

# Fondazioni & Sponsor

«IL GIORNALE DELLE FONDAZIONI E DEGLI SPONSOR» © IX EDIZIONE / N. 279 SETTEMBRE 2008 IL GIORNALE DELL'ARTE

## IL RAPPORTO 2008

**Un anno di attività culturali di 143 Fondazioni civili e 74 di origine bancaria. Il punto sulle sponsorizzazioni alla cultura: la parola ai protagonisti**



L'installazione «Hexagonal Water Pavilion» (Padiglione d'acqua esagonale), 2007, realizzata da Jeppe Hein in Piazza Damiano Sauli (Garbatella) a Roma, nell'ambito delle iniziative di «Enel Contemporanea»



Il metodo che privilegiamo è l'impiego di strumenti e risorse finanziarie atte a promuovere la valorizzazione del patrimonio paesaggistico-culturale e storico-artistico nonché iniziative di alto profilo scientifico per l'innovazione tecnologica e lo sviluppo. Per una stagione di crescita culturale e socio-economica della Sicilia nel Mediterraneo.

**Abbiamo  
un patrimonio  
da far fiorire.**

**FONDAZIONE BANCO DI SICILIA**  
L'iniziativa culturale è in campo

Fondazione Banco di Sicilia  
Viale della Libertà 52 - 90143 Palermo  
[www.fondazionebancodisicilia.it](http://www.fondazionebancodisicilia.it)





Perché sponsorizzare?

# Non per l'immagine ma per la creatività

Tutte le ragioni per godere di un approccio meno piatto e materialista al vostro investimento nell'arte

Nel 1941 il grande filosofo dell'arte Ananda Comararaswamy scriveva: «Nell'interesse di ogni uomo, neghiamo che l'arte sia fine a se stessa; al contrario, un'industria senz'arte è un'industria da brutti» e allo stesso tempo sosteneva con vigore che «artista e committente hanno le stesse responsabilità».

Oggi, oltre mezzo secolo dopo, si parla molto di responsabilità sociale d'impresa; le imprese gareggiano sulla qualità visiva dei bilanci di sostenibilità, quei bilanci (paralleli al bilancio economico) che mostrano le azioni e il comportamento che l'impresa adotta verso la società, che sia essa esterna o interna all'impresa stessa (i dipendenti).

Attenzione alla relazione con i dipendenti, all'ambiente, interventi nel sociale, nella scuola, sponsorizzazioni, impegno in cultura. Ed è proprio quest'ultima, la cultura, che rappresenta per la *business community* una vera e propria occasione di posizionare il marchio in un sistema di valori e concetti che parlano di qualità, di bellezza, di territorio, di storia, di sviluppo sociale e di Bel Paese. Lo strumento più utilizzato dalle imprese italiane per avvicinarsi alla cultura e all'arte è ancora quello della sponsorizzazione che vede, a fronte di un'offerta in denaro, la veicolazione del logo dello sponsor sui vari materiali di comunicazione dell'evento. Poiché questo meccanismo si articola nello scambio denaro-marchio, il logo dello sponsor spesso risulta essere più in vista del logo dell'iniziativa stessa. Da qui deriva quella resistenza che molte imprese trovano nelle istituzioni culturali sempre in cerca di nuovi fondi ma con la costante attitudine a difendere la cultura dagli «attacchi» dei direttori marketing visti come barbari.

Dopo l'evento, infatti, segue la valutazione della rassegna stampa spesso in termini di alternativa allo spazio pubblicitario. **Tante volte è citato il nome dello sponsor, tanto è valsa la sponsorizzazione in termini di ritorno d'immagine. Oltre a una totale schiavitù dei professionisti della cultura verso il sistema dei media, questa logica ha sviluppato la «evento-mania»,** piuttosto che il desiderio di sviluppare progetti culturali di flusso, a scapito dei nostri beni culturali che avrebbero molto bisogno di strategie di valorizzazione a lungo periodo. Se si segue la logica pubblicitaria è difficile calcolare, con strumenti alternativi a quelli standard, i reali be-

nefici che lo sponsor riceve dalla sponsorizzazione. Ma, se si vuole iniziare a valorizzare seriamente il patrimonio culturale anche tenendo presente il ruolo strategico della *business community*, allora bisogna stanare quella rete del valore che fa così fatica a essere tematizzata.

Contro la logica che vede la cultura da una parte, l'impresa dall'altra e un ponte che le mette in relazione, si può iniziare a con-

cepire un'unica strada in cui impresa e arti viaggiano seguendo l'obiettivo dello sviluppo della società, in termini economici, etici, educativi, estetici. Lo scambio denaro-marchio è solo una piccola parte di un rapporto di collaborazione e di scambio di valore ben più importante e proficuo. L'impresa può portare vantaggi alla cultura anche con strumenti che, al di là dell'aspetto economico, vedono entrare in gioco *know-how* orga-

nizzativo, comunicativo e strategico. Dall'altra parte l'arte e in generale la cultura possono portare all'impresa ben di più della veicolazione di un marchio. Poiché il termine valore porta con sé il concetto di «ciò che vale per qualcuno, che sia questo individuo o società», viene da chiedersi senza moralismi se l'arte e la cultura valgono per l'impresa. Quanto? In che modo? Da quale punto di vista?

L'impresa infatti non ha alcun

fondamentale dei lavoratori della nuova economia basata sulla conoscenza. L'arte è una straordinaria palestra per sviluppare la capacità visiva e per intraprendere quel meraviglioso e appassionante viaggio verso il saper riconoscere il bello dal brutto, la qualità, il ben fatto, non solo sui prodotti ma anche nei processi. Le aziende che investono in arte importano non solo opere di valore da allestire negli uffici dei dirigenti; importano un universo di valori culturali, semantici, territoriali, estetici, morali che, se valorizzati e comunicati, possono diventare la base di una forte condivisione d'identità, la linfa per la creazione dell'anima dell'impresa.

**Valore educativo**

Il valore educativo veicola la possibilità di far crescere nelle imprese italiane un *management* consapevole, con alta capacità critica, dotato di visione, capace di valorizzare il proprio lato emotivo.

«Io non escludo la possibilità che, guardando i miei quadri, un uomo d'affari possa scoprire il modo di fare un buon affare, o uno scienziato un modo per risolvere un problema. La soluzione costituita dal quadro è una soluzione di ordine generale, applicabile a qualsiasi altro ambito», scriveva Joan Miró, il grande artista spagnolo scomparso nel 1983.

L'arte infatti ha la capacità di universalizzare esperienze personali e suggerire nuovi approcci nella risoluzione dei problemi.

Le imprese hanno bisogno di persone adatte a portare valore in un mercato sempre più esigente di innovazione e sempre più proiettato alla dimensione globale, ossia alla necessità di mettere insieme non solo braccia ma anche e soprattutto culture, lingue, sensibilità diverse. Alcune caratteristiche che appartengono all'artista dovrebbero appartenere anche al *worker* dell'economia della conoscenza, dell'economia globale, dell'economia del libero mercato, dell'economia dove non sono più tanto i prodotti a competere, ma i valori e le emozioni che essi veicolano.

Queste quattro E possono cambiare le relazioni tra impresa e cultura, ma solo se gli sforzi si attivano da entrambe le parti e se l'impresa concepisce l'investimento in cultura come il motore su cui investire in termini di risorse umane, organizzazione e soprattutto di senso.

□ **Valeria Cantoni**

Amministratore delegato di *trivioquadrivio* e docente di Arte e Impresa all'Università Cattolica di Milano



Joan Miró, di cui si vede qui un dipinto, credeva che la soluzione costituita da un quadro fosse di ordine generale, applicabile a qualsiasi altro ambiente

impegno morale verso la cultura, ma deve riconoscere in essa un valore e uno strumento unico per il proprio sviluppo.

**Valore economico**

All'interno della rete del valore del rapporto cultura-impresa abbiamo individuato alcuni anelli strategici: economico, etico, estetico, educativo.

Il valore economico è strettamente correlato al ritorno d'immagine di un marchio o un prodotto sul mercato che beneficia dell'associazione a un certo progetto o evento culturale.

**Ma per l'organizzazione proiettata al profitto, la cultura è utile anche come modello creativo,** punto di vista inedito e visione critica per la creazione e l'ideazione di prodotti che sappiamo rispondere e anticipare i bisogni dei consumatori.

**Valore etico**

Il valore etico richiama al modo di comportarsi e agire dell'impresa.

Tenere presente lo sviluppo culturale del territorio, sia questo esterno o interno, determina eticamente l'identità di un'impresa, di quel sistema sociale che, come il territorio, si articola secondo una struttura di regole, abitudini e dinamiche relazionali molto forti.

**Coinvolgere l'impresa nell'ethos dell'arte e della cultura, in quanto sistema sociale basato su relazioni, scambi e processi, rappresenta un'opportunità per facilitare e incrementare la creatività e la comunicazione anche tra approcci e culture diverse,** contribuendo alla definizione dell'identità dell'impresa, della sua anima.

Il punto di vista delle arti, la sensibilità e l'attenzione verso l'altro, la curiosità, la capacità di vedere il particolare senza trascurare la visione d'insieme, la capacità di riconoscere e rappresentare la qualità, di far vedere la bellezza anche nella asimmetria, la forza del rapporto tra for-

ma e contenuto. Tutte caratteristiche che appartengono all'identità dell'arte, di quell'arte che appartiene al nostro paese e di cui andare fieri, e che possono essere elementi di formazione per la nostra classe dirigente presente e futura, in un'ottica di maggiore eticità, responsabilità e attenzione verso lo sviluppo economico, sociale e culturale di un paese che deve tornare a essere un modello per gli altri.

