

PROGETTO INDUSTRIA E/E' CULTURA



IL MECENATISMO D'IMPRESA NEL VENETO. CENSIMENTO DELLE INIZIATIVE

Coordinamento:

Italo Candoni - Confindustria Veneto
Giovanni Luigi Fontana - Università di Padova
Gianpiero Menegazzo - Acrib

**Attività di censimento svolta da: Impact srl – spin-off
dell'Università di Padova**

Organizzazione:

Chiara Ambrosi
Foscara Porchia

Con la collaborazione di:

Veronica Cabras
Francesca Zanelli



CONTRIBUTO
REGIONE DEL VENETO

Il progetto *Industria e/cultura*

“La cultura è essenziale, soprattutto nei momenti di crisi. [...] Quindi un’impresa che investe in cultura in realtà investe nel proprio stesso bacino d’utenza. [...] Utilizziamo il territorio in maniera importante e restituiamo a quel territorio quanto più possiamo.”¹

L’Italia è uno straordinario museo a cielo aperto, un’esposizione permanente di capolavori d’arte e di architettura che attraversa e intreccia il territorio, da nord a sud. Un capitale che si è accumulato nel tempo e nello spazio grazie ad una delle caratteristiche principali della plurimillennaria tradizione culturale italiana: la capacità di trasformare il territorio, sfruttandone le peculiarità e creando dal fare artigiano ed industriale ricchezza ed oggetti che diventano nel tempo “opere d’arte o dell’ingegno” e generatori a loro volta di benessere.

“Il Made in Italy è un modello internazionale di riferimento per la produzione materiale di cui, tuttavia, alcuni fattori immateriali sono fondamento. Indebolendo questi ultimi, cioè la ricchezza delle mille tradizioni artistiche e artigianali disseminate in ogni nostra regione, il tessuto produttivo locale, le straordinarie capacità professionali che hanno dato vita a modelli e procedure concrete, il laboratorio di vita che alimenta la creatività, riducendo questi fattori vengono meno le condizioni stesse del successo”².

Le millenarie tradizioni produttive e le specializzazioni territorialmente radicate in ogni angolo della penisola si fondano su un complessa trama di rapporti tra ambiente, arte, cultura e industria che costituisce uno dei caratteri originari della “via italiana” all’industrializzazione moderna. Il legame impresa - cultura - arte è oggi un elemento sempre più indispensabile e vincolante per le aziende che operano nel territorio sfruttandone le peculiarità e creando dal fare artigiano ed industriale ricchezza, saperi, oggetti, destinati a divenire componenti fondamentali del patrimonio culturale del nostro Paese (**figura 1**).

¹ Estratto da un’intervista a Flavio Cattaneo, amministratore delegato di Terna, pubblicata in R. Grossi (a cura di), *Crisi economica e competitività*, Milano 2009.

² R. Grossi, *La cultura, o l’altra faccia della crisi*, Milano 2009.



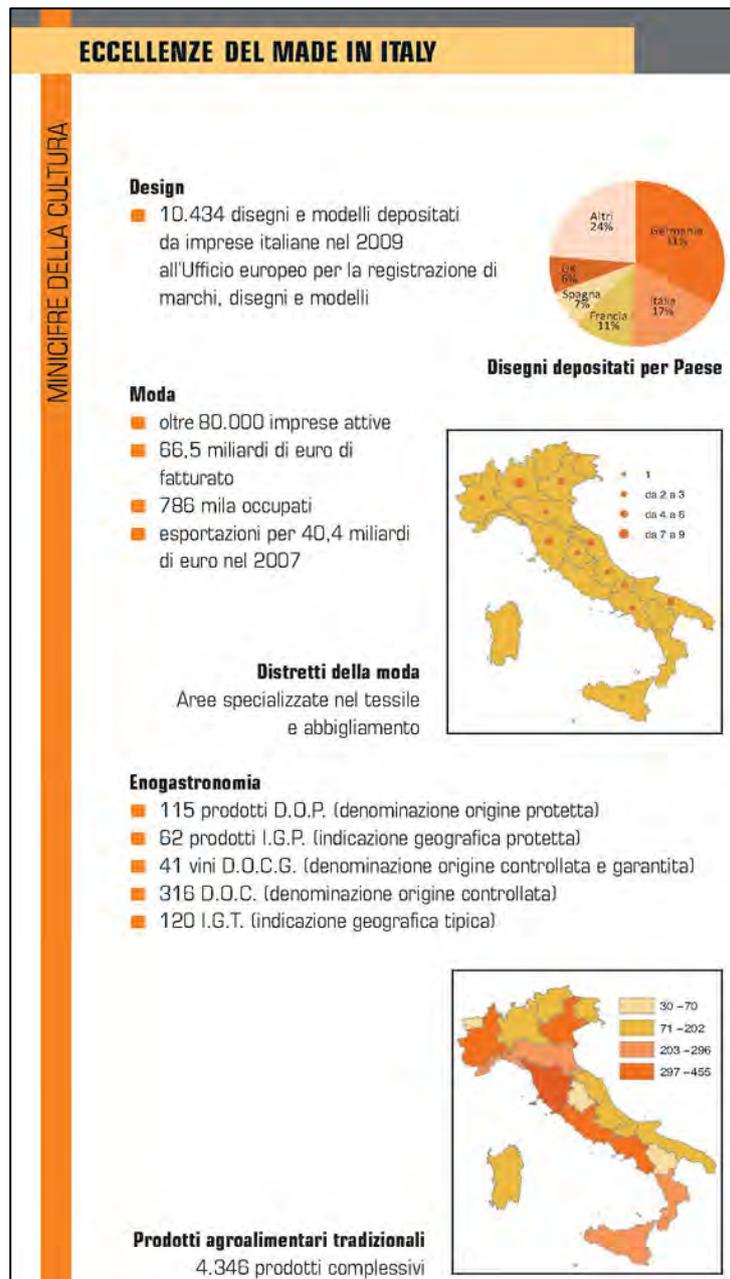


Figura 1. Le eccellenze del *Made in Italy* nel 2009 (Fonte: Ministero per i Beni e le Attività Culturali, Minicifre della cultura 2009, Roma, Gangemi Ed., 2009)

Il Veneto non fa eccezione in questo quadro, anzi. La storia industriale del Veneto è strettamente collegata con alcune delle sue più antiche tradizioni produttive, a loro volte espressione di giacimenti di creatività che hanno alimentato la stessa capacità imprenditoriale di rispondere in modo innovativo alle sfide del cambiamento e di passare da un settore all'altro in ragione delle diverse opportunità. Se la

conoscenza di questo territorio è imprescindibile da quella delle sue attività manifatturiere, industriali, produttive è dunque evidente che quest'ultima è indissociabile dalle sue strette connessioni con la storia, la cultura, le mentalità e le forme della socialità tipiche delle popolazioni venete.

Per conoscere la realtà imprenditoriale del Veneto appare pertanto necessario non limitarsi soltanto alla dimensione strettamente economico-produttiva delle aziende, ma estendere lo sguardo alle modalità della loro "immersione" nel contesto territoriale e, in particolare, a tutte quelle attività "collaterali" che proiettando l'iniziativa imprenditoriale e le funzioni dell'impresa nella sfera culturale e sociale "restituiscono" risorse e valori al territorio. Far emergere questa dimensione sociale dell'impresa significa, all'opposto, rendere coscienti le collettività dei valori insiti nelle culture imprenditoriali e del lavoro, in pratiche ed attitudini sedimentate sui tempi lunghi della storia, ma che costituiscono una componente essenziale della vita e dell'immagine del Veneto contemporaneo.

Questa proiezione dell'impresa in campo culturale e sociale viene normalmente qualificata come "mecenatismo" ed assume connotazioni in buona parte nuove e diverse rispetto alle molte "provvidenze" erogate da imprese e da celebri o meno noti imprenditori veneti del XIX e XX secolo, provvidenze di carattere culturale, socio-assistenziale-sanitario, urbanistico, infrastrutturale ricomprese, a seconda del periodo e delle forme da esse assunte, sotto le categorie di "filantropismo", "paternalismo" e "welfare" industriale. Allora alcuni di questi complessi sistemi di sostituzione dell'iniziativa pubblica da parte degli imprenditori veneti assunsero a veri e propri modelli di welfare aziendale ben noti all'opinione pubblica italiana e straniera; oggi, nella società della comunicazione, si corre il rischio che molte iniziative dello stesso segno, aggiornate ai tempi moderni, restino sconosciute ai più o vengano considerate scontate o catalogate come una delle tante forme di pubblicità messe in atto dagli esperti di marketing e di comunicazione aziendale. Di qui la necessità di censire e di analizzare in maniera accurata, diversificata ed approfondita un fenomeno che ha lontane radici e che è andato assumendo crescente importanza nelle strategie e nelle attività delle imprese venete.



Il mecenatismo culturale: breve inquadramento legislativo e fiscale

“Le erogazioni liberali a favore della cultura rappresentano la forma attuale del mecenatismo dove una pluralità dei donatori sostituisce il munifico protettore delle arti e degli artisti del passato”³.

Se il termine “mecenatismo” – che notoriamente deriva dalle attività di sostegno artistico avviate da Gaio Cilnio Mecenate, influente consigliere di Augusto – si legava in senso stretto alla munifica protezione concessa principalmente a poeti e letterati per favorire lo sviluppo delle lettere e delle arti, oggi esso tende a comprendere tutte le attività di sostegno alla valorizzazione del patrimonio culturale come, ad esempio, al restauro di monumenti e di opere d’arte, allo spettacolo, ad eventi legati alle tradizioni locali, ad attività sociali e manifestazioni sportive. Negli ultimi decenni, in particolare, sulla scia di esperienze maturate in alcuni Paesi stranieri, come gli Stati Uniti, la Gran Bretagna e la Svizzera, è aumentato in maniera esponenziale anche in Italia l’interesse nei confronti dell’investimento culturale, passando – in alcuni casi – dalla mera sponsorizzazione di eventi culturali organizzati e gestiti da altri, alla promozione e gestione diretta degli stessi, con vere e proprie iniziative di “produzione culturale”.

In Italia i primi interventi per incentivare il mecenatismo risalgono agli anni ’80. Fino alla legge n° 342 del 21 novembre 2000, nel cui art. 38 si parla esplicitamente di “erogazioni liberali”, lo strumento più usato da parte delle imprese a favore della cultura era quello della sponsorizzazione, ovvero un “contratto a prestazioni corrispettive”⁴. Le imprese, nel loro rapporto con il settore della cultura, possono far ricorso a più strumenti di fiscalità agevolata; possono sostenere la cultura attraverso le erogazioni liberali, o possono far ricorso al contratto di sponsorizzazioni. Fiscalmente le somme erogate attraverso il contratto di sponsorizzazione, rientrando tra le spese di pubblicità e propaganda delle imprese, sono interamente deducibili come per le erogazioni liberali.

Il sito del Centro Studi del Ministero dei Beni Culturali chiarisce che “la differenza tra sponsorizzazione ed erogazione risiede nel fatto che le sponsorizzazioni devono essere assoggettate ad Iva, oggi del 21%. Anche utilizzando quella più cautelativa, sembra che si possa ragionevolmente affermare che il contratto di sponsorizzazione rappresenti il canale preferito dalle imprese per il

³ Ufficio Studi MiBAC <http://www.ufficiostudi.beniculturali.it/mibac/export/UfficioStudi/sito-UfficioStudi/Contenuti/Archivio-Newsletter/Archivio/2010/Newsletter->

⁴ C.M. Golinelli, *Valorizzazione del patrimonio culturale. Verso la definizione di un modello di governance*, Giuffrè Editore, 2008.



finanziamento di attività culturali benché fiscalmente sia meno vantaggioso di quello delle erogazioni liberali.”

Le ragioni di questa apparente contraddizione, sempre secondo il Centro Studi, consistono in:

- maggior ritorno in termini di immagine che viene assicurato dalla sponsorizzazione;
- abitudine da parte delle imprese all'utilizzo di questa procedura;
- scarsa conoscenza dei vantaggi delle donazioni;
- complessa procedura a cui deve sottostare l'impresa per l'erogazione.

Nei paesi nei quali le donazioni svolgono un ruolo rilevante è il soggetto che beneficia delle erogazioni che è tenuto a comunicare agli uffici fiscali tutte le informazioni relative al donatore. Per quest'ultimo è sufficiente la ricevuta del versamento effettuato. In Italia invece è sempre il soggetto che ha effettuato la donazione a farsi carico delle procedure fiscali per le agevolazioni: secondo il Centro Studi questa è una delle ragioni che frena l'impresa ad utilizzare lo strumento dell'erogazione liberale.

L'attività di mecenatismo delle imprese venete

Poiché il Veneto è un territorio connotato da un importante e diffuso tessuto imprenditoriale e allo stesso tempo da una considerevole vocazione culturale, questa regione può essere assunta come un caso esemplare per l'avvio di un progetto pilota di censimento delle attività di mecenatismo culturale svolte dalle aziende del territorio.

