazione sono state l'arma vincente di progetti come *la Riqualificazione dell'ex Centro Balneare Caimi, oggi Bagni Misteriosi*, a Milano, creatura di **Andrée Ruth Shammah**, o come il *Festival Le Vie dei Tesori in Sicilia*, che non esisterebbe senza la determinazione di **Laura Anello**.

Con le nostre Menzioni Speciali (quest'anno dedicate a *Cultura d'Impresa, Corporate Cultural Responsibility, Digital Innovation in Arts, Networking in Arts, Arte Contemporanea + Impresa*), ogni anno in parte diverse,

abbiamo accompagnato l'evoluzione del rapporto tra Cultura e Comunicazione d'Impresa. Il viaggio e l'esplorazione delle 'buone pratiche' continua, con l'obiettivo di valorizzarle e condividerle con il 'Sistema Cultura' e il 'Sistema Impresa'.

I Luoghi dei 10 Workshop di premiazione del Premio CULTURA + IMPRESA

- | | |
|--------------------|---|
| 1 Edizione | Fondazione Palazzo Stelline Milano + Museo Nazionale Romano |
| 2 Edizione | Camera di Commercio di Milano |
| 3 Edizione | Triennale di Milano |
| 4 Edizione | Fondazione Feltrinelli - Milano |
| 5 Edizione | BASE Milano - Milano |
| 6 Edizione | Il Sole 24ORE - Milano |
| 7 Edizione | Online |
| 8 Edizione | Online |
| 9 Edizione | ADI Design Museum - Milano |
| 10 Edizione | Associazione Civita - Roma |

Cimbali Group e MUMAC. Una storia tutta italiana

MUMAC - Museo della macchina per Caffè di **Cimbali Group**, è la prima e più grande esposizione permanente dedicata alla storia, al mondo e alla cultura delle macchine per il caffè espresso professionali.

Nato nel 2012 nell'headquarter di Binasco in occasione del centenario della fondazione dell'impresa da parte di Giuseppe Cimbali a Milano, il museo ha l'obiettivo di tutelare il patrimonio italiano di un intero settore del made in Italy, di diffondere la cultura delle macchine per caffè espresso e della qualità dell'espresso italiano nel mondo e di esprimere riconoscenza nei confronti del territorio.

MUMAC è un museo d'impresa unico nel suo genere, che racconta oltre 120 anni di evoluzione della storia, della tecnologia, del design, degli usi e dei costumi legati al consumo della bevanda e dello stile italiano, non solo legati ai prodotti dei brand del Gruppo, La Cimbali e Faema in primis, ma di tutte quelle imprese e marchi che hanno rappresentato le pietre miliari di un intero settore del made in Italy, diventando così "IL" museo della macchina per caffè tout-court e non solo un puro museo d'impresa.

Nelle 7 sale in cui si snoda il museo, convergono i fondi appartenenti alla famiglia Cimbali e a Enrico Maltoni, il più grande collezionista di macchine per caffè espresso professionali: un corpus di circa 350 pezzi, di cui oltre 100 esposti e gli altri a disposizione per rotazioni interne e prestiti worldwide. Lo spazio di MUMAC costituisce un hub culturale formato dall'esposizione museale con le macchine dagli albori ad oggi, da Mumac Library, la biblioteca con volumi dedicati al mondo del caffè a partire dal 1592 ai giorni nostri, dall'archivio storico con decine di migliaia di documenti anche digitalizzati, da Mumac Academy, centro di formazione e diffusione della cultura del caffè con corsi rivolti ai professionisti del settore e ai coffee lovers, e dall'Hangar 100, uno spazio annesso multifunzionale per esposizioni temporanee ed eventi.

MUMAC esprime la consapevolezza di Cimbali Group della importanza della Corporate Cultural Responsibility come luogo aperto al pubblico, deputato ad ospitare eventi e iniziative per dipendenti, clienti e visitatori da ogni parte del mondo. Aderisce a Museimpresa, associazione dei musei e archivi d'impresa, e a ICOM-International Council of Museums.