**Valore estetico**

Il valore estetico richiama la capacità di sentire, di percepire attraverso i sensi, di riconoscere la qualità. Le aziende italiane restano ancora grandi produttori di qualità e su di essa si gioca la partita con l'Oriente. Ma **per produrre qualità bisogna che qualcuno la riconosca. Questo banale circolo virtuoso può venire sviluppato proprio grazie all'arte e alla cultura che attivano e risvegliano i sensi spesso assopiti.**

«Saper vedere» diventa un asset

**I Rapporti Annuali**  
DEL GIORNALE DELL'ARTE

**Il Rapporto Annuale**  
Fondazioni e Sponsor

**Il Rapporto Annuale**  
Fondazioni e Sponsor  
è curato da  
**Enrico Stano**

Hanno collaborato:  
**Silvia Bonaudo**  
**Luigi Garella**  
**Giovanna Manassero**  
**Francesca Mannina**  
**Vita Santoro**

L'impaginazione è curata da  
**Elisabetta Paduano**

**I Rapporti Annuali, diretti da An**  
**Somers Cocks, costituiscono**  
**la sezione speciale monografica**  
**di «Il Giornale dell'Arte» dedica-**  
**ta ogni mese a un rilevante set-**  
**tore specialistico.**  
**Ogni Rapporto Annuale raccoglie**  
**e seleziona con cadenza annua-**  
**le le informazioni memorabili sui**  
**temi specifici trattati: principali**  
**eventi, esposizioni e fiere, con-**  
**vegna, pubblicazioni, legisla-**

**zione dei «Rapporti Annuali»**  
**all'indirizzo**  
**economia.arte@allemandi.com**  
**tel. +39 011.8199150**  
**fax +39 011.8193090**

«Il Rapporto Annuale Design», i «Rapporti Annuali» e «Il Giornale dell'Arte» sono testate editate dalla Società editrice Umberto Allemandi & C.

**I prossimi Rapporti**  
**del Giornale dell'Arte**

Mostre d'autunno	Ottobre 2008
Fotografia	Novembre 2008
Regioni e città d'arte	Novembre 2008
Libri	Dicembre 2008
Tutte le mostre 2009	Gennaio 2009
Arte contemporanea	Febbraio 2009
Restauro	Marzo 2009
Leggi	Aprile 2009
Antiquariato e Ottocento	Maggio 2009

**Sommario**

- 3 Perché sponsorizzare?**  
di **Valeria Cantoni**
- 4 Quando l'impresa diventa impresario culturale:** intervista a **Paolo Iammatteo, Enel**
- 6 Gli stakeholder e considerazioni socio-politiche**  
**influiranno sempre di più** di **Elisa Bortoluzzi Dubach**
- 7 Privati e cultura: egoisti!** di **Luigi Gili**
- 8 Mai dare il cento per cento** di **Javier Pes**
- 9 Spesso i media si dimenticano di noi:** intervista a **Piergiorgio Ceregoli, iGuzzini**
- 10 Convertiamo i musei in centri autonomi di spesa:** intervista a **Michele Trimarchi**
- 12 Grandi eventi: ecco gli sponsor dei «blockbusters» del 2007**
- 15 VIII Rapporto annuale sulle Fondazioni attive in Italia in ambito artistico**
- 17 Le Fondazioni fanno la parte del leone nel settore culturale italiano** di **Alessandro Monteverdi**
- 18 Le fondazioni artistico-culturali secondo la rilevazione Istat**
- 20 Le Fondazioni civili**
- 44 Le Fondazioni bancarie**

La sezione di questo Rapporto dedicata alle Fondazioni è realizzata dal **Centro di Documentazione sulle Fondazioni** in collaborazione con la **Fondazione Giovanni Agnelli**

Direzione del progetto:  
**Marco Demarie**

Coordinamento generale:  
**Alessandro Monteverdi**

Ricerca e redazione:  
**Alvise Del Prà**  
**e Veronica Strobbia**

■ Che ne pensano all'Enel

# Quando l'impresa diventa impresario culturale

Trasmettere valore e creare consenso: l'esperienza di Paolo Iammatteo, Responsabile Comunicazione Istituzionale e Stakeholders di Enel, nel passaggio da sponsor a soggetti attivi nella produzione culturale

**Q**uando la voglia di comunicare e di essere presenti supera il confine della semplice visibilità ad ogni costo, l'impresa cerca il modo di potersi esprimere per come è. Si accende quindi la scintilla della creatività e si sperimenta. L'impresa crea da zero il progetto e si impegna a trasferire in esso tutta la conoscenza ed esperienza accumulata in tanti anni di presenza nel tessuto sociale. Enel è una delle imprese italiane che ha avuto il coraggio e la possibilità di smettere di erogare fondi in cambio di visibilità per intraprendere un cammino ancora pionieristico in Italia. Paolo Iammatteo, Responsabile Comunicazione Istituzionale e Stakeholders Enel, ci spiega come è avvenuto questo passaggio.

**Come è nato e come è avvenuto il passaggio dalla politica di sponsorizzazione a quella di progettazione di un evento? Chi ha avuto l'idea? Qual è stata la reazione dell'azienda a questa novità?**

Per molto tempo il connubio tra impresa e cultura è stato relegato nel recinto della sponsorizzazione, limitandolo a uno scambio di mera natura commerciale: su un piatto della bilancia il contributo economico delle aziende, sull'altro il ritorno di immagine attraverso l'abbinamento della «marca» ad un evento culturale di prestigio. Questo tipo di «comunicazione» rischierà di essere asfittico per aziende come Enel, che non hanno bisogno di visibilità del brand quanto piuttosto di trasmettere valori e creare consenso su una strategia di sviluppo sostenibile. Oggi però le cose sono cambiate: l'investimento in progetti culturali è ormai riconosciuto come forma di comunicazione in cui le aziende si propongono come soggetti attivi nella produzione culturale, attenti a interpretare i cambiamenti sociali e i nuovi bisogni di consumo. L'approccio di Enel è proprio questo, di un'azienda multinazionale per cui investire in cultura, e quindi in arte, è un atto di responsabilità sociale, che attiva un canale privilegiato di dialogo con gli stakeholders, in grado di esprimere la visione e l'impegno dell'azienda in campi non direttamente legati al suo business. Per quanto riguarda l'arte in particolare, l'impegno di Enel non è nuovo: abbiamo illuminato i più importanti monumenti di molte città italiane, abbiamo sostenuto grandi mostre di artisti che hanno fatto la storia dell'arte nazionale e internazionale. Con Enel Contemporanea abbiamo voluto guardare avanti: l'idea è venuta fuori da tutto il team della comunicazione, che stava cercando nuovi linguaggi adatti a un'azienda che punta sull'innovazione tecnologica e sulla crescita internazionale.

Ecco, l'arte contemporanea si sposa perfettamente con i valori di modernità, di progresso, di ambiente e di internazionalità. La reazione dell'azienda è stata senz'altro positiva: dai vertici ai



L'installazione «Future City», realizzata nel 2007 da Patrick Tuttofuoco in Piazza del Popolo a Roma nell'ambito di Enel Contemporanea

dependenti, si è perfettamente capito l'importanza di associare un'azienda come Enel a tutte le forme dell'arte e oggi anche a quella contemporanea, che propone nuovi linguaggi e nuove sperimentazioni.

**Questa scelta progettuale deriva da una insoddisfazione nei confronti delle attività svolte dal settore pubblico?**

Noi abbiamo voluto sposare un progetto che si intonava con le nostre strategie e le nostre prospettive. E forse un progetto così imponente si è potuto fare proprio grazie ad un'azienda come la nostra che ha messo a disposizione risorse di cui forse spesso le amministrazioni pubbliche non dispongono. Ma proprio perché il progetto è di arte pubblica contemporanea, abbiamo comunque lavorato con il sostegno e la collaborazione del Comune di Roma e delle sovrintendenze locali e nazionali che hanno assolutamente sposato le nostre idee.

**Quanto spazio viene lasciato al curatore? Se c'è un inter-**

**vento aziendale sui contenuti, chi è il «creativo» in azienda?**

Per Enel Contemporanea abbiamo scelto un curatore di fama internazionale come Francesco Bonami che sicuramente per noi rappresenta una garanzia.

La scelta degli artisti e l'idea dei luoghi quindi è partita da lui. Ma, proprio perché come Enel abbiamo abbandonato da tempo l'idea della mera sponsorizzazione, come azienda abbiamo collaborato e «vissuto» le scelte artistiche, lasciando indipendenza alle scelte del curatore ma allo stesso tempo discutendole insieme.

Non c'è un creativo in azienda, è sempre un lavoro di squadra della funzione comunicazione, che fin dall'inizio si è entusiasmata a questo progetto. E devo dire che per esempio anche il nostro presidente [Piero Gnudi, n.d.r.], appassionato dell'arte in tutte le sue espressioni, ha sempre voluto vedere le progettazioni delle installazioni in anteprima.

**L'azienda è spinta solo da moti-**

**mento della comunicazione della propria immagine oppure da scelte di altro tipo?**

Oggi Enel è una realtà in continua evoluzione, che sta vivendo una fase decisiva: la crescita sul mercato internazionale e la liberalizzazione del mercato nazionale. Per questo è ovvio che debba adeguarsi al cambiamento anche con nuove strategie di comunicazione.

**Realizzare Enel Contemporanea in luoghi pubblici permette ai cittadini di vedere in modo diverso alcuni luoghi simbolo delle città e interagire con nuove espressioni artistiche**

Ma un'azienda come la nostra deve svolgere anche un ruolo sociale di volano per la promozione di valori e la diffusione del sapere.

Noi cerchiamo di farlo attraverso progetti di comunicazione integrata in partnership con istituzioni e associazioni.

**A livello di immagine «rende» di più l'investimento in cultura o in altri settori (sociale, ambiente, sport)?**

Un'azienda delle dimensioni come Enel non può fare scelte che vanno in una sola direzione, ma deve operare in un raggio più ampio. Per questo noi abbiamo deciso di convogliare tutti i nostri progetti culturali, ma anche sociale e ambientali che testimoniano l'impegno di Enel nell'ambito della responsabilità sociale, in un unico contenitore che abbiamo chiamato «Energia» e che si sviluppa in sei aree: Energia per la cultura, Energia per la musica, Energia per la scienza, Energia per la scuola; Energia per l'ambiente, Energia per lo sport.

