

**Fondi.** Finanziamenti per i musei statali in calo del 20% dal 2008 a oggi

# Il contributo dell'impresa per le ricchezze del Paese

■ Cresce in Italia la collaborazione tra mondo della produzione e mondo culturale. Un toccasana, se pensiamo al pesante arretramento del pubblico che, per esempio nei musei statali, come è stato ricordato recentemente sulle colonne di questo giornale, ha ridotto mediamente i finanziamenti del 20% dal 2008 a oggi. Questo avvicinamento è sicuramente legato a due dinamiche. Da un lato, la crescita nel mercato di nuove forme di produzione e consumo a forte valenza simbolica, che richiedono un continuo processo di scambio e di fertilizzazione con la sfera culturale e creativa. Fenomeno che assume particolare evidenza nell'interazione tra alcune filiere manifatturiere - tessile abbigliamento, arredo casa - e le industrie culturali.

Arrivando spesso alla creazione di nuove strutture organizzative, in molti casi fondazioni d'impresa, per presidiare in modo permanente e con elevati standard tecnico-professionali gli ambiti di produzione culturale. Come le operazioni in ambito artistico di Fondazione Prada, Fondazione Trussardi o Fondation Cartier. Ma non mancano contaminazioni nella manifattura di prodotto più tradizionale: è il caso di Elica con Fondazione Casoli, in cui la promozione della ricerca in campo artistico si lega a un'azienda che produce cappe aspiranti da cucina.

La seconda dinamica è legata alla crescente consapevolezza acquisita dalle imprese dell'importanza, in termini di reputazione, di farsi promotrici di iniziative che vadano incontro alla società e ai suoi bisogni. Non è un caso se nel 2013 le sponsorizzazioni culturali, secondo un recente studio StageUp-Ipsos, sono tornate a registrare un segno positivo, +6,3% (a fronte di un -8,6% per lo sport e -17,5% per il campo dell'utilità sociale e solidarietà), passando dai 150 milioni di

## I FONDI PRIVATI

Nel 2013 le sponsorizzazioni culturali, secondo un recente studio StageUp-Ipsos, sono tornate a registrare un segno positivo: +6,3%

euro del 2012 ai circa 160 milioni del 2013. Il caso forse più noto è - nonostante le difficoltà e gli ostacoli che sta incontrando - il progetto di restauro, finanziato dalla Tod's con 25 milioni di euro, del Colosseo. Oppure il Ponte di Rialto a Venezia, sostenuto da Only The Brave (la holding di Renzo Rosso, patron della Diesel) per cinque milioni di euro. O, ancora, il contributo (1,5 milioni in occasione dei 130 anni dall'apertura del primo negozio, in via Sistina) di Bulgari per il restauro conservativo della scalinata di Trinità dei Monti in piazza di Spagna a Roma.

Tra i siti archeologici continua positivamente l'Herculaneum conservation project che si basa sul partenariato tra il Packard humanities institute e la Soprintendenza speciale per i beni archeologici di Napoli e Pompei, con il supporto della British school at Rome.

È da poco partito, tornando a Roma, il restauro della Fontana di Trevi: 2,18 milioni di euro messi a disposizione da Fendi. Esemplari sono, poi, le strategie di finanziamento di alcune prestigiose istituzioni che promuovono l'arte contemporanea: che superano l'idea di sponsorizzazione per andare verso forme di corporate membership. Ne è un esempio la rete di 19 imprese che aderiscono, con una quota annuale, a Intrapresa della collezione Peggy Guggenheim, legando il proprio brand alle attività del museo. In questa e altre iniziative analoghe le imprese e le istituzioni culturali condividono obiettivi e metodi, percorrendo un cammino comune piuttosto che limitarsi a operazioni spot. Se questo è il quadro, una decisa accelerazione potrà essere impressa dall'Art bonus, promosso dal ministro Franceschini e già approvato dal Governo: sarà infatti detraibile il 65% delle donazioni in favore di musei, siti archeologici, archivi, biblioteche, teatri e fondazioni lirico sinfoniche.

**D. S.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