INTERVISTA A BARBARA FOGLIA MUMAC DIRECTOR

MUMAC, per due edizioni del Premio CULTURA + IMPRESA, ha ottenuto meriti riconosciuti: ce ne parla brevemente Barbara Foglia.

Abbiamo partecipato al Premio CULTURA + IMPRESA fin dall'edizione del 2016 quando abbiamo ottenuto la Menzione Speciale per il progetto MUMAC Library, la Biblioteca storica del caffè, appena inaugurata, e poi una seconda volta nel 2021 per il progetto "Pausa Caffè MuseoCity".

Il premio a MUMAC Library, Biblioteca storica del caffè, ha riconosciuto l'impegno a diventare un punto di riferimento nella diffusione della cultura del caffè per i pubblici di riferimento, oltre che luogo di ricerca per dipendenti, studiosi e appassionati.

Cosa possiamo dire, invece, di "Pausa Caffè MuseoCity"?

Il secondo progetto invece nasce dalla proposta di trasformare l'annuale kermesse culturale "diffusa", Milano MuseoCity, cancellata ad una settimana dalla sua inaugurazione, in un nuovo progetto chiamato "Pausa Caffè". Avendo dovuto rimodulare gli impegni, gli eventi e le iniziative previste per il 2020, appena partito e già chiuso a causa della pandemia, l'idea giunta da Silvia Adler è stata tanto tempestiva quanto efficace. "Vogliamo dare voce ai musei in un momento in cui molti di loro si ritrovano senza, con un podcast chiamato "Pausa Caffè!", un'iniziativa affine al mondo dei musei e, allo stesso tempo, a quello del caffè. Siamo orgogliosi di aver sostenuto un progetto che ha dato significato profondo ad un'azione di sponsorizzazione, rendendo evidente l'impegno di MUMAC e, di conseguenza di Cimbali Group, come sostenitori di una cultura che non doveva e non poteva fermarsi, più che mai in un momento storico del genere!



Volumi MUMAC Library	1.300
Documenti archivio storico	25.000
Interviste a direttori musei e altri contenuti podcast <i>Pausa Caffè</i>	40 tracce audio
Ascolti on line del podcast <i>Pausa Caffè</i>	60.000 on demand
Visitatori/anno	6.000
Macchine in collezione	350
Eventi interni/anno	50
Eventi aperti al pubblico gratuiti/anno	20
Eventi scuole/Università/Master	15
Prestiti pezzi/anno	10

I Premi d'Artista

Durante il workshop di Premiazione ogni anno vengono consegnati ai vincitori delle tre categorie di partecipazione - **Sponsorizzazioni e Partnership Culturali**, **Produzioni Culturali d'Impresa** e **Art Bonus d'Impresa** - dei 'Premi d'Artista' progettati e realizzati ad hoc per il Premio CULTURA + IMPRESA.

Nelle ultime edizioni ricordiamo le lettere della serie 'Alphatype' di **Lorenzo Marini** (2022); l'opera fisica e multimediale 'Connessioni' di **Lia Pascaniuc** (2021); gli arazzi in plastica riciclata di **Giovanni Bonotto** (*Barocco 4.0* - 2020); le opere fotografiche in ferro e plexiglas di **Paola Risoli** (*P101-Art, Omaggio ad Adriano Olivetti* - 2019); i sassi di fiume in marmo



Lorenzo Marini, *Alphatype*, 2022



Jago, *Container*, 2018

di **Jago** (*Container* - 2018); i meteoriti sospesi in un cubo di vetro di **Silvia Iorio** (*De-Siderium*, 2017); i poster di **Tomoko Nagao** (*Botticelli Pop* - 2016); le opere di **Shuhei Matsuyama**; i tre vasi *Cultura e Impresa | Coltivare la Città* di **Cittadellarte - Fondazione Pistoletto ONLUS** (2023).