Per fare qualche esempio, Enel pubblica ogni tre mesi la rivista scientifica Oxigen, che ospita firme di premi Nobel e di illustri scienziati di fama internazionale, sosteniamo da anni il Festival della Scienza di Genova, sul tema musica siamo soci fondatori dell'Accademia Nazionale di Santa Cecilia e del Teatro alla Scala di Milano.

Abbiamo sostenuto il tour di Jovanotti a zero emissioni di CO<sub>2</sub>, in ambito dello sport sosteniamo gli atleti Federica Pellegrini e Luca Marin e i mondiali di nuoto 2009.

E inoltre nel settore della solidarietà, con la nostra onlus Enel Cuore sosteniamo progetti a favore di anziani, malati, disabili e bambini.

**Che tipo di coinvolgimento dei dipendenti prevedete per questo tipo di esperienze?**

Abbiamo la nostra area di comunicazione interna che, attraverso il nostro house organ, la intranet e la web tv aziendale, dialoga costantemente con i nostri dipendenti e li informa anche di tutte le iniziative e progetti in cui Enel è coinvolta. Per alcuni di questi studiamo anche delle iniziative particolari: concorsi riservati solo ai dipendenti, biglietti omaggio per assistere agli spettacoli, inviti ad hoc. Con Enel Cuore i dipendenti sono anche chiamati a dare il proprio contributo, ovviamente facoltativo e quasi simbolico, per il sostegno di alcuni progetti a favore dei più deboli.

**Che tipo di collegamento esiste con i luoghi (e relativi abitanti) prescelti per ospitare le vostre installazioni?**

La prima edizione 2007 di Enel Contemporanea si era concentrata su tre punti del tessuto urbano di Roma (L'Ara Pacis, Piazza del Popolo e la Garbatella) per sottolineare, attraverso la contemporaneità, tre stratificazioni culturali della città: l'Antichità, la Classicità e la Moder-

nità. L'edizione 2008 si addentra ancor più nel tessuto di due straordinarie città italiane (Roma e Venezia) e guarda come punto di riferimento all'energia inesplorata del Tempo nelle sue diverse declinazioni: gioco, immaginazione, attesa.

Tre temi che, intrecciati, parlano di quella che è oggi l'energia della società contemporanea, dove le modalità di intrattenimento, incontro e scambio di idee assumono talvolta forme nuove e sorprendenti. I luoghi diventano quindi connettori di pensieri ed energie in un grande foro contemporaneo. I tre luoghi prescelti per Enel Contemporanea 2008 (Largo Argentina a Roma, la laguna di Venezia e il Policlinico di Roma) parlano dunque del Tempo come forma di energia vitale da rinnovare e valorizzare costantemente.

**Sentite di avere un ruolo nell'avvicinamento della gente ai linguaggi dell'arte contemporanea?**

Realizzare Enel Contemporanea in luoghi pubblici, nelle piazze o in siti facilmente accessibili dalla gente, ha permesso e permette ai cittadini di vedere in modo diverso alcuni luoghi simbolo delle città e interagire con nuove espressioni artistiche.

Le faccio un esempio: lo scorso anno l'installazione di Jeppe Hein nello storico quartiere della Garbatella di Roma, era una fontana interattiva con continui giochi e getti d'acqua: il pubblico quindi diventava parte integrante dell'opera, creando con i suoi spostamenti sempre nuove forme d'acqua, che tra l'altro si riciclava continuamente. Gli abitanti del quartiere sono stati felici di avere a disposizione un luogo dove ogni giorno centinaia di bambini si sono divertiti «tuffandosi» nella fontana e stimolando la loro fantasia.

E anche quest'anno la gente a Roma ha accolto con grande gioia l'idea di potere entrare tra le rovine di Largo Argentina, normalmente chiuse al pubblico, e giocare con i colori e le luci dei due artisti brasiliani *Avaf*, un connubio tra antico e moderno straordinario.

Il nostro obiettivo è proprio quello di coinvolgere pubblico e spettatori e farli interagire con le opere d'arte.

I risultati della prima edizione sono stati eccellenti: 1.500 presenze per ogni inaugurazione e oltre 400 articoli di stampa.

Il pubblico ha anche avuto modo di avere un contatto diretto con gli artisti e le loro opere, di chiedere spiegazioni ed esprimere «a caldo» il proprio parere.

**Vi ispirate a qualche esperienza internazionale?**

Prima di lanciare Enel Contemporanea abbiamo studiato cosa si fa all'estero.

Abbiamo preso in esame in particolare l'esperienza di Unilever alla Tate di Londra e di Deutsche Bank a Berlino.

□ **Intervista di Enrico Stano**

**L'improvvisazione  
cercala altrove.**

**MPS**  
**Private**  
**Banking**

**MPS Private Banking è professionalità.**

Private Banking è professionalità, consulenza, riservatezza e reputazione. Servizi ad alto valore aggiunto che offrono soluzioni patrimoniali esclusive in ambito finanziario, fiscale, legale, immobiliare ed artistico.

Perché noi sappiamo ascoltare prima di rispondere.

**MONTE  
DEI PASCHI  
DI SIENA**  
BANCA DAL 1472  
[www.mps.it](http://www.mps.it)

■ Che cosa succede e che cosa succederà

# Gli stakeholders e considerazioni socio-politiche influiranno sempre di più

Per il quinto anno consecutivo il mercato dello sponsoring in Italia sarà in espansione, da 1.771 milioni a 1.826 milioni di euro, ma c'è il rischio che vincano i grandi eventi

Lo sponsoring è uno degli strumenti di comunicazione di maggior diffusione oggi sul mercato. Secondo l'International Event Group di Chicago ([www.sponsorship.com](http://www.sponsorship.com)), una delle fonti più autorevoli a livello internazionale, gli investimenti di sponsorizzazione a livello mondiale sono cresciuti da 9,9 miliardi di dollari nel 1990 a 37,7 nel 2007.

A fine 2008 raggiungeranno 43,5 miliardi di dollari: di questi 16,8 miliardi interesseranno gli Stati Uniti, 11,7 l'Europa, 9,5 il Sud-Est Asiatico, 3,5 l'America centrale e del Sud e 2 miliardi le altre regioni.

Anche in Italia il mercato della sponsorizzazione è in crescita: nel 2007 sono stati spesi 1.771 milioni di euro, al netto delle attività di comunicazione collaterali.

Nel 2008, sempre secondo lo stesso studio, gli investimenti toccheranno i 1.826 milioni di euro con un balzo del +3,1% rispetto al 2007, quindi per il quinto anno consecutivo il mercato dello sponsoring in Italia sarà in espansione. Una crescita superiore a quella della pubblicità (3,1% contro 2,9%). Uno degli elementi determinanti di questo incremento è costituito dagli investimenti nei settori cultura e spettacolo. Questi raggiungeranno i 270 milioni di euro, con una crescita del 5,8% grazie soprattutto al costante aumento di interesse del pubblico verso i grandi eventi culturali (fonte: Studio Stage IPSOS).

## Filantropia e sponsorizzazione si separano

A fronte di questa forte espansione sta cambiando anche l'ottica con la quale le aziende approcciano l'investimento in manifestazioni culturali.

La filantropia, che riprende la lunga tradizione del mecenatismo del nostro paese, conosce nuovo impulso grazie al coinvolgimento di imprenditori «filantropi» che non mettono più solo a disposizione denaro, ma il *know-how* appreso in azienda; università quali Bologna e Forlì ne fanno oggetto di studio e ricerca; nuovi corsi sviluppati in collaborazione fra gli atenei di tutto il mondo preparano specialisti del futuro; in Italia il dibattito è vivace anche a seguito dell'attività delle grandi fondazioni bancarie.

E la sponsorizzazione culturale? A livello internazionale negli ultimi anni ci sono stati sviluppi marcati.

Le aziende hanno compreso che l'investimento in cultura non ha solo riscontri dal punto di vista dell'impatto sull'opinione pubblica, in quanto assunzione di responsabilità nei confronti del territorio di appartenenza (*corporate citizenship*), ma soprattutto è un importante elemento per influenzare positivamente il proprio marchio aziendale, per costruire la cultura d'impresa, per preparare i collaboratori verso



Renaud Capuçon suona il Guarneri del Gesù, Panette, 1737, messo a disposizione da Banca BSI

clienti sempre più esigenti anche in termini di qualità di contatto, per rispondere alle sfide della multiculturalità.

## Il settore si è professionalizzato

Sponsoring culturale e sportivo sono considerati strumenti di marketing, a fronte dei quali vengono formulati obiettivi d'immagine ed economici precisi.

Estrema attenzione quindi da parte delle aziende nel verificare se e in quale misura tali obiettivi siano stati raggiunti, sforzi costanti da parte degli sponsorizzati di incrementare il proprio *know-how* e riuscire, grazie all'ottimizzazione delle attività e al controllo, a rimanere in contatto con le aziende anche a fine progetto e dimostrar loro che hanno ben investito il loro denaro.

## Associazionismo e strumenti ad hoc

La competizione fra istituzioni culturali alla ricerca di fondi, sempre più professionali anche in termini di fundraising e sponsoring, si inasprisce.

Molti paesi europei (fra gli altri l'Inghilterra, la Francia, la Germania, la Svizzera per citarne solo alcuni) hanno osservatori attivi in permanenza, che operano come punti di riferimento per quanti si rivolgono alla materia, promuovono studi specifici, fanno un monitoraggio delle cifre, agiscono come centri di interesse delle aziende attive nel settore nei confronti dell'autorità. Tutto questo ha permesso di raggiungere importanti traguardi anche in termini di lobby per la cultura.