Per la predisposizione di una adeguata scheda di rilevazione, nella fase preparatoria si sono formulate alcune domande a cui la ricerca ha cercato, in questo primo step, di fornire un primo set di risposte:

- In che modo le realtà imprenditoriali della nostra regione interagiscono con la realtà circostante investendo in cultura e nel campo sociale?
- Quanto il coinvolgimento di imprese e altre soggetti privati è necessario per il finanziamento alla cultura e quanto questo sostegno, anziché costituire un mero surrogato del mancato intervento pubblico, rappresenta una modalità di investimento che conviene all'investitore sia in termini economici che in termini di immagine?



- Quale consapevolezza hanno le aziende del valore storico, culturale e sociale dei loro patrimoni archivistici, produttivi, documentali?
- Quale valore può avere la cultura per promuovere il proprio brand e la propria identità d'impresa, per rimanere legati positivamente al territorio, per trasmettere ottimismo e competitività?
- Come si può collegare il patrimonio storico-artistico a quello industriale del Veneto, al fine di integrare la promozione della cultura imprenditoriale e del lavoro con le azioni per la conoscenza del territorio e delle sue tradizioni?

Per dare una risposta a tali quesiti si è avviato un protocollo d'intesa tra Regione Veneto e Confindustria Veneto ai fini di un maggiore coordinamento delle iniziative di valorizzazione del patrimonio culturale realizzate dalle imprese e di promozione della cultura d'impresa con le politiche regionali. Una prima fase del progetto si è orientata verso una campagna conoscitiva che mettesse in luce, da un lato, la variegata panoramica di interventi delle aziende in ambito culturale e sociale- soprattutto nei casi di realtà produttive di dimensioni più piccole e meno conosciute, dall'altro i significati che le aziende danno al termine "mecenatismo culturale" e alle sue finalità.

Questa prima fase della ricerca è stata condotta dalla società Impact srl, spin-off dell'Università degli Studi di Padova specializzata nelle tematiche inerenti la conoscenza e la valorizzazione delle diverse componenti del patrimonio industriale.

Il censimento delle iniziative di mecenatismo culturale delle imprese venete

L'indagine svolta da Impact srl ha avuto il principale scopo di fornire una mappatura quantitativa e qualitativa degli investimenti effettuati dalle aziende del Veneto in ambito culturale, al fine di:

- far emergere dimensioni e connotazioni del fenomeno;
- censire e identificare un patrimonio culturale (costituito da archivi, musei aziendali, collezioni, prodotti, ma anche attività ad essi legate) fino ad oggi per lo più sconosciuto e scarsamente percepito come tale;
- stimare l'impatto sul territorio degli investimenti culturali effettuati dalle aziende;
- valutare la soddisfazione delle imprese in questo settore e quindi la propensione a proseguire e rafforzare ulteriori iniziative di mecenatismo culturale.



Il lavoro svolto si è articolato in una serie di fasi consecutive:

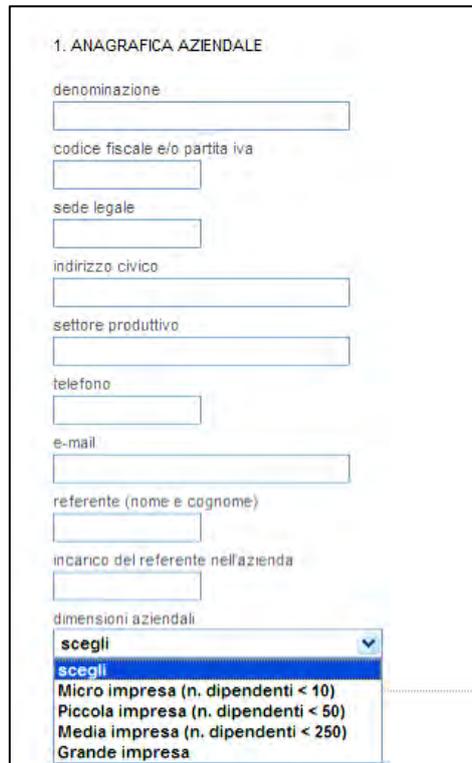
Fase 1. Predisposizione della scheda di rilevazione:

Sulla base delle esigenze identificate in fase preparatoria, si è provveduto all'elaborazione di una scheda di censimento, compilabile in forma di questionario on-line. Tale questionario è stato discusso nelle riunioni effettuate dal gruppo di coordinamento del progetto e quindi approvato dallo stesso.

La scheda si compone di una serie di settori tematici:

1. Anagrafica aziendale:

Contiene le informazioni relative ai dati identificativi dell'azienda in riferimento a ragione sociale, localizzazione, settore produttivo, dimensione dell'azienda (sulla base della definizione europea). Si è definito di chiedere anche un nominativo diretto di qualcuno che si ponesse come referente dell'azienda compilatrice, in modo da poter attivare, in un secondo tempo, un contatto mirato ai fini di eventuali approfondimenti.



1. ANAGRAFICA AZIENDALE

denominazione

codice fiscale e/o partita iva

sede legale

indirizzo civico

settore produttivo

telefono

e-mail

referente (nome e cognome)

incarico del referente nell'azienda

dimensioni aziendali
scegli
scegli
Micro impresa (n. dipendenti < 10)
Piccola impresa (n. dipendenti < 50)
Media impresa (n. dipendenti < 250)
Grande impresa

2. Indici di rilevamento: informazioni qualitative:

Si sono qui considerate due tipologie di attività culturali che l'impresa può assumere come asset aziendale: quelle svolte all'interno dell'azienda stessa e quelle proiettate sul territorio esterno. Si è perciò richiesto, nella prima categoria, di specificare la presenza di aspetti culturali inerenti sia al patrimonio aziendale (quindi: archivi, collezioni, materiali particolari), che alla predisposizione di spazi dedicati ad attività ad essi correlati, tra cui musei aziendali e spazi espositivi.

2. INDICI DEL RILEVAMENTO

Vi chiediamo gentilmente di specificare la presenza nella vostra azienda di:

- Musei aziendali
- Archivi aziendali
 - storico
 - corrente
 - non ordinato
 - ordinato
- Spazi espositivi dedicati ad attività culturali
- Collezioni o materiali particolari
- Altro:

La seconda parte della domanda si è rivolta invece più specificatamente alla tipologia di investimenti culturali attuati dall'azienda negli ultimi dieci anni, per iniziative svolte sia all'interno che all'esterno dell'azienda stessa. Sono stati definite 5 categorie principali d'intervento, all'interno delle quali è stato dato lo spazio per descrivere nel dettaglio le iniziative principali.

Vi chiediamo di specificare se, nell'arco degli ultimi 10 anni, avete promosso o sponsorizzato qualche forma di attività culturale, interna od esterna alla vostra azienda:

Sì No

Se Sì, indicare in quale dei seguenti ambiti:

- Design / Prodotti multimediali nel campo delle arti visive, performative, musicali (non prodotti pubblicitari)
Se sì indicare quale/i:
- Spettacoli teatrali, televisivi (locali o non), programmazioni radiofoniche (non spot pubblicitari)
Se sì indicare quale/i:
- Prodotti editoriali
Se sì indicare quale/i:
- Eventi legati alle tradizioni locali o di carattere religioso
Se sì indicare quale/i:
- Sponsorizzazione o partecipazione ad altro titolo (es fornitura di materiali o prestazioni lavorative a titolo gratuito o semi-gratuito) per la valorizzazione di beni culturali (beni architettonici, librari, audiovisivi, ecc.)
Se sì indicare quale/i:
- Altri eventi che non ritenete rappresentati dalle precedenti categorie:
Se sì indicare quale/i:



3. Indici di rilevamento: informazioni quantitative:

Si sono qui inserite alcune domande relative alla continuità ed entità degli investimenti. In un arco temporale di dieci si sono definiti tre livelli di assiduità degli interventi, definendo così le aziende che inseriscono l'attività culturale nella programmazione economica di lungo periodo e quelle che invece agiscono con maggior estemporaneità.

Vi chiediamo di specificare, in linea generale, i tempi e le modalità degli interventi di valorizzazione culturale alle quali avete partecipato.

Potreste definire i vostri interventi:

- Sporadici (1-2 nel corso degli ultimi 10 anni)
- Regolari (2-5 volte nel corso degli ultimi 10 anni)
- Assidui (5-15 volte nel corso degli ultimi 10 anni)

Potreste quantificare il budget che avete dedicato a questi interventi:

- fino a 1.000 €
- 1.000 - 5.000 €
- 5.000 - 10.000 €
- 10.000 - 50.000 €
- 50.000 - 100.000 €
- 100.000 - 200.000 €
- 200.000 - 500.000 €
- Oltre i 500.000 €

4. Tipologia e bacino d'utenza dei destinatari delle attività svolte.

Con questa domanda si è voluto sondare l'intenzione delle aziende a mirare la propria attività mecenatistica a settori particolari della popolazione (ad esempio gli ordini professionali o altre categorie specialistiche) oppure ad un'utenza indifferenziata. Ciò permette di rilevare la propensione ad orientarsi verso investimenti in attività specializzate anziché generiche. Nell'ottica di valutare anche i possibili rapporti tra realtà produttive e offerta formativa si è inserita appositamente la categoria degli studenti.

Con la richiesta della provenienza geografica dei destinatari degli interventi si è inteso stimare l'ambito territoriale d'impatto degli interventi stessi.

A quale categoria di fruitori si è rivolta la vostra attività?

- Studenti
- Professionisti
- Ricercatori / specialisti nel settore
- Turisti / visitatori
- Cittadinanza

Provenienza

- Regionale
- Nazionale
- Internazionale



5. Soddisfazione e aspettative:

Mentre la prima parte della domanda chiede in modo generico se l'investimento abbia soddisfatto o meno le aspettative dell'investitore, la seconda intende correlare la soddisfazione alle ricadute positive dell'investimento stesso da un punto di vista di promozione e di marketing aziendale, ossia sia stato fonte anche di un ritorno economico.

Ritenete che l'investimento abbia soddisfatto le vostre aspettative?

Sì No

In una scala da 1 a 5 (con 1 come non rilevante e 5 come molto rilevante) quanto ritenete che la vostra partecipazione ad interventi di mecenatismo culturale abbia avuto riscontri positivi sulla vostra attività economica, sia in termini di marketing che di promozione della cultura d'impresa?

1 2 3 4 5

Fase 2. Raccolta dati:

Il questionario è stato inviato via mail sia tramite le strutture territoriali di Confindustria Veneto che direttamente dalle incaricate di Impact srl, sotto forma di link per una compilazione via web. Una volta ultimata la compilazione e barrate le clausole di Privacy in ottemperanza alle normative, il questionario veniva reinviato alla casella di posta creata appositamente (industria.cultura@impactsrl), andando a costituire un database continuamente implementato. Le aziende hanno avuto la possibilità di chiedere chiarimenti attraverso la mailbox, oppure contattando telefonicamente lo staff di Impact srl.

Dopo il primo invito alla compilazione effettuato dalle associazioni territoriali ad un numero non comunicato di nominativi, sono state contattate direttamente da Impact s.r.l. circa **1500** aziende, principalmente aderenti a Confindustria Veneto. Di queste, **263** hanno compilato il questionario dando il seguente risultato: **203** aziende hanno risposto affermativamente rispetto all'investimento culturale.

La modalità di conduzione del censimento perseguita ha visto l'invio a tappeto del questionario, cosa inevitabile in questa fase della ricerca, ma che ha dovuto scontare un elevato livello di dispersione. La difficoltà nell'ottenere risposte dalle aziende, probabilmente spesso oberate dalle più svariate tipologie di richieste, ha evidenziato l'importanza di referenti interni diretti e autorizzati alla compilazione, ma ciò si è rivelato abbastanza complesso, specie nel caso di grossi gruppi aziendali con strutture interne articolate. Pur nella varietà sia dimensionale che settoriale delle aziende che hanno risposto, un punto critico del campione potrebbe quindi essere

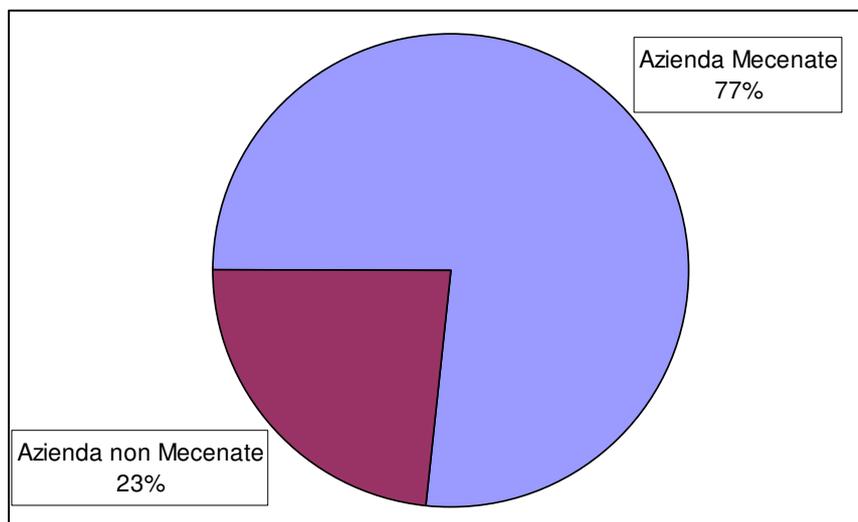
rappresentato dalla mancanza di alcune realtà produttive maggiori, di cui è conosciuto l'impegno in ambito culturale, ma che malgrado i numerosi tentativi di approccio non hanno dimostrato interesse nel collaborare.