Se ai vincitori dei tre primi premi di categoria vengono consegnati i tre 'Premi d'Artista', alle **Menzioni Speciali** sono assegnati invece i 'Premi formativi', ossia Master e Percorsi formativi in Management e promozione culturale e di Comunicazione messi a disposizione dai Partner accademici del Premio (vedi a pagina 24).



Paola Risoli, *P101-Art, Omaggio ad Adriano Olivetti*, 2019



Lia Pascaniuc, *Connessioni*, 2021



Silvia Iorio, *De-Siderium*, 2017

Un viaggio alla scoperta delle Cabine d'Autore di E-Distribuzione

Vi è mai capitato di viaggiare per l'Italia e di notare, attraversando in treno le campagne della Toscana oppure percorrendo in macchina le strade della Sicilia, una cabina dipinta? Quella che avete visto è solo una delle tantissime street art del progetto Cabine d'Autore di E-Distribuzione, un'iniziativa che ha dato nuova vita alle infrastrutture elettriche sparse sul territorio italiano, coinvolgendo artisti di fama nazionale e internazionale. E-Distribuzione è la più grande società in Italia nel settore della Distribuzione e Misura di energia elettrica, al servizio di oltre 31,5 milioni di clienti. La sua rete viaggia da Nord a Sud attraverso più di 1.150.000 Km di rete, raggiungendo circa 7.500 Comuni e distribuendo valore al servizio del Paese nel rispetto della salute e sicurezza delle persone e dell'ambiente. Le cabine elettriche, distribuite su tutto il territorio e spesso integrate con il contesto urbano, sono parte essenziale della rete e del business di E-Distribuzione. Nell'ottica di una sempre maggiore attenzione al rispetto ambientale e agli interventi sostenibili, l'Azienda promuove la realizzazione di opere di street art sulle proprie infrastrutture che, nelle mani degli artisti, diventano vere e proprie tele. Il progetto nasce nel 2016 in maniera spontanea con le prime opere, per consolidare la

vicinanza al territorio valorizzando le bellezze dei comuni italiani, oltre che per favorire lo sviluppo locale di una coscienza artistica e culturale e per promuovere gli aspetti della sostenibilità urbana. Da allora è stato un susseguirsi di nuove realizzazioni che hanno interessato tutta Italia.

Il successo del progetto - che ha ottenuto la **Menzione Speciale CCR - Corporate Cultural Responsibility** nell'edizione 2020 - 2021 del **Premio CULTURA + IMPRESA** - è dimostrato anche dal fatto che tutte le sue diverse iniziative tematiche hanno raggiunto milioni di visualizzazioni sui social. Questi spin-off, da Cabine in Rosa alle Cabine del Paradiso fino a Cabine d'Autore a Procida, sono infatti riusciti a mettere in luce la versatilità del murale come forma artistica e veicolo di messaggi ambientali, sociali e culturali.

E-Distribuzione sta quindi dando vita ad un vero e proprio museo a cielo aperto. Un museo che continua a crescere e ad arricchirsi grazie alla collaborazione con artisti locali, amministrazioni comunali, associazioni culturali e scuole. Da presidi fondamentali per garantire il servizio le infrastrutture si integrano sempre di più nel territorio e la rete elettrica si trasforma così anche in rete artistica.



IL VALORE AMBIENTALE, SOCIALE E CULTURALE DELLE CABINE D'AUTORE

Cabine d'Autore ha origine come iniziativa di riqualificazione, come dono che E-Distribuzione vuole lasciare al territorio. La forte impronta sociale e sostenibile deriva dal fatto che le opere sono realizzate per e con le comunità, all'interno di iniziative che l'Azienda accoglie con piacere. Vivacizzando i quartieri e gli angoli più grigi delle città, il progetto permette un rinnovamento della percezione collettiva attorno alle infrastrutture elettriche, che diventano parte integrante del paesaggio urbano.