In Germania, per fare solo qualche esempio, le aziende attive a favore della cultura si sono con-

sorziate in una commissione apposita (e una «sotto-commissione sponsoring culturale») all'interno dell'Associazione delle industrie tedesche, la quale, da interlocutore autorevole, ha guidato lo Stato a promuovere una legislazione specifica che ha eliminato confusioni e fraintendimenti e reso più facile la collaborazione fra istituzioni culturali e imprese; la stessa commissione ha promosso il dibattito sui grandi giornali nazionali quali il «Süddeutsche Zeitung» o l'«Handelszeitung», ha favorito la nascita di una stampa di settore ecc. In Svizzera più di 600 aziende (una cifra considerevole se si pensa alla dimensione del paese) hanno un dipartimento incaricato, con un direttore sponsoring e impiegati che si occupano solo di questa specifica tematica; in Inghilterra strumenti appositi creati in collaborazione con lo Stato, quali il *matching funding* (cfr. articolo a p. 8), hanno fatto decollare gli investimenti.

## Perché in Italia tutto questo non è ancora realtà?

Per certo la responsabilità non è da ricercarsi a livello degli operatori culturali, dei quali va invece apprezzata la capacità di dare un contributo eccellente nonostante condizioni quadro scoraggianti e difficoltose, né tantomeno delle aziende che con un esemplare dedizione al paese mantengono uno stretto rapporto con il territorio. Ricordo qui fra gli altri il contributo fondamentale delle piccole medie imprese per il fiorire delle iniziative culturali a livello regionale e locale.

Quali sono allora le cause? Innanzitutto, a mio parere, ci

sono in qualche caso degli ostacoli psicologici, e qui mi riferisco soprattutto a quanto avviene localmente. In un paese che è la culla del mecenatismo, con una lunga tradizione di sostegno altruistico alla cultura, che esprime anche in qualche modo la generosità dei sentimenti di un popolo, si rompe un tabù quando, a fronte di un impegno in denaro, si richiedono dei ritorni economico-commerciali precisi.

Ma sarebbe superficiale ridurre a questi aspetti le cause di un problema che sono invece da ricercarsi a livello nazionale in fattori critici che impediscono e finora anche ritardano il dibattito su questi temi.

Ne cito alcuni:

□ L'estrema instabilità politica rende difficile avviare politiche idonee. Alle aziende mancano gli interlocutori per sviluppare percorsi comuni di lungo periodo.

La sensibilità politica sul potenziale del nostro patrimonio culturale manca largamente, non solo ma manca anche la capacità di riconoscere che esclusivamente con un'alleanza forte con il tessuto imprenditoriale italiano si può sperare di preservare un patrimonio culturale immenso quale è il nostro e dare impulso e possibilità agli artisti di oggi nonché a quelli del futuro. Un buon esempio di tutto questo sono le normative burocratiche, le carenze in termini di normative fiscali che scoraggiano fra l'altro gli investitori internazionali.

□ La commercializzazione dei grandi eventi avviene altrove. Tutto questo provoca delle reazioni a catena. È la concentrazione di interessi finanziari infatti che spesso porta a sviluppare *know-how* e favorisce il di-

battito in materia. In questo senso l'Expo 2015 a Milano potrebbe essere l'occasione per una svolta.

□ Le università e gli istituti cominciano ora a scoprire il tema; mancano ancora corsi dedicati a fundraising e sponsoring che formino gli specialisti di settore.

□ Non vi sono posti di lavoro dedicati all'interno delle aziende e con questo manca l'incentivo ai giovani a investire in questo *know-how*. La figura del direttore sponsoring culturale è ancora pressoché sconosciuta. La stampa riprende la tematica solo in contributi puntuali. Riviste dedicate al tema dello sponsoring mancano.

Tutti motivi per cospargersi il capo di cenere? Al contrario. Ogni nazione ha i suoi ritmi di sviluppo. Tutti gli indicatori dimostrano che l'attenzione alla tematica della sponsorizzazione in Italia sta crescendo rapidamente. L'incremento delle risorse finanziarie private a disposizione è un segnale positivo, così come lo è il vivace scambio fra colleghi in dibattiti e simposi di settore.

## Che cosa c'è dietro l'angolo?

Se questo è vero, che cosa dobbiamo aspettarci per il futuro? La nostra epoca e soprattutto gli ultimi dieci anni sono stati segnati dall'incessante processo di globalizzazione, dalle grandi fusioni internazionali, dalla smisurata velocità con la quale avvengono i cambiamenti. Lo sviluppo delle tecnologie e della telecomunicazione ha reso possibile nuove tecniche di produzione e di logistica connesse fra di loro a livello mondiale. Tali mutamenti, l'aprirsi di nuovi mercati e le nuove strut-

ture imprenditoriali con il conseguente inasprimento della pressione concorrenziale costituiscono una nuova, importante sfida per tutta l'economia.

La sostenibilità si è evoluta negli ultimi dieci anni da concetto astratto a realtà concreta. Temi quali la conservazione del patrimonio culturale nei paesi colpiti da catastrofi naturali o dalla guerra sono argomenti accessibili anche al vasto pubblico.

In tale contesto si posizionano anche la sponsorizzazione culturale e tutti gli *stakeholder* coinvolti.

La futura evoluzione sarà caratterizzata da diversificazione, integrazione dei diversi strumenti di comunicazione, nuove forme di *hospitality*, impiego su più fronti delle tecnologie, nuove forme di integrazione fra sponsorizzazione culturale e *corporate responsibility*.

## Concentrazione su eventi chiave

Le grandi aziende continueranno a focalizzarsi su poche sponsorizzazioni di eventi e manifestazioni chiave a livello nazionale e internazionale. Ne conseguirà un impoverimento di mezzi finanziari messi a disposizione dalle grandi aziende per i mercati locali e regionali. Occorrerà dunque sviluppare nuovi modelli per scoprire e sviluppare, attraverso contatti mirati, il potenziale delle piccole e medie imprese.

## Eccellenza nella nicchia

Sempre più aziende reagiranno all'inasprimento della concorrenza sui grandi eventi, individuando nicchie nel mercato culturale o producendo manifestazioni proprie, con l'obiettivo di acquisire visibilità, contenere i costi, sviluppare progetti dalla fisionomia originale.

## Sponsorizzazioni alla svolta

Le sponsorizzazioni del futuro viaggeranno letteralmente su più binari. Al posto di competenze specifiche, ancorché elevate, sarà indispensabile per le imprese, sia nella fase di elaborazione di strategie, sia nella messa in pratica operativa, saper ragionare in termini multidisciplinari. Occorrerà costruire in modo sistematico e mirato delle sinergie tra i diversi strumenti promozionali, dalle sponsorizzazioni alle devoluzioni a livello di mecenatismo alle fondazioni alle attività di responsabilità sociale.

Una sfida particolare sarà costituita dall'accresciuta sensibilità degli *stakeholder* soprattutto in termini di mero sfruttamento commerciale delle manifestazioni culturali. L'opinione pubblica sempre più pretenderà l'assunzione di responsabilità precise anche nel campo delle sponsorizzazioni commerciali. Non considerando il contesto sociale nel quale un evento sponsorizzato va a collocarsi, specialmente in società con problemi irrisolti a livello politico,

occupazionale (e penso in concreto anche all'impegno di aziende europee nei paesi del terzo mondo), si vanificherà ogni sforzo di creare simpatia e goodwill fra aziende e stakeholder coinvolti.

**Il concetto di ospitalità verrà rivoluzionato rispetto agli standard odierni**

Il tipico ospite di una volta delle manifestazioni culturali e d'arte è uscito di scena. È la figura stessa di VIP a essere mutata in modo sostanziale. Il cliente facoltoso ha un'agenda strapiena, non ha né tempo né voglia di recarsi a manifestazioni dove «fa numero», è uno di tanti. La forza di attrazione di cene e pranzi, di finissage e vernissage standardizzati non è particolarmente elevata nemmeno per chi il tempo ce l'avrebbe. Occorre quindi sempre più sensibilità, stile e individualizzazione.

I tipi e i toni dei messaggi devono essere calibrati, in armonia con le aspettative di un pubblico colto ed esigente. Il nuovo VIP si aspetta:

- il rispetto delle sue esigenze e dei suoi bisogni individuali
- ospitalità personale al posto di package «clinici» e omogeneizzati
- progetti autentici, che esprimano in modo credibile l'assunzione di responsabilità sociale.

**L'impiego delle nuove tecnologie**

A queste esigenze si deve adeguare anche la comunicazione verso il cliente che agli standard tecnologici in uso deve aggiungere la nota personalizzata, il beneficio personale, la sensazione di un vantaggio immediatamente percepibile. Internet e comunicazione mobile incideranno in misura crescente sulle sponsorizzazioni culturali, soprattutto come attività collaterali e di sostegno.

**Meno manager e più imprenditori**

Non basterà più padroneggiare «i ferri del mestiere», occorrerà invece essere in grado di anticipare le nuove tendenze,

identificare le nicchie (fintanto che lo sono!), gestire l'utilizzo di diritti di sponsorizzazione a più livelli senza scadere nella commercializzazione controproducente dell'evento.

Le conoscenze specifiche settoriali, anche se elevate, non saranno più una condizione di successo sufficiente in un contesto caratterizzato da una marcata multiculturalità anche dell'economia.

Nelle sponsorizzazioni si affermeranno quindi sempre più professionisti che, oltre a essere strateghi capaci, siano anche autentici visionari, imprenditori e pensatori trasversali.

**Sponsorizzazioni culturali: un mezzo per sviluppare la competenza multiculturale dei collaboratori**

L'accresciuto inserimento di forze lavorative provenienti da altri contesti e con differenti mentalità richiede idee innovative per mantenere, sviluppare e acquisire risorse umane. Ed è qui che si inserisce con forza la sponsorizzazione culturale: coinvolgendo i collaboratori nelle iniziative culturali delle imprese: favorisce l'integrazione, consolida la sensibilità per mondi diversi e per tematiche difficili da affrontare in modo convenzionale. Proprio questi esempi ci consentono infatti di definire le caratteristiche di fondo di un nuovo modo di intendere la sponsorizzazione culturale.