I dati raccolti riflettono comunque un campione sostanzialmente omogeneo da punto di vista territoriale, ossia la quantità di risposte è analoga in rapporto alla diversa dimensione e ricchezza del tessuto imprenditoriale delle varie province venete. All'interno dei questionari raccolti per ogni provincia si trova una distribuzione uniforme delle aziende per dimensione, con il numero più ampio di risposte collocato nella categoria della piccola (anche micro) impresa. Anche dal punto di vista del settore produttivo si è raccolta una casistica estremamente variegata.

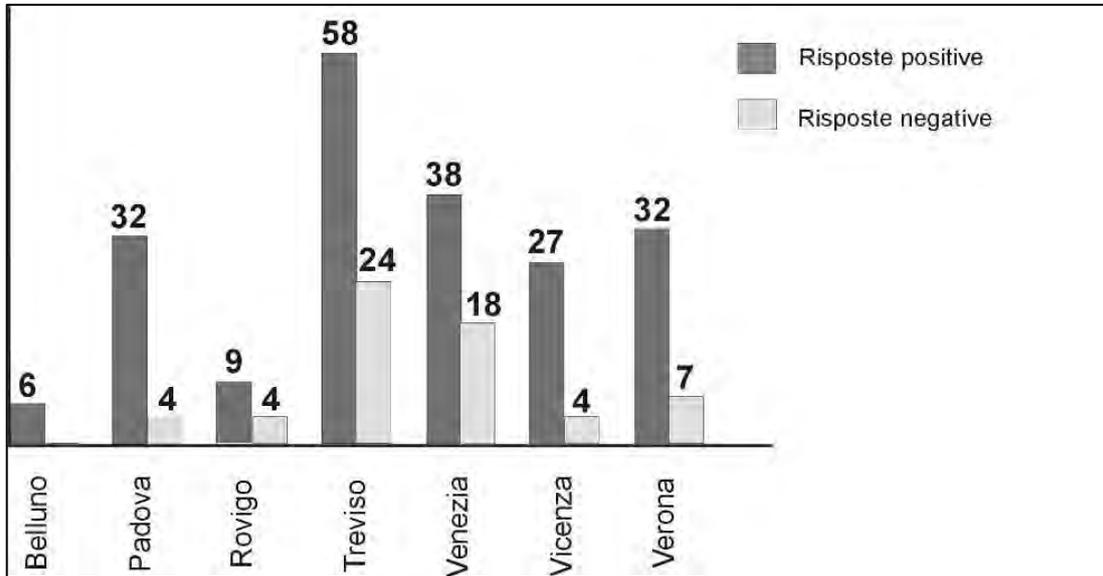
Fase 3. Presentazione dei dati raccolti

1. Ripartizione del totale del campione (263 aziende) tra risposte positive aziende e negative all'attività di mecenatismo:

- Aziende che effettuano investimento in cultura (**Aziende Mecenate**): **203**
- Aziende che non effettuano investimento in cultura (**Aziende non Mecenate**): **60**



2. Distribuzione delle risposte per provincia



3. Ripartizione delle aziende mecenate per provincia di riferimento e per dimensione

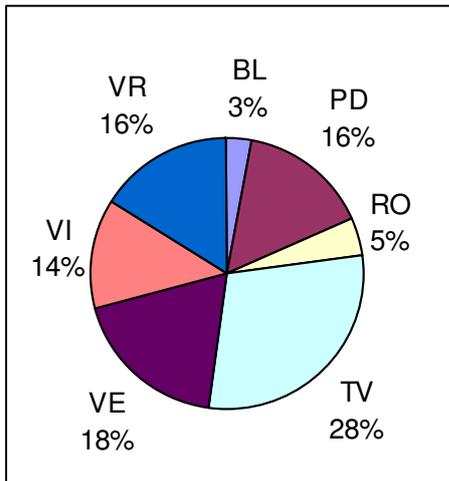


Grafico 3a

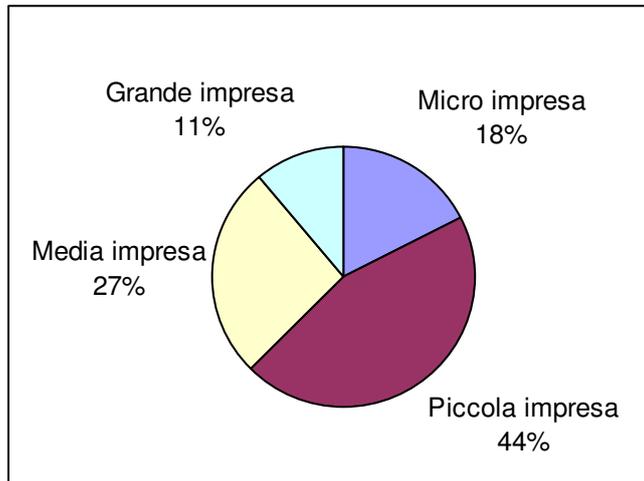
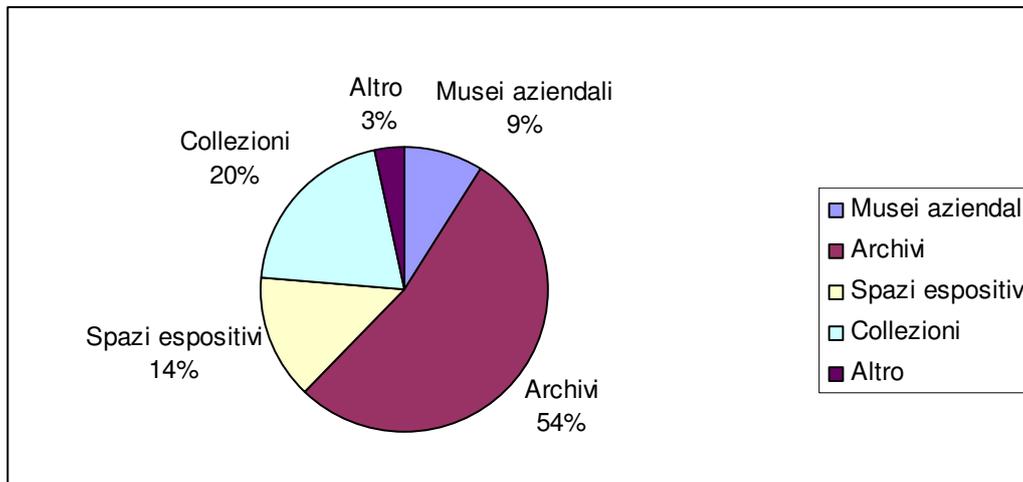
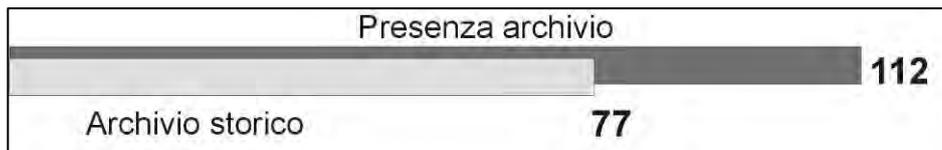


Grafico 3b

4. Asset culturali aziendali



- Archivi: circa il 38% delle aziende mecenate dichiarano la presenza di un archivio storico:



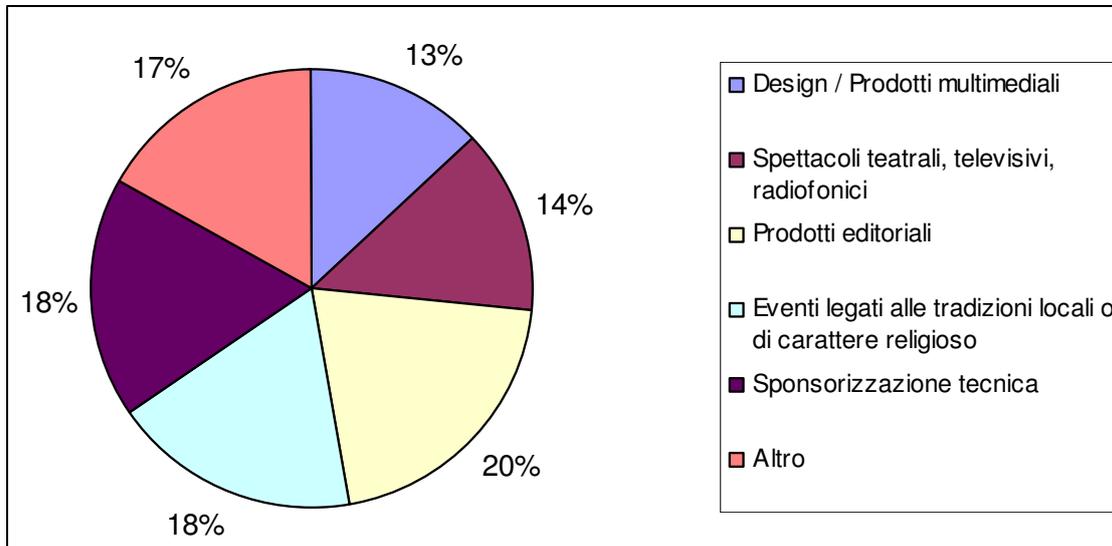
- Aziende che dichiarano la presenza di musei aziendali: suddivisione per provincia

Padova: n°2
Treviso: n°4
Venezia: n°2
Vicenza: n°4
Verona: n°6

- Aziende che dichiarano la presenza di spazi espositivi dedicati ad attività culturali: suddivisione per provincia

Padova: n°3
Rovigo: n°1
Treviso: n°8
Venezia: n°5
Vicenza: n°9
Verona: n°4

5. Ambiti di investimento



6. Le attività di mecenatismo in dettaglio (iniziative principali):

- *Ambito di investimento 1: Design / Prodotti multimediali nel campo delle arti visive, performative, musicali (non prodotti pubblicitari)*
 - Supporti ad attività musicali:
 - Stagione musicale delle seguenti formazioni: orchestra di Padova e del Veneto; Solisti Veneti; Amici della musica di Padova e Verona, Orchestra Filarmonici Veneti, Accademie Musicali;
 - Rassegne musicali: Veneto jazz, "Porsche Live. Le notti", "Cinque sensi d'autore", "music@villaromana", "Kilometro Zero", "La Parola alla musica", "Storie di Jazz", "Il Simbolismo", "Art&Co", Concerto dei Barbapedana 2009, Concerto di Tolo Marton 2010; concerto Morricone Vicenza;
 - Festival "Amarone in Jazz" – Centro Studi Musicali – Verona;
 - Festival "Ripasso in Blues – Valpolicella Wine and music" – Valpolicella (Verona);
 - Il suono e gli strumenti musicali di Domenico Montagnana - incontri internazionali;
 - cd "La carezza delle nuvole" del tenore Christian Ricci;
 - disco "SineTerra" dei SineTerra;
 - concorso nazionale biennale di violino Vittorio Veneto .
 - Supporti ad attività legate a pittura, grafica e design:
 - Progetto Mantegna;
 - "Via Ruzzina" (concorso nazionale di pittura che tiene ad Adria);
 - Elephant Parade;
 - Painting performance live;
 - Design Contest 2011/2012;
 - Futurismo e Sportsystem;
 - Concorso di grafica internazionale '*Felicity, change your city change your life*';
 - Concorso di design per il settore luce: '*Luce in movimento*';
 - Edizioni speciali e limitate di confezioni disegnate da autori vari e concorsi per la realizzazione di etichette (come quello dell'etichetta per il V Centenario dalla nascita dell'arch. Andrea Palladio -1508-2008);
 - Progetto "e-KM Dicamo" (vari eventi su design);



- design applicato al poliuretano
- mostra Romero;
- Spazio vendita realizzato tramite un progetto di Eco Design 2011;
- "Premio Gruppo Euromob Under 30";
- Biennale, 150 anni Unità d'Italia;
- Costumi per la mostra: "Il 700 veneziano";
- Cirko Paniko 2009;
- Colorimetri nel restauro di opere d'arte (affreschi, mosaici, ecc.).