I murali promossi da Cabine d'Autore sono sostenibili anche grazie all'uso di vernici in grado di abbattere gli agenti inquinanti atmosferici. Si tratta nello specifico di pitture fotocatalitiche che contengono biossido di titanio e che a contatto con la luce, sia artificiale sia naturale, sono in grado di generare una reazione che trasforma gli agenti inquinanti in sali innocui, contrastando efficacemente CO₂ e smog. "Siamo arrivati all'ottavo anno di un progetto che nel tempo ha riscosso un grande apprezzamento da parte dei sindaci e di tutte le comunità in cui operiamo. - dichiara **Lorena Vona**, Responsabile della Comunicazione di E-Distribuzione - Anche nel 2023 stiamo continuando a trasformare le infrastrutture in elementi di pregio artistico, facendo convivere i valori di innovazione, promozione culturale e rispetto per l'ambiente che caratterizzano l'impegno della nostra Azienda".



Comunicare con l'Arts Factor

THE ARTS FACTOR® è il concept con cui *The Round Table* progetti di comunicazione associa la Comunicazione di Imprese e Istituzioni ai valori e ai linguaggi delle Arti e della Cultura, grazie alla collaudata frequentazione dei mondi della Cultura, delle Arti Visive e Performative, dei Trend culturali in genere e alla creazione nel 2013 insieme a Federculture del Comitato non profit **CULTURA + IMPRESA**. È la fusione di competenze artistiche multidisciplinari per una Comunicazione d'impresa ad elevato valore aggiunto, cui vengono assicurate forza, emozione, distintività, non convenzionalità, innovazione.

Si adottano i valori, i codici comunicativi e le tecniche delle Arti nell'accezione multidisciplinare del termine: **Arti visive e figurative, Computer & New Media Arts, Teatro, Danza, Musica, Cinema, Fotografia, Design, Urban Arts e Street Art, Performing Arts**.

L'ARTS FACTOR è applicabile agli **Eventi di comunicazione BtoB e BtoC**, ai progetti e agli **Eventi di Comunicazione Interna**, alla declinazione e valorizzazione di progetti di **Sponsorship Management nelle Arti e nella Cultura**, alla creazione di strumenti per l'affermazione e la declinazione del proprio **Brand Heritage** (ad esempio con i Musei e le Mostre d'Impresa).

Associarsi alle Arti e alla Cultura, e sostenere progetti culturali, è oggi anche una modalità di declinare efficacemente le policy di **Sostenibilità Sociale dell'Impresa**, interpretando la **CCR - Corporate Cultural Responsibility** come un asset strategico per i Brand che adottano una strategia improntata alla Sostenibilità, non solo ambientale e sociale, ma anche culturale.

In questo contesto utile è la lettura del Rapporto dell'**Associazione Civita** *'When Sustainability meets Culture - Quando la Sostenibilità incontra la Cultura'*.

Adottare la Cultura e le Arti per la propria comunicazione contribuisce alla competitività dell'Impresa: lo ha spesso affermato e ribadito **Andrea Illy** - past President di **Altagamma** - parlando ai propri Associati.

La Survey *'Investire in Cultura a Cuneo'* condotta da **Confindustria Cuneo** tra 38 Associati, in collaborazione con *'Istituto di Ricerca Astarea e The Round Table'* - i principali risultati dell'Indagine sono disponibili su richiesta - indica inoltre la necessità avvertita dalle Imprese di declinare investendo in Cultura la propria policy di **Community Relations** nei confronti dei dipendenti e degli abitanti dei propri Territori di riferimento.



Breaking Walls, celebrazione con la Street Art dei 20 anni dalla Caduta del Muro di Berlino per conto del Ministero della Gioventù



Il Terzo Paradiso dell'Energia a Monte Isola, progetto di Corporate Communication & Community Relations per A2A e Il Banco dell'Energia



Modigliani e la Donna Angelo, progetto di Marketing Relazionale per Accenture Italia

Il Premio CULTURA + IMPRESA come osservatorio in evoluzione

Dialogo con Catterina Seia, Presidente del CCW-Cultural Welfare Center e VP della Fondazione Fitzcarraldo

Qual è stato il ruolo del Premio CULTURA + IMPRESA rispetto al rapporto tra il 'Sistema Cultura' e le Imprese, in questi 10 anni avendo tu accompagnato l'avventura del Premio e del Comitato CULTURA + IMPRESA sin dalle origini?