Si tratta anche e soprattutto di un rilancio strutturato e sistematico della tematica da parte dello Stato, con continuità e impegno a favore di tutti gli stakeholder coinvolti.

**Elisa Bortoluzzi Dubach**

Consulente di comunicazione e sponsoring, docente presso varie università e istituti di studi superiori in Svizzera, Germania e Italia. È autrice fra gli altri di *Sponsoring dalla A alla Z. Manuale operativo*, 2008, Skira Editore, Milano

**Le leggi e la sponsorizzazione**

**Privati e cultura: egoisti!**

*Non si può sperare che senza incentivi molto allettanti i privati si prendano carico dei costi di ordinaria amministrazione*

**Possono e ancor prima vogliono i privati sostituire il pubblico nell'attività di valorizzazione ed anche di tutela dei beni culturali?**

La domanda, così formulata, sembra mal posta, perché sinora si è per lo più parlato di affiancamento del privato al pubblico, più che di una vera e propria sostituzione. L'idea di fondo è quella che il pubblico sia chiamato a garantire la tutela ed un livello minimo di valorizzazione, mentre il privato partecipa affinché si vada oltre questa soglia. Questo dialogare tra pubblico e privato va riconsiderato alla luce di un Ministero con sempre meno fondi per le attività ordinarie. L'ultimo taglio è stato confermato il 5 agosto scorso, con la conversione in legge<sup>1</sup>, provvedimento fortemente criticato, a ragione, da Salvatore Settis.

Le alternative sono due: minore attività di tutela e di valorizzazione oppure maggiore sostegno finanziario da parte dei privati di attività di cui si è fatto sinora carico lo Stato. Questo scenario vale, in termini generali, anche per le regioni e gli enti locali, chiamati a rispettare il patto di stabilità ed a stringere la corda in presenza di minori risorse finanziarie.

Il rischio è che si verifichi la prima ipotesi, in primo luogo perché inadeguate o poco accattivanti sono le *avances* messe in atto verso i privati.

**Al momento, i servizi aggiuntivi non hanno portato l'atteso beneficio economico ai gestori e quindi ai musei**, forse per mancanza di una cultura imprenditoriale del soggetto pubblico. Basta curiosare in un bookshop tipo per rendersi conto, spesso, della banalità dei prodotti offerti rispetto alla creatività e forza espressiva delle opere custodite nel museo. Un qualche motivo ci sarà per cui, come recentemente evidenziato da Antonio Leo Tarasco, nel 2001 il giro di affari in tutta Italia, legato dalla vendita di gadget e pubblicazioni all'interno dei musei, è stato pari a quanto nello stesso anno, in Francia, si è incassato dalla vendita del solo cd-rom del Louvre, fallimento che non dipende certo dalla mancanza in Italia di opere e di luoghi di attrazione culturale, il che rende la cosa ancora più grave (se non vergognosa) in un periodo in cui le risorse pubbliche scarseggiano. Qualche speranza di una maggiore imprenditorialità è legata ad una recente previsione della legge del 2007<sup>2</sup>, secondo cui si possono affidare ad un unico gestore tutti i servizi aggiuntivi, anche se relativi a più istituti o luoghi di cultura. **Anche l'idea della legge Veltroni del 1998, di avviare alla cronica carenza di fondi per i musei tramite la costituzione di fondazioni museali miste, pubblico-privato**, non ha al momento sortito gli effetti sperati (uniche testimonianze di fondazioni di tal fatta, con la partecipazione dello Stato, il Museo delle Antichità Egizie di Torino Egizio e il Centro Conservazione e Restauro La Venaria Reale), semplicemente perché non è facile trovare privati «ricchi» (le fondazioni bancarie)

disposti a sobbarcarsi, alla lunga, anche le spese di gestione ordinaria del museo, piuttosto che solo sponsorizzare una mostra a termine e dal budget definito. Come un gioiello, la partecipazione ad una fondazione museale, da parte di una fondazione bancaria, è ragionevolmente «per sempre»; è pur vero che, come contropartita, la fondazione bancaria non eroga solo i soldi

tisti e degli esecutori del contratto. **Quindi gare anche per la ricerca degli sponsor, quasi che vi fossero di norma schiere di imprese o fondazioni bancarie pronte a confrontarsi a suon di migliaia di euro, pur di abbinare la propria immagine a un certo evento, mostra o restauro.** La previsione è peraltro doverosa, in quanto la sponsorizzazione è

una monocultura e il rischio di cancellare le diversità culturali» (v. Il Giornale della Mostra Estive 2008, allegato al n.278 del Giornale dell'Arte), in cui si rileva, con preoccupazione, l'attuale tendenza a promuovere ed a sostenere le iniziative di spettacolarizzazione della cultura (mostre-evento o mostre-spettacolo), a scapito dei musei e della loro gestione, fatta di «ordi-



**Il Museo delle Antichità Egizie di Torino, di cui qui è rappresentata una sala della mostra «Riflessi di pietra. L'antico Egitto illuminato da Dante Ferretti» (3 febbraio-30 giugno 2006), è al momento uno dei pochi esempi di fondazioni museali miste, con partecipazione dello Stato**

ma partecipa direttamente alle decisioni di gestione e di valorizzazione del museo. L'altra attrattiva, molto più classica, è quella della **deducibilità fiscale**, ma anche qui siamo mal messi, perché il sistema è macchinoso e, mentre le imprese fruiscono di una deducibilità totale<sup>3</sup>, il soggetto beneficiario è sottoposto ad un eventuale meccanismo compensativo della perdita del gettito fiscale da parte dell'Erario. I privati, invece, possono dedurre solo una parte di quanto donato a favore della cultura. **Rimane il *do ut des* delle sponsorizzazioni**, che possono essere cosiddette tecniche, se il privato offre al pubblico beni o servizi, oppure quelle standard, di attribuzione di una somma di denaro. In tutti i casi, la contropartita per il privato è di farsi sostanzialmente pubblicità o comunque di consolidare l'immagine di ente impegnato anche a livello civile e sociale. È uno strumento flessibile di dialogo con il privato, le cui previsioni normative di riferimento sono sostanzialmente due. La prima<sup>4</sup> offre una definizione più ampia di sponsorizzazione di beni culturali e prevede espressamente l'obbligo di previa verifica del Ministero circa la compatibilità dell'iniziativa con le esigenze di tutela. La seconda<sup>5</sup> prevede che ai contratti di sponsorizzazione si applichino i principi del Trattato per la scelta dello sponsor - e cioè il rispetto dei principi di imparzialità, pubblicità, non discriminazione ed apertura della procedura di scelta a tutti i soggetti interessati - nonché le disposizioni in materia di requisiti di qualificazione dei proget-

ti per sé un contratto oneroso, la controparte privata non è un benefattore, fruendo di un ritorno pubblicitario, e si sa che la comunicazione, il farsi conoscere o accettare come mediatore delle istanze del territorio è l'anima di ogni politica, anche non propriamente commerciale. E arriviamo al perché del titolo di questo articolo: **ancor prima di ragionare sull'efficacia degli strumenti attuali a favore di un maggior coinvolgimento dei privati, è forse da chiedersi che cosa spinga questi ultimi a sostenere economicamente iniziative pro beni culturali.** Per i privati no profit, come le fondazioni bancarie, l'assolvimento delle proprie finalità istituzionali; per le imprese, un po' gli incentivi fiscali, molto di più la possibilità di avere un positivo ritorno di immagine in quanto sponsor dell'iniziativa o, in alcuni casi di sponsorizzazione tecnica, la possibilità di sperimentare/promuovere i propri prodotti. In vario modo, tutti i privati sono mossi da un naturale interesse egoistico correlato alle proprie finalità, che per le imprese rimangono commerciali, anche se venate di finalità altruistiche. È quindi ragionevole supporre che i privati, di regola, continueranno a sostenere principalmente le iniziative di eccellenza, che abbiano un adeguato ritorno mediatico, mentre sarà difficile coinvolgerli in iniziative più «da dietro le quinte», di sostegno finanziario della (pur importante) gestione ordinaria dei beni culturali. Ne è testimonianza il recente documento ICOM e relative raccomandazioni circa «I pericoli di

attività di conservazione, studio ed esposizione dei beni culturali. **In conclusione, porte aperte ai privati, ma senza troppe illusioni che questi possano e siano normalmente interessati a sobbarcarsi i costi dell'ordinaria gestione dei beni culturali presenti sul territorio.** Di regola, non può che essere il soggetto pubblico a sostenere questi costi, a prescindere dai dettati normativi, per rispondere a quell'idea di cultura che non è solo mostra-evento ma anche attività ordinaria o attività di tutela e di valorizzazione di testimonianze locali di civiltà, risibili per capacità di attrazione turistica o di potenziale ritorno di immagine, in insostituibili come elemento identitario del territorio e della comunità di riferimento. Sano realismo, questo, che non fa venir meno la speranza che i privati virtuosi - leggasi principalmente fondazioni bancarie - siano comunque disposti ad implementare il proprio sostegno a favore delle attività ordinarie di valorizzazione dei beni culturali, pronti noi tutti ad accettare l'eventualità di qualche mostra-evento in meno nei prossimi anni.