➤ Prodotti multimediali, video, film:

- Video: "Veneto, terra di ville, scolpito da palladio", "Territorio e storia in viaggio", "Un viaggio indimenticabile" e DVD paesaggistici;
- Produzione di video per "Flissidiversi" e incontri dei Poeti D'alpe Adria.
- Partecipazione al Lago Film Festival con il progetto "un Lago di...Vino" 2010;
- Corto cinematografico "Erase and Re...wine" per il progetto Perlage sul bere responsabile 2010;
- Proiezione in anteprima mondiale del film "The idiot cycle" con partecipazione all'evento della regista e di Carlo Petrini, fondatore di Slow Food 2009;
- Letture di Giorgio Barbarotta 2004-2007;
- Arte e Vino;
- mostra Art Brut e collaborazione alla produzione del catalogo 2006;
- Sedute in marmo presso la Triennale di Milano.

• *Ambito di investimento 2: Spettacoli teatrali, televisivi (locali o non), programmazioni radiofoniche (non spot pubblicitari):*

➤ Manifestazioni teatrali:

- Stagioni di lirica e prosa: Arena di Verona, Teatro La Fenice di Venezia, Arena di Montemerlo, TrentAmicidellArte di Legnaro, Stabile del Veneto, Accademia Teatrale De Llinutile, compagnia La Piccionaia - I Carrara di Vicenza, teatro di Adria, teatro di Cavarzere, teatro di Rovigo, Teatro Civico di Schio, Teatro Nuovo di Verona;
- Spettacoli: "Pierina e il lupo", "Il tempo di Gustav Mahler", "Lou Salome" (Fenice), "Il barbiere di Siviglia" (Arena), "Mitridate"; rappresentazioni teatrali in azienda nell'ambito di un programma regionale;
- Rassegne teatrali: Operaestate; Famiglie a Teatro (c/o Teatro Astra Vicenza); "Teatro in corte"; "Buon Vino fa Buon Teastro" – San Pietro in Cariano (Verona); rassegna aziendale "VENERDIVERSI"; "IDEE DI FUTURO" (rassegna dell'associazione IDEM);
- Spettacoli di Teatro dei Pandemonium;
- Il museo dello Scarpone ha una sua compagnia teatrale e collabora con altre;
- Biennale del teatro, Radio Arte Mobile;
- Spettacoli teatrali e nella rassegna
- Notti Liriche - Rivalta Veronese;
- Produzioni teatrali di "Alive", Accademia lirica Verona;
- Registrazione del concerto "V Sinfonia di Beethoven" tenutosi a Villa Santa Sofia nell'ambito della manifestazione "Musica in Villa";
- Percorso d'arte scenica "Are We Human – La Salvezza";

➤ Televisione:

- Trasmissione televisiva "Amici"
- Fiction: "I delitti del cuoco"; "La ladra"; "Ho sposato uno sbirro"; "Cesaroni 4"; "Un medico in famiglia"; "Fratelli detective"; "I promessi suoceri"; "Tutti al mare"; "Un amore una vendetta"; "La squadra 3"; "La famiglia Gambardella"; "Cerchi nell'acqua"; "Dove e' mia figlia"; "Dove la trovi un'altra come me".

- *Ambito di investimento 3: Prodotti editoriali:*

- Libri d'arte (cataloghi mostre, di architettura, fotografici, ecc.):
 - Pubblicazioni mostre fotografiche Tony Vaccaro e Pubblicazione Jappelli;
 - Volume artistico sulla chiesa dei santi Giovanni e Paolo di Venezia
 - catalogo mostra di pittura/scultura e fotografia del circolo Spazio Estetico di Piombino Dese;
 - catalogo mostra di pittura di Alberto Tosi nell'ambito della rassegna d'Arte contemporanea "Magica" di Ferrara;
 - libro fotografico del GGI di Padova;
 - "Tintoretto Svelato";
 - "Il progetto contemporaneo nel contesto storico";
 - "Architettura per un territorio sostenibile";
 - "Felicity, change your city change your life";
 - progetto "Christmust", 100 storie di successo italiane;
 - collana SINETICA LANDSCAPE in collaborazione con SKYRA;
 - libro sull'Antica Parrocchiale di Nanto a cura del Comune di Nanto;
 - pubblicazioni su Palladio e le sue opere;
 - "Le tarsie dello studiolo di Urbino";
 - "Palladio, Santa Sofia, Amarone" curato da F. Piccoli.
- Pubblicazioni legate al territorio veneto e alla sua valorizzazione:
 - "Il Montello";
 - "Le Dolomiti";
 - "Il Delta spiegato ai bambini" (edito da La Voce di Rovigo);
 - Rivista quadrimestrale "Le Venezie";
 - Monografie sul territorio del Nord Est;
 - "Luoghi nel Veneto";
 - "Verona incantata"; "I luoghi della preghiera"; "100 cose da fare a Verona";
 - "Santa Sofia, Storia-territorio caratteristiche di un'antica comunità " di Rinaldo Dal Negro;
 - Cartoline della Valpolicella;
 - "Veneto, Via dei Sapori" di Carlo Vischi e Debora Bionda, Ed. Gribaudo;
 - "Veneto, Noialtri e il Vino" di Andrea Zanfi, Ed. Carlo Cambi;
 - "Ville della Valpolicella" di Mario Luciolli, Ed. Jago Edizioni;
 - Veneto: Vocazione Imprenditore
- Pubblicazioni specialistiche:
 - libri sulla storia della farmacia;
 - libro sull'umidificazione dell'aria edito dall'azienda in 7 lingue e distribuito gratuitamente in tutto il mondo;
 - "Storie di sguardi e visioni" (Allemandi Ed.);
 - "L'arte del legno a Lendinara dal '700 ai nostri giorni";
 - Collana Sportssystem;
 - rivista "Il medico in.forma";
 - "La storia del profumo a Venezia";
 - ricerca sull'olivo in Italia nel medioevo;
 - "Il legno che rivive";
 - pubblicazioni inerenti la distillazione;
 - "Banche di territorio banche di città. Quali modelli per la banca locale del futuro?" - Atti del convegno marzo 2007; "Nuove opportunità di sviluppo del patrimonio di vigilanza delle BCC";
 - "Idee per lo Sviluppo";
 - "Game Over? Percorsi professionali per gli over 40"
- Pubblicazioni legate alla storia aziendale:
 - "Guglielmo Tabacchi Pioniere dell'Occhialeria italiana" (Pizzi Ed.);



- "Rubelli, Una storia di seta" (Marsilio Ed.);

➤ **Enogastronomia e tradizioni locali:**

- "Donne in Vigna" di Mario Busso e Angelo Concas, Ed. Vinibuoni d'Italia Biblioteca;
- "Supreme Italian Wines", di Andrea Zanfi, Carlo Cambi Editore;
- "Italiens Weinvelten – Wein, Vino, Wine" di Steffen Maus, Verlag Geb. KornMayer;
- "Il Desco- Elia Rizzo e la cucina dell'Anima" autori vari, Ed. Gribaudo;
- "Amarone Bog" – Mykael Lyng - Danimarca
- "Cucina Regionale Italiana" - Ed. Gribaudo;
- "Mangia e Bevi in Italia", di Daniel Thomases, Ed. Loggia Group;
- "Patate da amare" – Ed. Gribaudo;
- "Storia d'Italia in 40 Cantine" – Ed. Macchione;
- "Gourmet Equosolidale", CTM Altromercato, Divisione Il Gusto, Gribaudo;
- "Annuario Storico della Valpolicella";
- "Arte del Bere", Ed. Gribaudo;
- "L'abbinamento formaggi & Vini" di Giuseppe Vaccarini & Claudia Moriondo - Ed. Bibliotheca Culinaria;
- "I Migliori Vini d'Italia", Luigi Veronelli, Ed. Hobby & Work Publishing"

• **Ambito di investimento 4: Eventi legati alle tradizioni locali o di carattere religioso:**

➤ **Feste tradizionali:**

- Este In Fiore; Sagra di S. Marta (Ponso), Codevigo, Arzergrande, Piove di Sacco, Piombino Dese, Quarto d'Altino (VE), S. Giacomo - Rivalta Veronese; festa del pane di Loreo; palio del vecchio mercato di Montebelluna; Festa del Camionista a Cimadolmo (TV); palio remiero Cavallino Treponti; Lo Spiedo Gigante a Pieve di Soligo; festa della Madonna Immacolata a Solighetto; carnevale di Ceggia; carnevale dei veneziani (organizzato dall'aepe); rievocazione storica della Val Posina; San Martino in Cantina (organizzatore Movimento Turismo del Vino).

➤ **Eventi di carattere religioso:**

- Festival biblico Vicenza;
- restauro quadro chiesetta casa di riposo Dolo / Venezia e il risorgimento italiano Dolo
- cofinanziamento per il fondo sociale della Diocesi di Padova;
- sostegno all'organizzazione della visita del Santo Padre a Venezia;
- contributo a "l'armadio francescano": Padova Ospitale onlus
- visite a luoghi religiosi (Abbazia Praglia, Santa Giustina, Sant'Antonio etc.)
- contributi per la Festa del Patrono;
- paramenti sacri per Papa Benedetto XVI e autorità religiose, allestimento per esposizione Sacra Sindone (Torino)

➤ **Eventi enogastronomici e di cultura locale:**

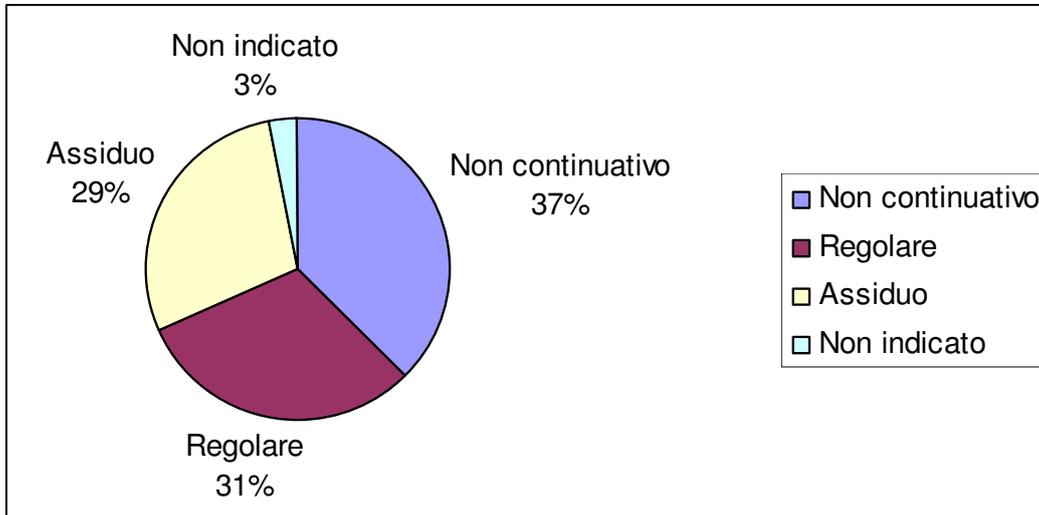
- Cantine Aperte; Festa del Novello; Eventi di degustazione vini locali e prodotti/presidi Slow Food Intrecci a Farra di Soligo
- mostra mercato dei prodotti ortofrutticoli della Val Posina
- museo della civiltà contadina di Grancona
- la provincia da scoprire - i misteri del Veneto
- "Sponsorizzazione con fornitura in omaggio di vino: Evento "Gran Galà di Giulietta e Romeo";
- Manifestazione "Val ... Polis... Cellae. Territori, comuni, tradizioni. Conoscere la Valpolicella";
- Festa dei Vini Classici della Valpolicella e del Recioto;
- Manifestazione "3 strade per mille sapori";
- Premio "I 30 Amaroni" – Valpolicella Terra di Emilio Salgari - II Edizione"