Il Premio è stato un visionario strumento di lettura di uno scenario in trasformazione, partendo da timidi segnali di ripresa dopo la grande crisi degli inizi della scorsa decade che aveva drasticamente rallentato, se non interrotto, i programmi di investimento in cultura. Ha letto le potenzialità di una ripresa, su rinnovate basi. Potremmo sintetizzarlo in un "OLTRE": oltre l'approccio strumentale e di breve, oltre la mera visibilità del logo da parte delle imprese, oltre la richiesta stile "bancomat" da parte delle organizzazioni culturali, oltre il singolo progetto. Un terreno di incontro *win win*. Il riconoscimento delle competenze delle Imprese come risorsa, il ri-conoscersi da parte dell'Impresa come soggetto culturale, che produce cultura nei suoi processi, nelle sue relazioni, nei suoi prodotti.

Possiamo dire oggi che il Premio si è configurato come l'**Osservatorio nazionale** di un fenomeno complesso in divenire che si nutre di sguardi caleidoscopici già nell'articolazione di una vasta Giuria con figure chiave in diverse organizzazioni. È un polmone di pensiero, necessario per abitare un tempo caratterizzato dalla trasformazione profonda di ogni sistema, da una grande incertezza e instabilità e da un cambiamento radicale nel comportamento di ogni pubblico, terreno sul quale si misura ogni organizzazione.

Ha prodotto risultati, a tuo parere?

Il Premio ha favorito l'emersione di nuovi attori - di ogni dimensione, settori e latitudini - di progettualità e la loro evoluzione in programmi. È un processo in itinere che dà conto del cambia-



mento in atto. Stimola investimenti finanziari e in risorse umane. È riconoscimento ai visionari e sposta sempre più in alto il senso del possibile. È clima di fiducia per il futuro del Paese. È specchio della consapevolezza che il quadro degli SDGs, dapprima accolti con indifferenza, rappresenta la direzione di un profondo cambiamento culturale al quale siamo chiamati, al ridisegno di ogni sistema, di ogni realtà produttiva di beni e relazioni, verso la sostenibilità integrale, fuori da ogni retorica. Soprattutto ora che la crisi climatica è conclamata.

Quali ricordi hai dei nostri Workshop di premiazione?

In luoghi simbolici e propulsori di innovazione, con la presenza dei decisori, pubblici e privati per promuovere, con una forte densità di stimoli, spinte strategiche e istanze normative su grandi temi. Ricordo l'avvento dell'Art Bonus che ha dato il forte segnale delle potenzialità di processi partecipati, di condivisione della cittadinanza, degli investitori sociali.

Quali sono stati e quali sono tuttora gli elementi di criticità nel rapporto CULTURA + IMPRESA?

Il *social washing*, le scorciatoie dell'approccio strumentale sono ancora in agguato. Il cambiamento dichiarato non è ancora diffuso. Mancano competenze che stanno però velocemente arrivando.

Cosa vedi dietro l'angolo?

Il cambiamento delle organizzazioni culturali, partendo dalle biblioteche, organismi sociali, spazi aperti, inclusivi, stimolanti, inneschi di partecipazione culturale e civica che operano per migliorare la qualità della vita delle persone e delle loro comunità. Questa consapevolezza apre mondi di opportunità anche per le Imprese. L'affaccio di un quadro legislativo per le imprese culturali e creative, le prospettive dei partenariati speciali pubblico privati nella gestione del patrimonio, il ruolo delle Imprese nella transizione digitale della Cultura aprono praterie per collaborazioni di lungo termine nella co-progettazione, che ha bisogno di un riconoscimento reciproco.

The Round Table
progetti di comunicazione
c/o BASE, via Bergognone 34 - Milano
+39.02.83422584
info@theroundtable.it
www.theroundtable.it

Comitato CULTURA + IMPRESA
premio@culturapiuimpresa.it
www.culturapiuimpresa.it