**Luigi Gili**  
Avvocato

<sup>1</sup> d.l. 25 giugno 2008 n. 112 ("Disposizioni urgenti per lo sviluppo economico, la semplificazione, la competitività, la stabilizzazione della finanza pubblica e la perequazione tributaria")  
<sup>2</sup> art.14 della l. 222/2007  
<sup>3</sup> ai sensi della l. 342/1998  
<sup>4</sup> art. 120 del d.lgs. 42/2004, in conseguenza delle modifiche apportate al d.lgs. 62/2008  
<sup>5</sup> art. 26 del d.lgs. 163/2006 (codice dei contratti pubblici)

**Una guida per lo sponsor**

- Quali sono le connessioni oggettive con lo sponsor?
- Prossimità al prodotto, omogeneità territoriale?
- Riferimenti alla responsabilità: quali impegni etici possono far pendere la bilancia all'interno di un'impresa a favore della sponsorizzazione?
- Perché può essere interessante un abbinamento dell'immagine aziendale alla proposta?
- Relazione con il target: c'è coincidenza tra il target della proposta e quello dello sponsor?
- Riferimenti al know-how: i problemi di un'impresa o quelli dello sponsor possono essere risolti attraverso proprie relazioni o proprie iniziative?
- Per lo sponsor quale potrebbe essere il «vero messaggio» della sponsorizzazione?
- La sponsorizzazione è un vantaggio per lo sponsor?
- La sponsorizzazione offre allo sponsor una buona oppure un'ottima opportunità di comunicazione?
- La sponsorizzazione offre allo sponsor la possibilità di vendere i propri prodotti o servizi?
- È questo il miglior momento per offrire allo sponsor l'occasione di sponsorizzare?
- Lo sponsor è interessato alla diffusione del suo messaggio e a incrementare la notorietà del suo marchio o preferisce agire in modo discreto?
- Il messaggio dello sponsor è comunicato in modo chiaro?
- La sponsorizzazione permette allo sponsor di comunicare il messaggio con un buon rapporto costo/efficacia?
- La sponsorizzazione offre la possibilità di coinvolgere i dipendenti dello sponsor?
- La comunicazione dello sponsor potenziale può migliorare grazie a una visibilità maggiore attraverso i media?
- La sponsorizzazione permette allo sponsor di migliorare la propria attenzione verso i clienti?
- L'impatto della sponsorizzazione è misurabile?
- La sponsorizzazione può essere vista e utilizzata dai media?

Fonte: Sponsoring dalla A alla Z. Manuale operativo, 2008, Skira, Milano

## Il «matching funding» spiegato

# Mai dare il cento per cento

In America e Gran Bretagna le donazioni sono quasi sempre condizionate dal fatto che il richiedente sia riuscito a trovare una percentuale del totale con i propri sforzi



La Dumfries House nel sud-ovest della Scozia salvata con il suo contenuto originale dallo smantellamento grazie alla collaborazione di donatori pubblici e privati, l'uno stimolo dell'altro

Le bandiere sventolavano a mezz'asta al Metropolitan Museum of Art di New York quando Brooke Astor, l'eccentrica filantropa, si è spenta all'età di 105 anni nell'agosto dello scorso anno. Il museo era solo una delle molte meritevoli cause, piccole e grandi, che hanno beneficiato della generosità della Astor. Era affettuosamente nota come la «First Lady» di New York, per il modo inimitabile con cui ha dispensato la fortuna di 195 milioni di dollari attraverso la Astor Foundation. Visitava sempre ciascun beneficiario, arrivando su un'auto con l'autista, vestita con mise impeccabili: la gente si sarebbe potuta sentire delusa se fosse apparsa con un aspetto poco glamour.

Tra i musei, i progetti di quartiere e i centri per l'infanzia da lei finanziati, la New York Public Library occupava un posto speciale nel cuore della Astor. Per cinque decenni ne è stata fiduciaria, ha presieduto raccolte di fondi e ha supervisionato il rinnovamento della grande biblioteca. Sebbene il libretto degli assegni della Astor Foundation fosse sempre aperto (Brooke Astor staccava ogni anno circa cento assegni per un totale di 9 milioni di dollari) si assicurava sempre che il denaro elargito fosse un «seme», non il 100 per cento dei fondi necessari. E questo era vero perfino per la sua amata biblioteca pubblica. Astor intuì intelligentemente che altri donatori si sarebbero accodati una volta posto il suo timbro di approvazione filantropica. E a conti fatti una sovvenzione della Astor di 10 milioni di dollari nel 1984 ha significato per la biblioteca ben 300 milioni di dollari da varie fonti.

Il principio del «matching funding», a volte chiamato «partnership funding», è diffuso sia in Gran Bretagna sia negli USA. Le fondazioni in genere esigono che i richiedenti stessi raccolgano una frazione dei fondi, frazione

che varia dal 10 al 50 per cento a seconda delle dimensioni del progetto: più piccolo il progetto in termini monetari, più ampia la parte a carico del richiedente. Questo principio è nel DNA dello UK Heritage Lottery Fund (HLF) fin dal suo inizio. Istituito nel 1994 per distribuire una parte dei proventi di una nuova lotteria statale, l'HLF ha sovvenzionato oltre 260 mila musei e progetti culturali in Gran Bretagna distribuendo la notevole cifra di 4 miliardi di sterline. «Il principio si è dimostrato molto efficace», riporta Giles Waterfield, ex fiduciario dell'HLF. In qualità di ex direttore della Dulwich Picture Gallery nella South London, Waterfield può parlare con cognizione di causa riguardo entrambi i lati dell'equazione del funding: elargitore e beneficiario. Nel 2000 il bisecolare museo ha riaperto i battenti, completamente rinnovato e con una nuova ala, un progetto da 9 milioni di sterline che iniziò sotto la direzione di Waterfield. In larga parte è stato reso possibile dall'HLF, ma ulteriore supporto è stato garantito dagli Amici della galleria, sia locali sia quelli negli USA, da singoli individui, aziende e altre fondazioni. Non ultima tra queste la Dr Mortimer and Teresa Sackler Foundation, che ha finanziato il centro educativo della galleria, che porta appunto il nome Sackler.

Nel corso degli ultimi vent'anni i musei britannici hanno imparato a comporre efficacemente un mosaico di finanziamenti e le fondazioni sono divenute preziose nell'aiutarli a fare ciò. Quando nell'ottobre 2008 all'interno del Victoria & Albert Museum il nuovo centro educativo Sackler (due volte più grande di quello che va a sostituire) aprirà i battenti, ciò sarà stato possibile grazie a cinque fondazioni oltre alla Sackler e ad altri che hanno preferito mantenere l'anonimato. Nei primi anni Novanta, mentre le regole dell'HLF venivano formulate, c'era la preoccupazione

che se il fondo avesse elargito il 100% del denaro richiesto, questo avrebbe potuto creare nei musei una mentalità di dipendenza. Se invece un'organizzazione avesse mostrato spirito di iniziativa raccogliendo una parte dei fondi, avrebbe fornito una buona prova della propria determinazione.

«È una regola d'oro con vantaggi d'oro», afferma Carole Souter, direttore generale dell'HLF dal 2003. «Il punto è la sostenibilità dopo che il nostro finanziamento



La magnate americana Brooke Astor

to è stato spesso. I progetti di maggior successo hanno una forte rete di supporto».

Il fondo voleva allo stesso tempo evitare che il principio del «matching funding» si dimostrasse un ostacolo insuperabile, soprattutto per le organizzazioni più piccole. Viene così dato un anno di tempo, e in alcuni casi ancor di più, per reperire i fondi aggiuntivi. E come per il supporto di Brooke Astor, l'imprimatur del fondo instilla in altri sostenitori la fiducia che la loro generosità non sarà sprecata.

L'HLF riconosce anche il valore monetario del tempo dei volontari, quello che viene a volte chiamato finanziamento per «doni in natura» o «partnership». Il Fondo calcola che il contributo di un architetto, soprintendente o avvocato possa valere 350 sterline al giorno, quello di un artigiano

150 sterline e quello di un semplice volontario 50 sterline. I fiduciari dell'HLF vedono inoltre di buon occhio il fatto che un museo o un ente di beni culturali venga sostenuto dalla comunità locale, tipicamente guidata dagli «Amici» o membri, sia in termini di tempo sia di denaro. Una donazione di qualche centinaio di sterline da parte di un gruppo di «Amici», raccolta con una serie di conferenze o grazie a qualche altra iniziativa di raccolta fondi, ha un'importanza, come prova del supporto della comunità, molto più ampia del suo valore nominale.

### Direttori in via di estinzione

E che ne è dei direttori di museo che si sentono frustrati di dover in primo luogo cercare tale consenso? Sono un specie in via di estinzione. «Sanno che con noi non arriveranno da nessuna parte se il progetto non ha il supporto attivo della comunità locale», spiega Souter. Una volta aperti alla propria comunità, i più sembrano dei felici convertiti. «Spesso la gente torna e ci dice: adesso capiamo il perché», aggiunge Souter.

Per musei gestiti da enti locali, il «matching funding» attinge tipicamente al bilancio degli enti stessi, sebbene venga richiesto anche in questo caso il partnership funding aggiuntivo. Dall'Heritage Lottery Fund il Kelvingrove Art Gallery and Museum di Glasgow ha ottenuto quasi 13 milioni di sterline (una delle più consistenti sovvenzioni in Scozia) per il suo ammodernamento, portato a termine nell'estate del 2006. Ma il museo ha dovuto raccogliere altri 13 milioni di sterline, in larga parte dall'istituzione di cui fa parte, il Comune di Glasgow. Il resto è arrivato da centinaia di donazioni di singoli, sponsorizzazioni di aziende e fondazioni filantropiche.

Dumfries House (cfr. box), una villa palladiana del Settecento

### Tutti insieme appassionatamente (e a ricevervi, il principe Carlo)

Quando nel giugno scorso il Principe Carlo ha accolto i primi visitatori di Dumfries House, nel sud-ovest della Scozia, è stata un'inaugurazione regale piuttosto insolita. L'erede al trono nutre un interesse personale per la villa palladiana. Meno di un anno prima un prestito di 20 milioni di sterline concesso dall'ente benefico del Principe aveva contribuito all'acquisto dell'edificio, dei suoi arredi storici così come dei circa duemila acri di campagna circostante.