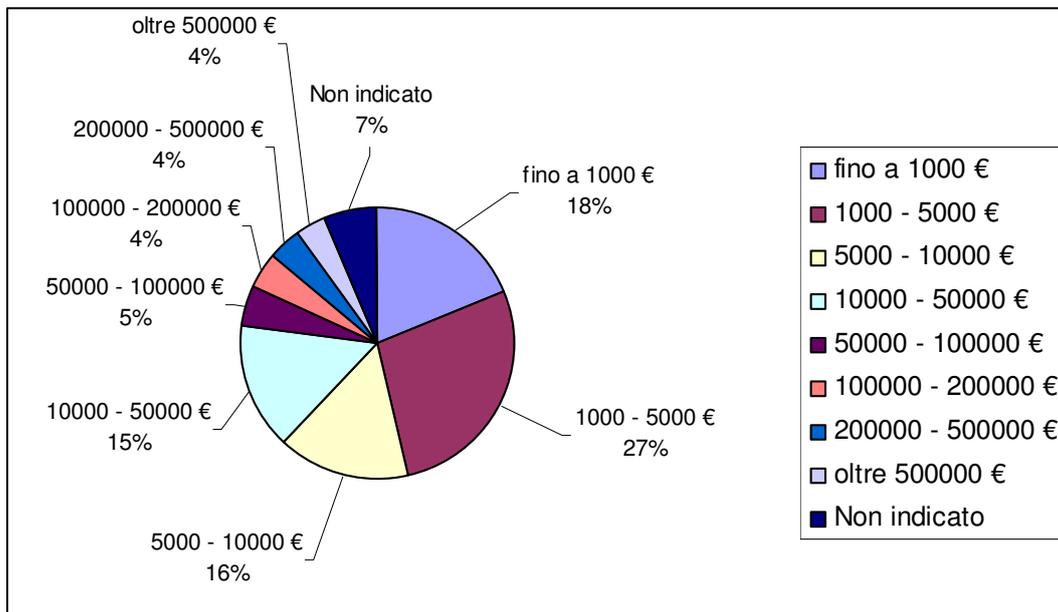
- *Ambito di investimento 5: Sponsorizzazione o partecipazione ad altro titolo (es fornitura di materiali o prestazioni lavorative a titolo gratuito o semi-gratuito) per la valorizzazione di beni culturali (beni architettonici, librari, audiovisivi, ecc.):*
 - Mostra pittura San Vito di Cadore "Pio Solero e Toni Piccolotto"; - expodolomiti
 - Restauro e mantenimento villa veneta (Villa Foscari Rossi);
 - Cappella Scrovegni - Portali Chiesa Santa Giustina - Ambasciata italiana in Francia
 - Riqualificazione Piazza Azzurri d'Italia a Padova
 - Mostra sul Simbolismo in Italia di palazzo Zabarella, mostra sull'Espressionismo a Villa Manin di Passariano, mostra su Bernardo Bellotto a Conegliano, ecc.
 - Rilievi colorimetrici sullo scalone del Rettorato (Palazzo del Bo) e nella Sala del Guariento (Accademia Galileiana di SS LL AA) durante interventi di restauro;
 - servizio fotografico presso la Villa Cornaro Gable di Piombino Dese durante una manifestazione comunale per valorizzare l'architettura e il territorio;
 - restauri presso l'Accademia dei Concordi di Rovigo dal 2007;
 - Illuminazione del campanile del duomo di S. Sofia a Lendinara;
 - progetto e software di gestione del teatro Ballarin di Lendinara;
 - restauro statua in gesso di Antonio Canova, restauro pitture murali a Pompei, restauro Affreschi Pal. 300 a TV;
 - Restauro botti a salvaguardia della Cantina Sperimentale della Scuola Enologica;
 - prestito di macchinari (torchio) per mostra-evento, Orto botanico Padova;
 - Trichiana - Paese del libro;
 - Art Kitchen: Associazione di promozione artistica e culturale di Milano;
 - fornitura arredi per: Teatro La Fenice (per la consegna del Premio Campiello 2012); Coro delle Monache al Museo di Santa Giulia; Grandi Mostre organizzate da Linea d'Ombra;
 - interventi presso Scuola Enologica di Conegliano;
 - fornitura materiali ad istituti alberghieri;
 - Mostra PRINCIPIA (Salone del Mobile di Milano);
 - forniture tessuti per musei veneziani (es. Querini Stampalia, Museo Correr, ecc);
 - Bioforum (forum internazionale sulle biotecnologie). Notte dei ricercatori
 - pubblica illuminazione Vicenza - edifici palladiani Vicenza;
 - Libriamo 2010 e 2011 - Festival Letterario
 - ambito FAI
 - sponsorizzazioni di attività naturalistiche su aree del territorio/ristrutturazione di immobile storico vincolato di proprietà;
 - IRVV-istituto regionale ville venete; segnaletica culturale "Palladio" e "Vicenza Romana";
 - Premio "ArchitettiVerona";
 - Sponsorizzazione restauro edifici storici e opere d'arte del territorio;
 - Eventi formativi presso il Museo di Storia Naturale e presso il Conservatorio della Musica di Verona;
 - Incontro "L'Amarone di Palladio: quando l'architettura diventa vino" presso Biblioteca Internazionale "La Vigna", Vicenza;
 - Sponsorizzazione con fornitura in omaggio di vino: Rassegna "Racconti d'Autunno" – Ciclo di Incontri presso Libreria Pagina Dodici – Verona;
 - Mostra "Henri-Cartier Bresson- Photographe" – Degustazione vini alla fine della visita guidata – Verona;
 - 108° Fiera Internazionale della Filatelia – Verona;
 - Reading "I Nobel della Letteratura" – Circolo dei lettori e Società Letteraria di Verona;
 - "Bacco, Tabasco e Venere" – Aperitivo, Reading, Musica, Assaggi".
- *Ambito di investimento 6: Altri eventi che non ritenete rappresentati dalle precedenti categorie:*
 - Donazione a scuola media inferiore per corsi culturali suppletivi;
 - convegni tematici;
 - Presentazione di "Note per gli Atti" all'Istituto Veneto di SS LL AA, Venezia. Seminario per Progetto "Futuro contemporaneo" CUOA/Regione Veneto, Padova, 10.11.2009

- Premio per le Tesi di Laurea sui Fertilizzanti; riunione formativa con gli studenti della facoltà di Agraria di Padova
- corso di Filosofia della Scienza (5 incontri serali, aperti a dipendenti e clienti)
- Servizio fotografico 'Gisto loves quasar' durante la manifestazione "Comodamente a Vittorio Veneto";
- finanziamento di corsi di insegnamento all'Università Ca' Foscari;
- partecipazione Forum Europeo diritto allo studio;
- partecipazione Finance Day (Ca' Foscari) job meeting (Esu Padova);
- Eventi di carattere letterario: "Volo Rapido", "Giro Rapido", "Tiro Rapido", "La brevità meravigliosa", "Mitteleuropa".
- Eventi nell'ambito del design "Tratto Rapido", "Radically Porsche";
- sponsorizzazione per la partecipazione della Nazionale Italiana Pasticceri al campionato mondiale;
- network MISA Museo Internazionale di Scultura all'Aperto con cui realizza esposizioni presso i propri stabilimenti e aziende su tutto il territorio. Nell'evento organizzato ad hoc per I.RO.P in particolare è stata installata una scultura in forma permanente presso la sede ed è stata posizionata in modo da essere visibile all'esterno;
- attività di sensibilizzazione/educazione ambientale;
- Premio Internazionale Architettura Sostenibile Fassa Bortolo, Premio Internazionale Domus Restauro e Conservazione Fassa Bortolo;
- ciclo di Mostre "La Via della Seta e la Civiltà cinese", Treviso;
- concorso, in collaborazione con i comuni di S.Pietro di Feletto e Refrontolo, rivolto ai ragazzi delle scuole primarie e secondarie dei 2 comuni, per sensibilizzarli alla tutela dell'ambiente;
- eventi collegati all'enoturismo quali Cantine aperte, Vinovip Cortina, Prosecco cycling, ecc.;
- Premio "Stonefly cammina con l'arte" in collaborazione con la Fondazione Bevilacqua La Masa – Venezia;
- "Premio Gruppo Euromobil Under 30" assegnato ad un giovane artista in collaborazione con Arte Fiera di Bologna;
- Il Museo del caffè. Il museo, realizzato grazie esclusivamente alle risorse aziendali, e per volontà dell'amministratore unico dr. Giorgio Caballini di Sassoferrato, è stato inaugurato il 09/10/10 e il 15/12/10 ha ottenuto il patrocinio della Città di Conegliano;
- Intrapresae della Peggy Guggenheim Museum di Venezia;
- progetto Il Sile tra Natura e Arte;
- Assegnazione borse di studio;
- Sostegno economico per progetti nei paesi del terzo mondo;
- Sponsorizzazione di un'aula universitaria e di una scuola superiore, creazione di un percorso artistico presso i nostri nuovi uffici;
- Giornate della Dante;
- Premio Masi per la Civiltà Veneta e Civiltà del Vino;
- Donazione alla ricerca paleo-antropologica area Valpolicella (VR);
- Visite guidate alle cantine storiche e al parco secolare di Villa Santa Sofia (già Villa Sarego, A. Palladio, XVI sec.);
- Accoglienza attività scolastiche in ambito formativo/orientamento;
- Invio etichette storiche ai collezionisti di etichette vini.

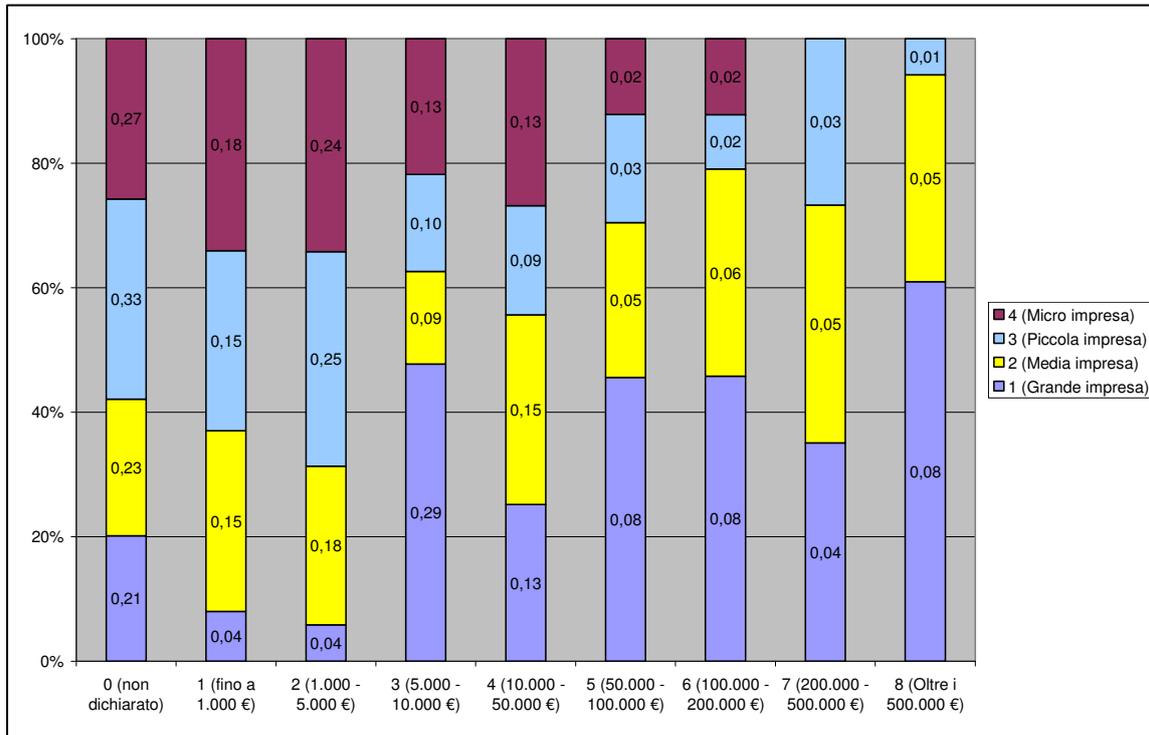
7. Frequenza dell'investimento:



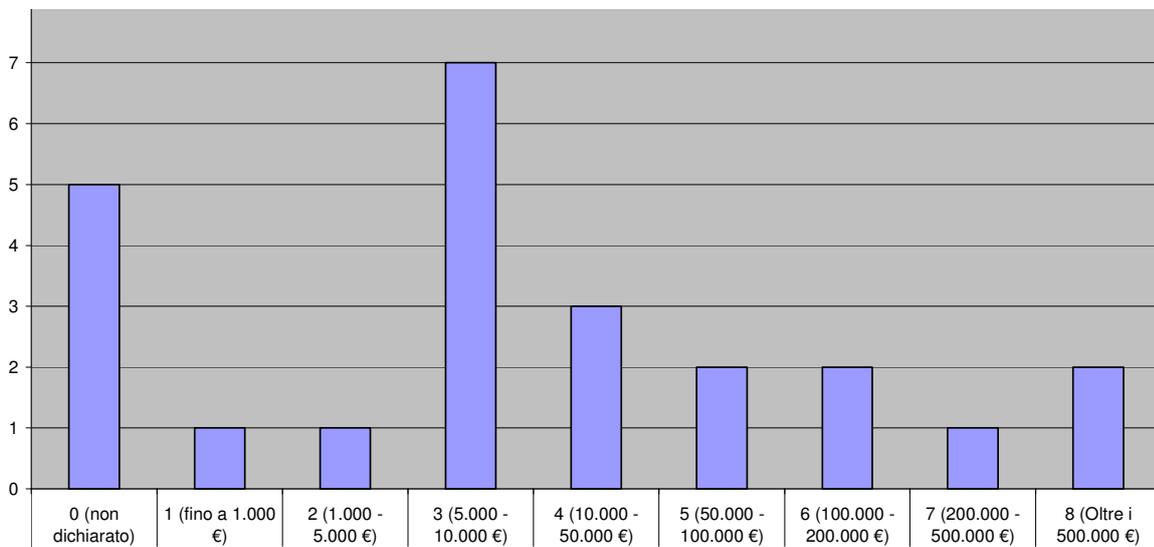
8. Entità dell'investimento:



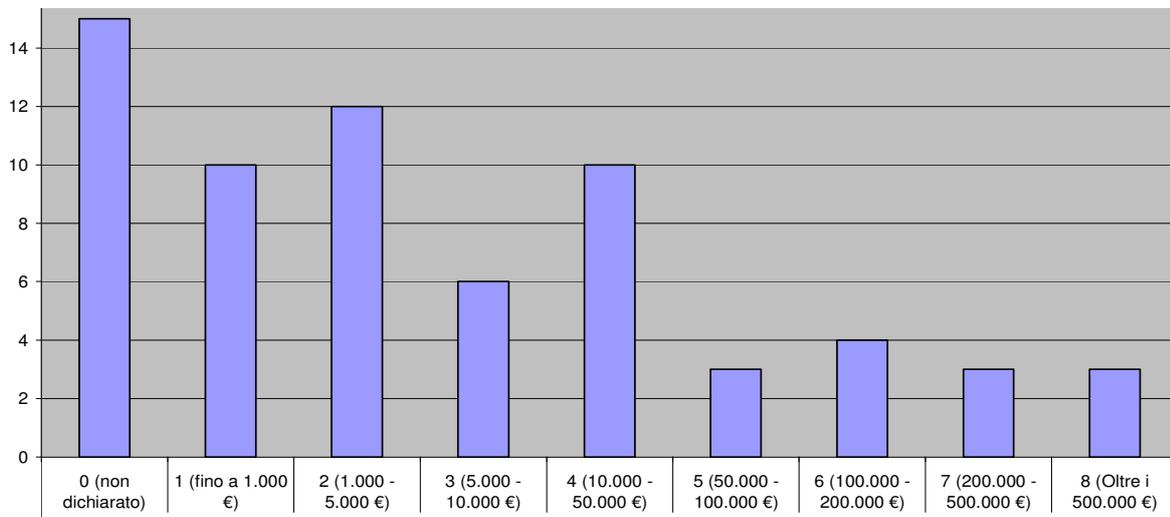
9. Quadro di sintesi del rapporto tra dimensioni dell'azienda ed entità dell'investimento:



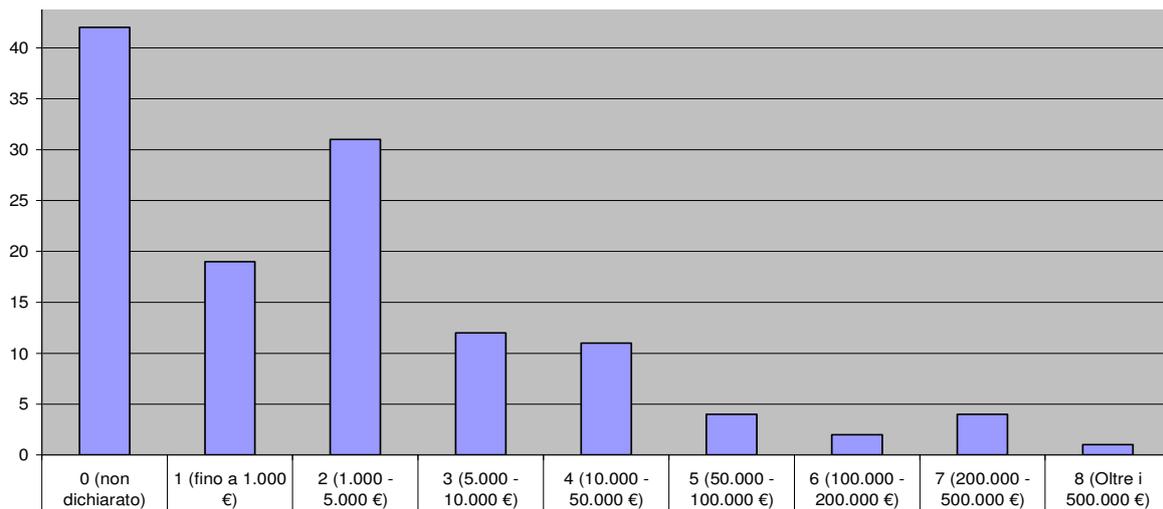
9.a. Rapporto tra dimensioni dell'azienda ed entità dell'investimento: grande impresa



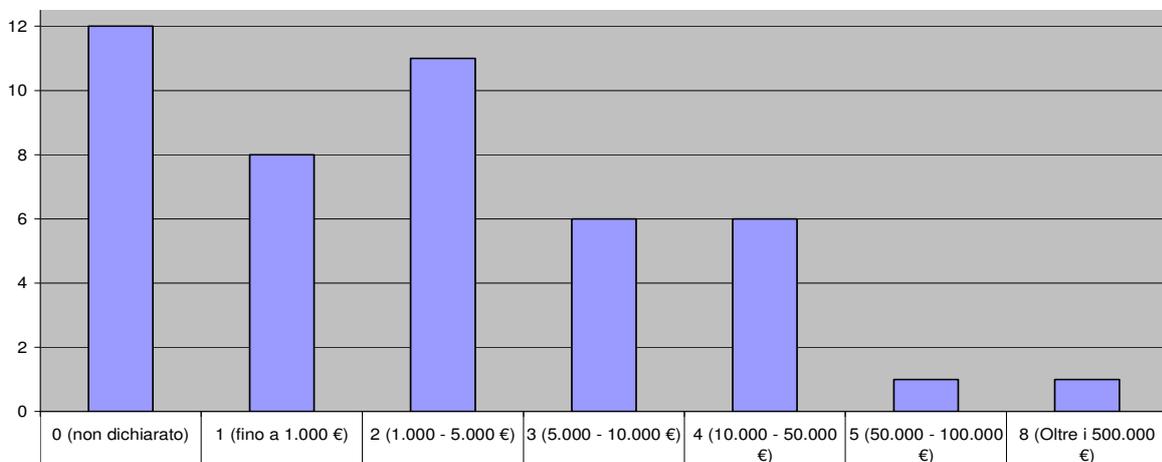
9.b. Rapporto tra dimensioni dell'azienda ed entità dell'investimento: media impresa



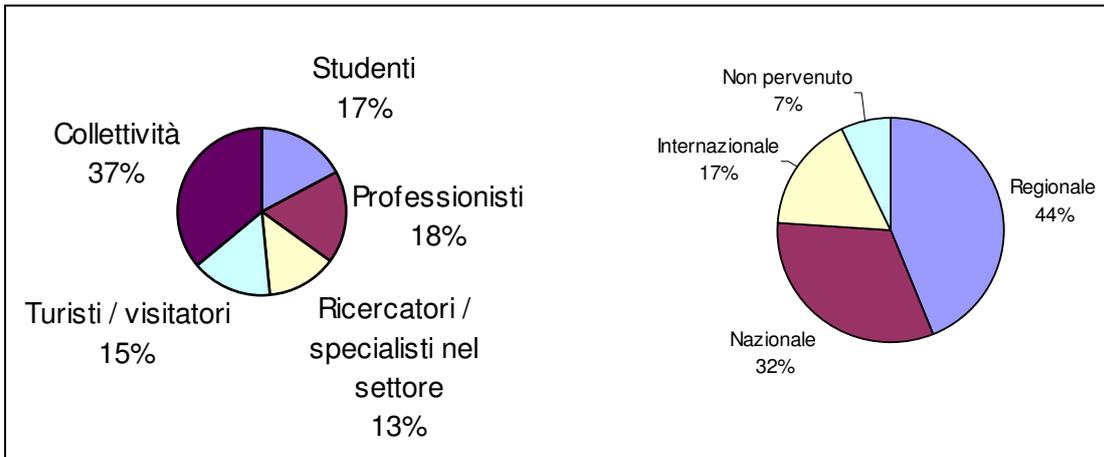
9.c. Rapporto tra dimensioni dell'azienda ed entità dell'investimento: piccola impresa



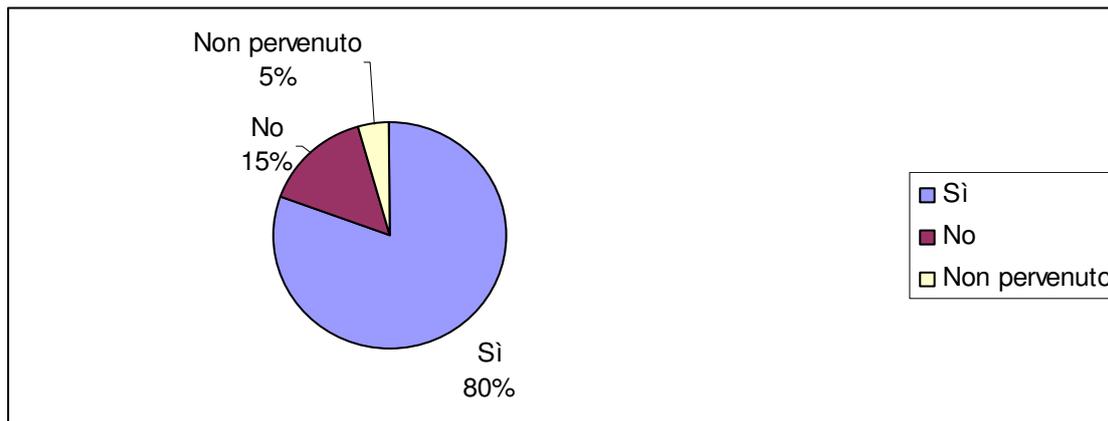
9.d. Rapporto tra dimensioni dell'azienda ed entità dell'investimento: micro impresa



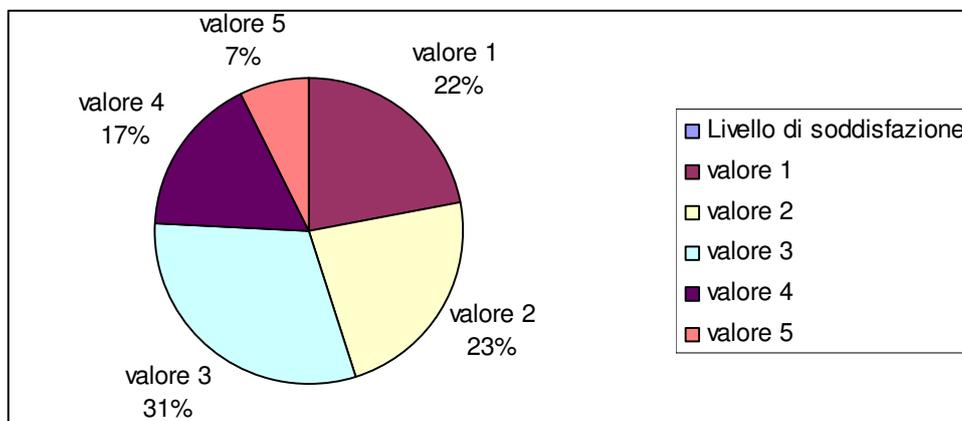
10. Destinatari e ambito territoriale d'impatto degli interventi



11. L'investimento ha soddisfatto le aspettative dell'investitore



12. Grado di soddisfazione in relazione al ritorno economico e di immagine dell'investimento



Fase 4. Commento dei dati

I dati raccolti in questa prima indagine sul mecenatismo culturale delle imprese in ambito veneto si riferiscono ad un campione significativo del mondo imprenditoriale veneto (**grafico 1**), sostanzialmente omogeneo da punto di vista territoriale, con una distribuzione dimensionale delle aziende uniforme nelle varie province e proporzionale alla loro distribuzione territoriale (**grafico 2 e 3a**), con un numero più elevato di risposte collocato nella categoria della piccola e anche micro-impresa (**grafico 3b**). Se ciò può apparire scontato in rapporto alla preminente presenza di questa tipologia di imprese nel tessuto produttivo veneto, non lo è affatto in rapporto all'oggetto in questione, tanto più che anche dal punto di vista del settore produttivo l'indagine evidenzia una casistica estremamente variegata. In ogni caso, nel campione, piccola e media impresa coprono oltre il 70% delle imprese mecenate.

Tra le aziende rilevate, più di 2/3 (il 77%) (**grafico 1**) ha investito in uno o più ambiti inerenti la cultura e la sua valorizzazione. Alla luce dei dati emerge dunque che questa pratica costituisce un fenomeno diffuso a tutti i livelli dimensionali e territoriali e non è – come spesso si crede – una prerogativa delle imprese più grandi (pure esistenti e attive per oltre il 10% del campione rilevato), dotate di maggiori risorse e di un'abitudine più radicata ad interventi in questo settore. La distribuzione delle aziende mecenate rispecchia il tessuto imprenditoriale della Regione del Veneto, sia per quanto riguarda il territorio investito, che la dimensione dell'impresa, mentre gli interventi riguardano l'intera gamma delle opzioni e dei settori possibili.

Esiste dunque una “cultura” specifica sottesa a questo tipo di azioni largamente diffusa in tutto il tessuto imprenditoriale veneto, strettamente connessa con il radicamento sociale e territoriale degli imprenditori veneti, con la loro concezione dell'impresa come “organizzazione sociale della produzione” finalizzata al benessere collettivo e non solo alla massimizzazione del profitto imprenditoriale, dunque perfettamente funzionale ad un certo – anche se magari non sempre del tutto consapevole – modo di intendere la responsabilità sociale dell'impresa e il ruolo dell'imprenditore nel contesto territoriale di riferimento. Alta appare la capacità di interazione delle aziende con il sistema socio-culturale veneto e molto diversificata la risposta delle aziende alle sue iniziative e ai suoi “bisogni”. Sembra peraltro necessario approfondire l'indagine per capire quanto il valore dell'investimento in



cultura effettuato dalle aziende sia correlato all'importanza data alle politiche culturali e alla cultura stessa dalle diverse istituzioni territoriali.

Si conferma pertanto la giustezza dell'ipotesi di partenza e della motivazione primaria di questa indagine: la supposizione di un'estensione molto più ampia di quanto non fosse dato sapere del fenomeno del mecenatismo culturale e sociale delle imprese e la necessità di farlo "emergere" e di conoscerlo meglio attraverso un lavoro di ricerca condotto su tutto il territorio regionale con rigorosi criteri scientifici.

Dall'indagine emerge poi una presenza ben più diffusa di quanto non fosse dato supporre (54% delle aziende rilevate) (**grafico 4**) di componenti patrimoniali (archivi, collezioni di prodotto, strumenti ed altro) suscettibili di assumere (se già non lo sono) lo status di "beni culturali", e, in ogni caso, di costituire potenziali ambiti di azione congiunta e convergente delle imprese, degli organi di tutela, degli enti locali e delle istituzioni culturali e di ricerca (università, centri di ricerca, associazioni, ecc.), come già si è verificato in una serie di iniziative sugli archivi di impresa e di prodotto del distretto calzaturiero della Riviera del Brenta. Circa il 38% delle aziende mecenate (77) dichiarano la presenza di un archivio storico: si tratta ora di capire, con un'indagine più ravvicinata e mirata qual è la natura e la composizione di questi archivi e quanto ne sia realmente percepito il valore come bene culturale e come risorsa da valorizzare al fine di mettere in atto politiche sinergiche da parte di tutti i soggetti interessati. Sono quindi interessanti, anche ai fini di una successiva attività di promozione congiunta, le segnalazioni della presenza di musei aziendali in 18 realtà produttive dei settori più diversi e un numero ancora più ampio di spazi predisposti all'interno delle aziende per finalità culturali (mostre, incontri, eventi teatrali, ecc.).

E' importante notare come gli interventi verso l'"esterno" di mecenatismo delle imprese riguardino tutti gli ambiti. Colpisce, in particolare, la equilibrata distribuzione degli interventi in tutti i settori (**grafico 5**). L'elenco delle attività presentate al punto 6, che raccoglie la parte più dettagliata delle risposte (molte aziende hanno dato indicazioni generiche), evidenzia la varietà dei prodotti culturali realizzati o sostenuti dalle aziende mecenate. L'entità degli investimenti varia considerevolmente in rapporto alle iniziative e alle dimensioni dell'impresa. Prevalenti sono quelli di piccola taglia, ma non mancano investimenti di rilevante entità anche continuativi nel tempo (**grafici 9**). Sembrerebbe dunque di poter dedurre una potenziale disponibilità ad azioni di diversa natura che potrebbero anche venire potenziate o avere maggiori ricadute se coordinate e "orientate" anche attraverso politiche ed incentivi mirati in tal



senso. Ciò pare confermato anche dal fatto che la principale categoria a cui si rivolgono le imprese è la cittadinanza/collettività indifferenziata (**grafico 10**). Il dato è in linea con quello che è il ritratto dell'azienda mecenate che investe nella regione: ovvero la piccola impresa che si rivolge al territorio in cui opera e che diventa un attore strategico del suo sviluppo in senso integrale. Ulteriore conferma viene dal bacino di utenza principalmente regionale (**grafico 10**) a cui si rivolge l'azienda mecenate, confermando l'interesse dell'impresa per il territorio. Ma la percentuale di ricaduta regionale (44%) è tuttavia di poco inferiore alla somma degli ambiti nazionale (32%) e internazionale (17%). Questo dato indica una consapevolezza delle aziende di potersi relazionare ad un ambito di riferimento più ampio, investendo sull'attrarre (magari coniugando il proprio prodotto con un marketing territoriale), ad esempio, visitatori e/o turisti stranieri.

La continuità degli interventi nel tempo (per il 60% regolari o assidui) (**grafico 7**) appare elevata e strettamente correlata all'elevato grado di soddisfazione (80%) nei riguardi dell'investimento effettuato (**grafico 11**). Questo dato risulta particolarmente significativo per valutare la propensione dell'azienda a proseguire ed eventualmente incentivare le proprie attività in ambito culturale. Per contro, la non diretta correlazione tra investimento effettuato e livello di soddisfazione come ritorno economico e d'immagine (all'80% dei soddisfatti corrisponde solo il 24% che dichiara un livello 4-5 di ritorno economico, mentre la maggioranza si pone al livello 3 di mezzo) (**grafico 12**) potrebbe evidenziare che in gran parte le attività siano più di "vero" mecenatismo sollecitato dal territorio che di "investimento" legato a precise strategie di impresa.

Questa prima fase del progetto ha avuto la fondamentale funzione di far emergere nella sua interezza il fenomeno del mecenatismo creando una base conoscitiva, estesa a realtà aziendali meno note, in relazione alla diffusione e alla variegata composizione del fenomeno stesso. I dati forniscono una panoramica ricca che, in una eventuale seconda parte della ricerca, potrà essere analizzata secondo diverse modalità e punti di vista.

Ecco qualche possibile linea di sviluppo:

- Interpretazione incrociata degli indicatori per valutare le connessioni tra tipologia di prodotti culturali in cui si effettuano gli investimenti e localizzazione geografica, dimensione, settore produttivo delle aziende.

- Indagine più ravvicinata e mirata sulla presenza, natura e composizione degli archivi storici aziendali e su quanto ne sia realmente percepito il valore come bene culturale e come asset aziendale al fine di mettere in atto politiche sinergiche da parte di tutti i soggetti pubblici e privati interessati.
- Selezione dal campione dei casi ritenuti più interessanti e (tramite la persona di riferimento indicata nel questionario) approfondimento dell'indagine su aspetti non ancora affrontati (fiscaltà, problematiche, esigenze e proposte), per valutare adeguate politiche di valorizzazione delle attività di mecenatismo svolte.

Particolarmente importante appare una riflessione più approfondita che può essere fatta anche alla luce dei dati fin qui raccolti sulle possibilità di un maggiore raccordo tra le iniziative "spontanee" di mecenatismo "dal basso" e le politiche di incentivazioni o premiali che possono essere messe in atto "dall'alto", anche in maniera congiunta e convergente tra Confindustria e Regione del Veneto per rendere ancora più virtuosa e produttiva, per tutto il contesto regionale, la "naturale" propensione al mecenatismo d'impresa da parte degli imprenditori veneti.

Selezione dal campione raccolto: esempi e best practice:

Si sono qui raccolte alcune delle risposte ritenute più significative in relazione a due aspetti: le aziende che investono in settori culturali che risultano affini alle proprie attività produttive (ad esempio le aziende di grafica e le attività editoriali; le aziende edili e i restauri di monumenti, ecc.), ma soprattutto quelle che invece supportano attività completamente diverse dalla propria. Si può notare quanto le imprese che producono beni commerciali ovviamente spendano di più in attività d'immagine o eventi che possano riportare un ritorno anche economico nella promozione del loro prodotto. Ne sono esempio diverse aziende del settore agroalimentare e soprattutto vinicolo (vedi i casi al n.14 e al n.16)

Un altro elemento caratterizzante è quanto l'investimento economico sia di supporto ad attività proposte e realizzate all'esterno, e quanto invece si riferisca a vere e proprie iniziative di "produzione" culturale. Un esempio di questo tipo si trova al caso n. 10 o alle rassegne teatrali e di incontri letterari del caso n. 11.

Notevoli sono poi i veri e propri premi, nazionali e internazionali, nell'ambito dell'arte e dell'architettura istituiti dalle aziende stesse. Solo nel campione raccolto si



annoverano infatti: il “Premio Internazionale Architettura Sostenibile” e il “Premio Internazionale Domus Restauro e Conservazione” della Fassa Bortolo; il “Premio Gruppo Euromobil Under 30” creato dal Gruppo Euromobil in collaborazione con l’Arte Fiera di Bologna; il premio “Stonefly cammina con l’arte” in collaborazione con la Fondazione Bevilacqua La Masa di Venezia. In ambiti un po’ diversi il “Premio Masi per la Civiltà Veneta” e per la “Civiltà del Vino”, attivi ormai da trent’anni.

Nel rispetto delle normative sulle privacy vengono di seguito esposti alcuni esempi di *best practice* in forma anonima.

1- Grande azienda del settore: chimico

Esempi di attività: Rassegne Teatrali Arena di Montemerlo e TrentAmicidellArte di Legnaro; pubblicazioni e mostre fotografiche: Tony Vaccaro e Pubblicazione Jappelli ; mostre in collaborazione con i Musei Civici di Padova; stagioni concertistiche Agimus e concerti del Coro Tre Pini.

Investimenti: Assidui **Importo :** Oltre i 500.000 € **Soddisfatto** Si **Livello** 3

2- Grande azienda del settore: calzaturiero

Esempi di attività: Mostre temporanee, convegni, concerti, catalogo museo. In particolare: restauro e mantenimento di una villa veneta.

Investimenti: Regolari **Importo :** 50.000 - 100.000 € **Soddisfatto** Si **Livello** 3

3- Grande azienda del settore: alimentare

Esempi di attività: Edizioni speciali e limitate di confezioni disegnate da autori vari; sponsorizzazioni di mostre d’arte (ad esempio: Canaletto, Venezia e i suoi splendori; Van Gogh e il viaggio di Gauguin).

Investimenti: Assidui **Importo :** 100.000 - 200.000 € **Soddisfatto** Si **Livello** 5

4 - Grande azienda del settore: edile

Esempi di attività: settore editoriale: "Tintoretto Svelato", Restauro Recupero e Riqualficazione "Il progetto contemporaneo nel contesto storico", "Architettura per un territorio sostenibile"; partecipazioni ad altro titolo: restauro statua in gesso di Antonio Canova, restauro pitture murali a Pompei, restauro Affreschi Palazzo 300 a TV.

Investimenti: Assidui **Importo :** Oltre i 500.000 € **Soddisfatto** Si **Livello** 4

5 - Grande azienda del settore: impiantistico

Esempi di attività: Concerto di Morricone a Vicenza; manifestazioni al teatro La Fenice ed altri teatri; pubblicazioni su Palladio e le sue opere; In particolare: pubblica illuminazione a Vicenza e agli edifici Palladiani.

Investimenti: Assidui **Importo :** 200.000 - 500.000 € **Soddisfatto** Si **Livello** 4

6 – Media impresa del settore: forniture energetiche

Esempi di attività: Sponsor principale di “Via Ruzzina”, (concorso nazionale di pittura che si tiene ad Adria) nel 2009 e 2010. Sponsor della 11° e 12° edizione del Galà della Donna, organizzato dalla Provincia di Rovigo. Supporto alle manifestazioni teatrali previste nei calendari dei teatri di Adria (2009, 2010) e Cavarzere (2008, 2009, 2010), Rovigo (2008, 2009). Sponsor de “Il Delta spiegato ai bambini”(edito da La Voce di Rovigo); Sponsor de La festa del pane di Loreo (dal 2006 ad 2011). Sponsor di restauri presso l’Accademia dei Concordi di Rovigo dal 2007.