Il precedente proprietario della villa storica, il settimo Marchese di Bute, un ex pilota che vinse nel 1988 Le Mans con il nome di Johnny Dumfries, era anch'egli sui gradini della sua ex dimora a fare gli onori di casa al fianco del Principe Carlo. Costruita tra il 1754 e il 1760, Dumfries House è stata raramente una residenza principale, e nessuno vi aveva vissuto per oltre un decennio: da qui la sua sopravvivenza come «capsula del tempo» della metà del XVIII secolo. Volendosi concentrare sul mantenimento della principale dimora familiare, il Marchese nel 2004 ha deciso di vendere Dumfries House. Quando le prolungate trattative con il National Trust for Scotland non hanno portato a nulla, il Marchese ha messo all'asta la villa, il suo contenuto ed i terreni. Questo ha fatto scattare la campagna di emergenza, capeggiata dal gruppo indipendente Save Britain's Heritage, per salvare la villa da quella sorte.

Gli arredi sono di grande interesse visto che molti di essi furono realizzati da Thomas Chippendale su commissione dei due fratelli Adam, rispettivamente architetto e progettista della casa. I lotti all'asta comprendevano tavoli roccò, sedie ed un letto a quattro piazze, ciascuno valutato 500 mila sterline. I camini di marmo disegnati dagli Adam e gli intonaci decorati facevano da cornice agli oggetti. Nel giugno 2007, a solo pochi giorni dalla data in cui si sarebbe tenuta l'asta presso la Christie's, un consorzio di enti benefici, insieme al Principe del Galles ed allo Scottish Executive, hanno creato un pacchetto finanziario per acquistare gli arredi, la villa, i suoi terreni e un ulteriore blocco di appezzamenti circostanti.

Tra i contributi che hanno reso possibile questo salvataggio in extremis figurano le sovvenzioni da 5 enti benefici: 9 milioni di sterline dal Monument Trust, due milioni dell'Art Fund, 1 milione dalla Garfield Weston Foundation, 250.000 dal Voluntary Settlement di Sir Siegmund Warburg, 125.000 dal Dunard Fund. Fondi pubblici sono stati stanziati dallo Scottish Executive (5 milioni di sterline) e dal National Heritage Memorial Fund (7 milioni). Ultimo pezzo del puzzle è stato il prestito di 20 milioni di sterline dalla Charities Foundation del Principe Carlo.

Il prestito sarà restituito gradualmente grazie alla riconversione dei terreni intorno all'ex città mineraria di Cummock, che saranno trasformati in un villaggio-modello sulle linee guida di Poundbury nel Dorset, nel sud-ovest dell'Inghilterra. Poundbury è stato il primo tentativo del Principe Carlo di mettere in pratica le sue idee riguardo all'urbanistica. Dumfries House è vista come un catalizzatore per rigenerare attraverso il turismo ciò che, con il declino dell'estrazione del carbone, è stata un'area economicamente depressa delle pianure scozzesi.

Dumfries House è di proprietà e sotto la gestione di una fondazione che ha un nome adeguatamente altisonante: Great Steward of Scotland's Dumfries House Trust (Great Steward di Scozia è un altro dei titoli del Principe Carlo). Tra i fiduciari figura il precedente proprietario, il Marchese di Bute, a cui si aggiungono personaggi legati a vari degli altri enti coinvolti, tra cui l'Art Fund e il Monument Trust. Tra gli altri fiduciari anche James Knox, direttore generale di «The Art Newspaper». Knox è stato un membro del gruppo creato per salvare la villa fin dall'annuncio della sua messa in vendita e della conseguente dispersione dei beni in essa contenuti. Il Segretario Privato Principale del Principe del Galles, Sir Michael Peat, ricopre la carica di presidente.

In linea con il trend di permettere al pubblico di vedere il progredire del restauro di una villa storica, invece di aprire i battenti solo ad opere ultimate, il Principe Carlo in persona ha accolto i primi visitatori di Dumfries House in giugno, solo sette mesi dopo che il fondo ha rilevato Dumfries House. La fondazione cerca volontari per contribuire al mantenimento della casa, e per offrire visite guidate. Insieme con i proventi della vendita dei biglietti, sono previsti anche questi ingredienti di base della generazione di entrate: corporate hospitality, matrimoni, compleanni e Bar Mitzvahs.

nel Ayrshire, a sud di Glasgow, è stata messa in salvo per i posteri da un consorzio di enti benefici, con l'Art Fund in prima linea, e il Principe Carlo che ha dato il suo supporto personale. Un totale di 45 milioni di sterline sono state raccolte nel giro di poche settimane, all'ultimo momento utile prima di un'asta che avrebbe comportato la dispersione dei beni contenuti nella mansione, arredi Chippendale disegnati dai progettisti dell'edificio, i fratelli Adam.

Il principio del «matching funding» è anche un'importante parte della campagna dell'Art Fund, l'ente benefico indipendente isti-



tuito nel 1903 per salvare capolavori artistici per la nazione britannica. Il suo direttore David Barrie dice che vi è «una costante erosione del sostegno alle acquisizioni da parte di fondi pubblici». Ma richieste dai musei del tipo «i tempi sono duri» e «non abbiamo soldi» ottengono una reazione scettica da parte dell'Art Fund. Se l'ente finanziasse acquisizioni al 100%, afferma Barrie, «ci sarebbe il rischio passati l'idea che noi ci "lasciamo spremere". Pensiamo sia importante che le istituzioni facciano uno sforzo. La loro serietà viene messa alla prova».

□ Javier Pes



■ Piergiorgio Ceregioli (iGuzzini): specialisti di illuminazione, fanno sponsorizzazioni tecniche

## Però spesso i media si dimenticano di noi

*Soluzioni sviluppate per contesti ricercati come la Galleria Borghese a Roma hanno stimolato la creatività tecnica dell'azienda*

**T**ra le tante esigenze del settore dei beni artistico-culturali ve ne sono alcune che possono essere soddisfatte lasciando la possibilità alle imprese di trasferire il proprio know-how e la propria esperienza.

D'altro canto le imprese hanno un'opportunità unica di comunicare non solo la propria presenza ma anche la propria professionalità. E l'aspetto della comunicazione non è l'unico vantaggio. Una politica di sponsorizzazione attiva consiste nell'adottare la forma della sponsorizzazione tecnica per raggiungere obiettivi aziendali molto più radicati nella natura stessa dell'impresa. Un'intervento di sponsorizzazione tecnica prevede il coinvolgimento di funzioni aziendali quali quelle di produzione o di ricerca e sviluppo che potrebbe portare ad assumere la sponsorizzazione come nuovo volano per l'innovazione e non solo un canale di comunicazione.

Le parole di Piergiorgio Ceregioli, direttore del Research Center iGuzzini, ci rivelano la ventennale esperienza dell'impresa nell'utilizzo della sponsorizzazione tecnica.

**Da dove nasce la scelta della forma della sponsorizzazione tecnica rispetto a quella classica, meramente finanziaria? All'inizio degli anni '80 la vostra azienda iniziò a ricevere sempre con maggiore frequenza la richiesta di mettere a disposizione la propria competenza tecnica e i propri apparecchi. In quel periodo l'azienda stava avviando una linea di ricerca sul rapporto tra luce e beni culturali, in particolare nel campo delle arti visive. Grazie alla sponsorizzazione tecnica queste due esigenze si sono incontrate. La sponsorizzazione tecnica infatti offre all'azienda di utilizzare i propri prodotti anche in maniera innovativa e a volte costituisce una vera e propria attività di sperimentazione sul campo. In particolare quando si opera in campo museale. Allo stesso tempo offre al destinatario della sponsorizzazione un'applicazione della luce di alto livello con costi ridotti.**

**L'azienda è spinta solo da motivazioni legate al miglioramento della comunicazione della propria immagine oppure da scelte di altro tipo?**

Il settore degli allestimenti museali è per la nostra azienda un settore di mercato non secondario, sia in Italia che nel mercato internazionale. I nostri apparecchi sono installati nei principali musei al mondo come il Louvre, l'Ermitage, il Museo Picasso a Malaga, la Galleria Borghese e molti altri. È evidente l'efficacia del ritorno di immagine verso i responsabili e curatori di musei e collezioni a cui in caso di grandi eventi si allarga al pubblico più vasto rafforzando il posizionamento del marchio.

**Al livello di immagine «rende» di più l'investimento in cultura o in altri settori (sociale, ambiente, sport)?**

Nel nostro caso la preferenza è stata data ai beni culturali ed in

particolare alle arti visive (pittura, scultura) perché la luce gioca un ruolo fondamentale nella definizione della qualità del progetto. Negli ultimi 15 anni la modalità di sponsorizzazione tecnica applicata negli allestimenti è stata ampliata all'illuminazione di contesti urbani e monumentale di particolare pregio architettonico e culturale. Si tratta di illuminare piazze, monumenti o edifici storici dimostrando concretamente come la luce consenta di sottolineare il valore di questi contesti e migliorare al tempo

fornito la soluzione non viene citato. Proprio questo atteggiamento da parte dei mass media, in particolare dalle televisioni, danneggia il settore dei beni culturali in quanto priva lo sponsor di una ulteriore importante fonte di ritorno di immagine e quindi allontana molte aziende da questo tipo di intervento.

**L'esperienza della sponsorizzazione tecnica innesca la creazione o il miglioramento di prodotti?**

Non a caso l'attività di sponso-

Un particolare tipo di sponsorizzazione tecnico assai impegnativo e credo che sia stato portato avanti unicamente da noi è quello del sostegno alla realizzazione dei Piani della Luce Urbana. Questo consiste nel fornire alla città un piano che permetta di innovare e gestire l'illuminazione urbana nel complesso del territorio, come abbiamo fatto per Recanati, oppure in aree di particolare interesse ed omogeneità come stiamo facendo per L'Avana.

A Recanati abbiamo offerto il progetto redatto da Corrado

del progetto che si fa da tramite, altre volte è direttamente il committente stesso che si mette in contatto con noi.