Investimenti: Regolari **Importo :** Oltre i 500.000 € **Soddisfatto** Si **Livello** 3



7 - Media impresa del settore: arredamento

Esempi di attività: Esposizione opere d'arte nel proprio show room. Sostegno alla produzione di video per "Flissidiversi" incontri dei Poeti D'alpe Adria. Sostegno ai Solisti Veneti in concerti in Italia e all'Estero e nel 2006 – 2007 e agli spettacoli di Teatro dei Pandemonium. Settore editoriale: volumi di Andrea Zanzotto, di Giuseppe Zigaina su Pasolini e pubblicazioni di cataloghi d'arte per le varie mostre sponsorizzate dall'azienda stessa. Promozione di incontri con artisti e critici d'arte al Liceo di Treviso; sostegno a manifestazioni paesane legate alla tradizione come ad esempio Lo Spiedo Gigante a Pieve di Soligo, la festa della Madonna Immacolata a Solighetto. Sponsorizzazione di oltre 400 mostre; fornitura di poltroncine per l'allestimento del palcoscenico del Teatro La Fenice per la consegna del Premio Campiello 2012, di divani per il Coro delle Monache al Museo di Santa Giulia, di divani per le Grandi Mostre organizzate da Linea d'Ombra. In particolare: dal 2006 Main sponsor di Arte Fiera di Bologna.

Investimenti: Assidui **Importo:** Oltre i 500.000 € **Soddisfatto** Si **Livello** 5

8 - Media impresa del settore: arti grafiche.

Esempi di attività: Cataloghi, brochure, etc. per fiere o eventi culturali (es. Premio Campiello), collaborazioni come sponsor tecnico; presentazioni di libri che trattano del territorio (Storia del Canapificio - Cornuda - Centrali idroelettriche del Piave); sponsor tecnici di fiere nazionali e internazionali (es. patrocinio del corso di Type Design del Poli.Design di Milano); prestito di macchinari (torchio) per mostra-evento, Orto botanico Padova; Trichiana - Paese del libro - Altri patrocini per Master e workshop dell'Università Cattolica di Milano (settore editoria - comunicazione).

Investimenti: Regolari **Importo:** Oltre i 500.000 € **Soddisfatto** Si **Livello** 5

9 - Media impresa del settore: tessile

Esempi di attività: Costumi per la mostra: "Il 700 veneziano". Settore spettacoli: diverse opere quali Lou Salome (Fenice), Il barbiere di Siviglia (Arena), Mitridate. Partecipazioni ad altro titolo: paramenti sacri per Papa Benedetto XVI e autorità religiose, allestimento per esposizione Sacra Sindone (Torino), forniture tessuti per musei veneziani (es Querini Stampalia, Museo Correr, ecc). Altri ambiti: Intrapresae della Peggy Guggenheim Museum di Venezia.

Investimenti: Assidui **Importo:** 100.000 - 200.000 € **Soddisfatto** Si **Livello** 5

10 - Media impresa del settore: terziario. In particolare: spazi espositivi per attività continuativa di mostre d'arte contemporanea e di architettura e design tutto l'anno e tutti gli anni.

Esempi di attività: Biennale del teatro, Radio Arte Mobile. Prodotti editoriali: attività continuativa: cataloghi, libri, ecc. Attività legate alle tradizioni: premiazioni remiere. In particolare: ideazione e progettazione di iniziative culturali anche in collaborazione con istituzioni del territorio a Venezia o all'estero.

Investimenti: Assidui **Importo:** Oltre i 500.000 € **Soddisfatto** Si **Livello** 5

11 - Media impresa del settore: metalmeccanico

Esempi di attività: in particolare: spettacoli teatrali nella nostra rassegna "VENERDIVERSI" e sponsor attuale dell'associazione IDEM rassegna "IDEE DI FUTURO". Settore editoriale: presentazione libri con l'autore nella nostra rassegna VENERDIVERSI e sponsor attuale dell'associazione IDEM rassegna "IDEE DI FUTURO". Altro: premio "ArchitettiVerona".

Investimenti: Assidui **Importo:** 100.000 - 200.000 € **Soddisfatto** Si **Livello** 4

12 - Piccola impresa del settore: arti grafiche

Esempi di attività: concorso di grafica internazionale '*Felicity, change your city change your life*'; concorso di design per il settore luce '*luce in movimento*'; saggio di danza per la scuola di ballo 'Il balletto' di Castelfranco Veneto; libro fotografico del gruppo GGI di Padova; catalogo mostra di pitture/scultura e fotografia del circolo Spazio Estetico di Piombino Dese; libro '*Felicity, change your city change your life*', libro "Christmust, 100 storie di successo italiane"; sagre di Piombino Dese e paesi limitrofi. Servizio fotografico presso la villa Cornaro Gable di Piombino Dese durante una manifestazione comunale per valorizzare l'architettura e il territorio; servizio fotografico '*Gisto loves quasar*' durante la manifestazione Comodamente a Vittorio Veneto.

Investimenti: Assidui **Importo :** 5.000 - 10.000 € **Soddisfatto** Si **Livello** 4

13- Piccola impresa del settore: automobilistico

Esempi di attività: Rassegne musicali. Alcuni esempi sono "Cinque sensi d'autore", "music@villaromana", "Kilometro Zero", "La Parola alla musica", "Storie di Jazz", "Il Simbolismo", "Art&Co", "Il tempo di Gustav Mahler", "Porsche Live". Mostra "Ippolito Nievo". Eventi di carattere letterario: "Volo Rapido", "Giro Rapido", "Tiro Rapido", "La brevità meravigliosa", "Mitteleuropa". Eventi nell'ambito del design "Tratto Rapido", "Radically Porsche".

Investimenti: Assidui **Importo :** 200.000 - 500.000 € **Soddisfatto** Si **Livello** 4

14 - Piccola impresa del settore: vinicolo. In particolare: Spazio vendita realizzato tramite un progetto di Eco Design 2011.

Esempi di attività: Partecipazione al Lago Film Festival con il progetto "un Lago di...Vino" 2010; Corto cinematografico "Erase and Re...wine" per il progetto Perlage sul bere responsabile 2010; Concerto di Tolo Marton 2010; Proiezione in anteprima mondiale del film "the idiot cycle" con partecipazione all'evento della regista e di Carlo Petrini, fondatore di Slow Food 2009; Letture di Giorgio Barbarotta 2004-2007; Concerto dei Barbapedana 2009; Cirko Paniko 2009; Arte e Vino – mostra Art Brut e collaborazione alla produzione del catalogo 2006: Arte e Vino . Disco "SineTerra" dei SineTerra. Cantine Aperte (dal 2002) Festa del Novello (dal 2001) Eventi di degustazione vini locali e prodotti/presidi Slow Food Intrecci a Farra di Soligo . Evento per il recupero del baco da seta. "Le vie dell'acqua a Cison di Valmarino"; Artigianato Vivo a Cison di Valmarino. Concerti con il Coro Alpino di Soligo. 2011: Lago Film Fest di Revine, TV. 2002-2009: Eventi alla Mostra del Cinema di Venezia. 2008-2009: Mini Lounge al Festival del Cinema di Roma 2008. La Filanda Motta 2005-2010: Jazz and Wine a Cormons 2009. Evento a Umbria jazz 2007-2011. Cinema Careni Pieve di Soligo 2009-2010. Liberalabici 2010-2011. Cinema Edera 2006-2009. Asolo Jazz Festival 2001-2011. Festambiente a Grosseto 2001-2011.

Investimenti: Assidui **Importo :** 10.000 - 50.000 € **Soddisfatto** Si **Livello** 5

15 - Piccola impresa del settore: lavorazione pietra

Esempi di attività: sponsorizzazione del libro sull'Antica Parrocchiale di Nanto a cura del Comune di Nanto; il museo della civiltà contadina di Grancona; sponsorizzazioni di attività naturalistiche su aree del territorio; ristrutturazione di immobile storico vincolato di proprietà.

Investimenti: Assidui **Importo :** 200.000 - 500.000 € **Soddisfatto** Si **Livello** 3

16 - Piccola impresa del settore: vinicolo

Esempi di attività: 2006-2007 Concorso di idee per la realizzazione di un'etichetta per il V Centenario dalla nascita dell'arch. Andrea Palladio (1508-2008); Sostegno alla registrazione del concerto "V Sinfonia di Beethoven" tenutosi a Villa Santa Sofia nell'ambito della manifestazione "Musica in Villa" ; - Festival "Amarone in Jazz" – Centro Studi Musicali – Verona; - Festival "Ripasso in Blues – Valpolicella Wine and music" – Valpolicella (Verona); - Rassegna "Buon Vino fa Buon Teatro" – San Pietro in Cariano (Verona); - Percorso d'arte scenica "Are We Human – La Salvezza", progetto di EXP Associazione Culturale con il contributo di Associazione Culturale Interzona, Facoltà di lettere e filosofia dell'Università degli Studi di Verona - 2010

In particolare: pubblicazioni prodotte in proprio: - Libro "Santa Sofia, Storia–territorio caratteristiche di un'antica comunità " di Rinaldo Dal Negro; - Libro "Palladio, Santa Sofia, Amarone" curato da F. Piccoli. Pubblicazioni di cui ha sostenuto la realizzazione: - Catalogo mostra di pittura di Alberto Tosi nell'ambito della rassegna d'Arte contemporanea "Magica" di Ferrara; - Cartoline della Valpolicella; - Libro "Donne in Vigna" di Mario Busso e Angelo Concas, Ed. Vinibuoni d'Italia Biblioteca; - Libro "Supreme Italian Wines", di Andrea Zanfi, Carlo Cambi Editore; - Libro "Veneto, Via dei Sapori" di Carlo Vischi e Debora Bionda, Ed. Gribaudo; - Libro "Veneto, Noialtri e il Vino" di Andrea Zanfi, Ed. Carlo Cambi; - Libro "Ville della Valpolicella" di Mario Luciolli, Ed. Jago Edizioni; - Libro "Italiens Weinvelten – Wein, Vino, Wine" di Steffen Maus, Verlag Geb. KornMayer; - Libro "Il Desco- Elia Rizzo e la cucina dell'Anima" autori vari, Ed. Gribaudo; - Libro "Amarone Bog" – Mykael Lyng – Danimarca; - Libro "i Protagonisti – Vol. 2" Collana Excellence book" - Ed. Del Miglio Editore; - Libro "Cucina Regionale



Italiana” - Ed. Gribaudo; - Libro “Mangia e Bevi in Italia”, di Daniel Thomases, Ed. Loggia Group; - Libro “Patate da amare”- Ed. Gribaudo; - Libro “Storia d’Italia in 40 Cantine” – Ed. Macchione; - Libro “Gourmet Equosolidale”, CTM Altromercato, Divisione Il Gusto, Gribaudo; - “Annuario Storico della Valpolicella” – Ed. 2006/2007 - Libro “Arte del Bere”, Ed. Gribaudo; - Libro “L’abbinamento formaggi & Vini” di Giuseppe Vaccarini & Claudia Moriondo - Ed. Bibliotheca Culinaria - Libro “I Migliori Vini d’Italia”, Luigi Veronelli, Ed. Hobby & Work Publishing. Altre attività quali sponsorizzazione con fornitura in omaggio di vino: - Evento “Gran Galà di Giulietta e Romeo” – Verona ; - Manifestazione “Val ... Polis... Cellae. Territori, comuni, tradizioni. Conoscere la Valpolicella”; - Manifestazione “Il Girotonno” Epulae – ad Cagliari; - Festa dei Vini Classici della Valpolicella e del Recioto; - Manifestazione “3 strade per mille sapori”; - Premio “I 30 Amaroni” – Valpolicella Terra di Emilio Salgari - II Edizione. Attività organizzate in proprio: - Incontro “L’Amarone di Palladio: quando l’architettura diventa vino” presso Biblioteca Internazionale “La Vigna”, Vicenza; Sponsorizzazione con fornitura in omaggio di vino: - Rassegna “Racconti d’Autunno” – Ciclo di Incontri presso Libreria Pagina Dodici – Verona; - Mostra “Henri-Cartier Bresson- Fotographe” – Degustazione vini alla fine della visita guidata – Verona; - 108° Fiera Internazionale della Filatelia – Verona; - Reading “I Nobel della Letteratura” – Circolo dei lettori e Società Letteraria di Verona - “Bacco, Tabasco e Venere” – Aperitivo, Reading, Musica, Assaggi; Altro: - Accoglienza attività scolastiche in ambito formativo/orientamento; - Invio etichette storiche ai collezionisti di etichette vini.

Investimenti: Assidui **Importo :** 50.000 - 100.000 € **Soddisfatto** Si **Livello** 3

17 - Micro impresa del settore: metalmeccanico

Esempi di attività: settore musicale: il suono e gli strumenti musicali di Domenico Montagnana - incontri internazionali. Settore editoriale: “L’arte del legno a Lendinara dal '700 ai nostri giorni”, “Il trattato sui dogmi ebraici di Yosef Albo; “Le tarsie dello studiolo di Urbino”. Partecipazioni ad altro titolo: illuminazione del campanile del duomo di S. Sofia a lendinara, progetto e software di gestione del teatro Ballarin di Lendinara.

Investimenti: Assidui **Importo :** 10.000 - 50.000 € **Soddisfatto** Si **Livello** 3