Non c'è una regola fissa. Spesso un progettista con cui abbiamo una collaborazione e conosce bene la qualità dei nostri prodotti e del servizio di assistenza e la nostra strategia di marca, ci propone un intervento che a suo giudizio può essere interessante per noi. Più raro il caso del committente, questo avviene se anche in questo caso conosca bene la nostra strategia di marca e il tipo di sup-

Questa ipotesi è stata avanza più volte ed esistono in alcune regioni italiane degli «sportelli», tuttavia per gli interventi di sponsorizzazione tecnica queste soluzioni sono di scarsa utilità. Infatti è fondamentale che lo sponsor abbia la conoscenza e la capacità di offrire delle soluzioni adeguate. Ovviamente nel caso di sostegni economici la questione è più semplice e sicuramente favorire l'incontro tra chi è disposto a offrire e chi cerca sostegno potrebbe essere utile.

**Esiste una sezione aziendale concentrata sulle sponsorizzazioni tecniche?**

Il Centro Studi e Ricerca coordina le sponsorizzazioni tecniche e il servizio di Consulenza Illuminotecnica fornisce il supporto tecnico-progettuale.

**Che tipo di coinvolgimento dei dipendenti prevedete per questo tipo di esperienze?**

Tutte le iniziative di sponsorizzazione vengono comunicate internamente e a volte ci sono delle opportunità per agevolare visite dei dipendenti agli eventi, soprattutto se avvengono nelle Marche. In alcuni casi invece concordiamo con i responsabili della manifestazione la possibilità di organizzare delle visite guidate e incontri con nostri interlocutori di mercato interessati a conoscere le soluzioni tecniche adottate, ad esempio architetti e lighting designer.

**Pensate che il vostro intervento influisca nel rapporto con i vostri dipendenti? Come?**

Sicuramente partecipare a degli eventi di grande rilevanza migliora l'orgoglio di appartenere all'azienda. Tuttavia non è questo il primo obiettivo di questa attività. Ovviamente una particolare attenzione viene posta verso iniziative che ricadono all'interno del territorio in cui ha sede l'azienda e in cui vivono i dipendenti e le loro famiglie. Tra gli esempi più recenti vi è la sponsorizzazione tecnica dello storico teatro di Recanati riaperto dopo molti anni di chiusura per restauro.

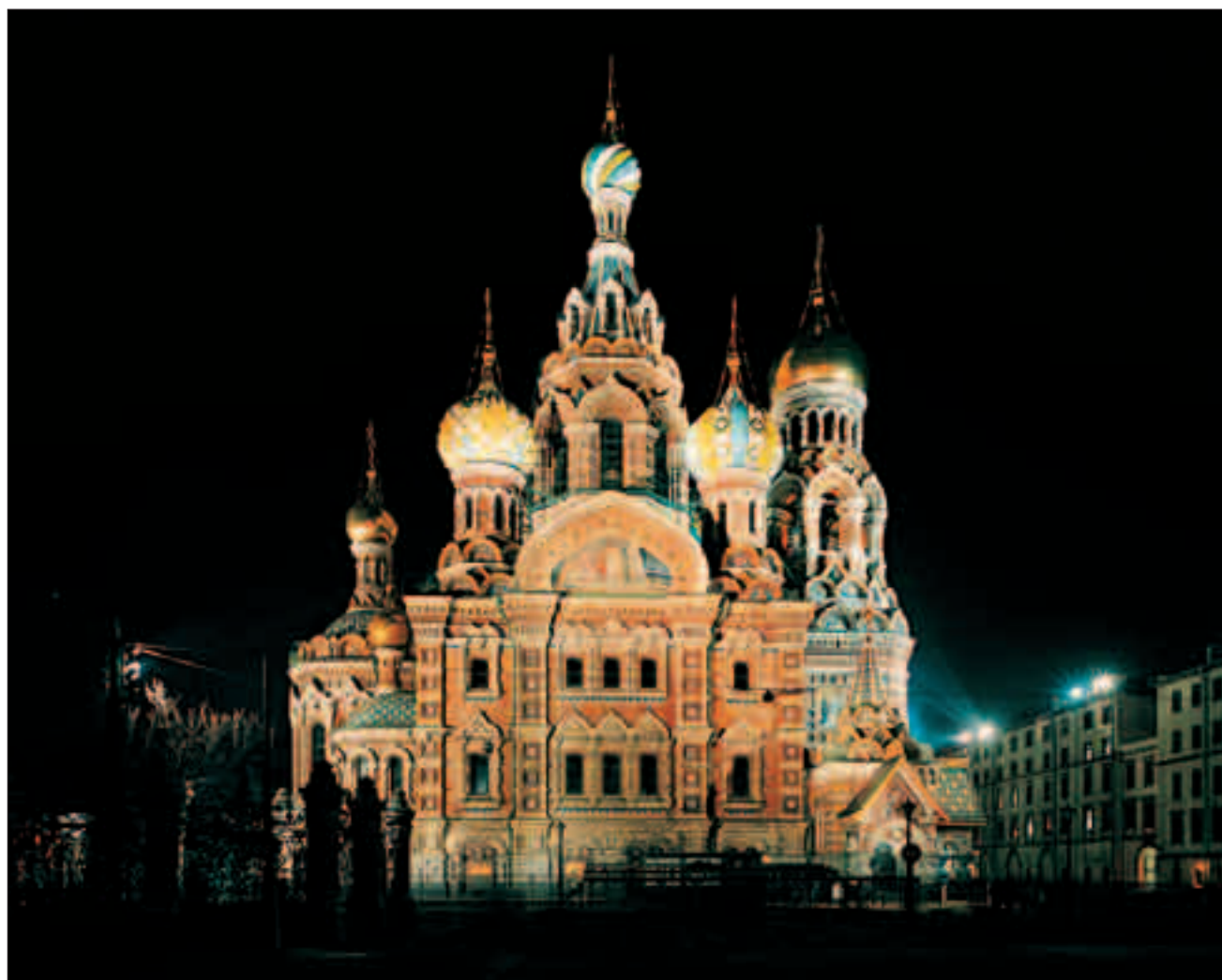
**Avete usufruito di qualche agevolazione fiscale?**

Purtroppo le sponsorizzazioni tecniche non sono agevolate fiscalmente in quanto vengono trattate come normali vendite, anche se a prezzi di favore.

**Quali sono le esperienze di sponsorizzazione tecnica di cui vi sentite maggiormente orgogliosi?**

Certamente la Galleria Borghese che si è riaperta dopo 14 anni di restauri, ma che ha imposto di trovare una soluzione illuminotecnica di altissimo livello in brevissimo tempo, il Centre Pompidou per essere stati individuati come partner da un prestigioso museo di una nazione particolarmente avanzata nel settore museale, la Casa dei Risvegli per i pazienti in coma all'Ospedale Bellaria per poter aiutare concretamente a migliorare la vita con la luce.

□ **Intervista di Enrico Stano**



L'architetto Piero Castiglioni ha progettato la nuova illuminazione sponsorizzata da iGuzzini della Chiesa della Resurrezione di San Pietroburgo in Russia

stesso l'immagine della città. Uno degli esempi più recenti e significativi è stata l'illuminazione a S. Pietroburgo della Cattedrale della Resurrezione. In questo caso abbiamo offerto al Comune di S. Pietroburgo il progetto illuminotecnico realizzato da Pier Castiglioni, e gli apparecchi necessari a restituire l'immagine di questo grande capolavoro del barocco russo anche durante le ore notturne. I risultati di questo intervento hanno suscitato un grande interesse anche da parte dell'opinione pubblica e della popolazione della città. Infatti la nuova illuminazione dell'edificio ha restituito alla città non solo un edificio di grande valore artistico ma un simbolo stesso della città. Purtroppo quasi sempre il nome degli sponsor tecnici non viene citato dai giornali che commentano e descrivono l'evento, come per evitare di fare pubblicità gratuita alle aziende o non so per quale altro motivo. Anche quando, ad esempio nel nostro caso, la luce riveste un ruolo importante nel successo dell'evento, lo sponsor tecnico che ha

rizzazione fa capo al Centro Studi e Ricerca. Ad esempio la collaborazione con l'Istituto Centrale per il Restauro per la Galleria Borghese ha avuto ulteriori sviluppi sia con delle attività di ricerca per nuove tecniche di illuminazione delle sculture e dei dipinti. In quel caso infatti dotammo l'impianto del museo di un sistema computerizzato di gestione della luce nei diversi ambienti assolutamente innovativo sia tecnologicamente che nei criteri stessi di regolazione dell'impianto. Questa ricerca ha contribuito allo sviluppo di sistemi di controllo e gestione inseriti nel nostro catalogo. In altre situazioni come per il Centre Pompidou è stato creato un apparecchio specifico «Le Perroquet», disegnato da Renzo Piano, che curava l'allestimento museale, analogamente è avvenuto con l'architetto Wilmotte per il museo S. Domenico di Imola per cui abbiamo sviluppato il sistema di illuminazione innovativo «Composit».

**Altri esempi dei vostri progetti?**

Terzi, autore a suo tempo del piano della luce di Roma, la cui attuazione ha permesso una riduzione dei consumi di energia elettrica per l'illuminazione pubblica del 40%. In questo caso l'azienda si fa carico di mettere a disposizione una serie di competenze specialistiche (lighting designer, ingegneri illuminotecnici, artisti, sociologi, etc.) in grado di collaborare con altri esperti della città per elaborare un documento di piano. Al tempo stesso l'azienda sviluppa degli apparecchi specifici per quelle aree, qualora non ci siano nella nostra produzione prodotti adeguati. È il caso di Ravello per cui abbiamo sviluppato su disegno di Carlo Arnaboldi un apparecchio assolutamente innovativo, Euclide, per illuminare le vie del piccolo borgo riducendo l'impatto visivo diurno dell'apparecchio. Infatti si tratta di un apparecchio totalmente in vetro trasparente.

**Come avviene in genere l'incontro tra sponsor ed ente sponsorizzato?**

Spesso è il progettista incarica-

porto che siamo in grado di dare grazie all'esperienza avuta per altre iniziative. Magari abbiamo illuminato il museo e ci viene proposta la sponsorizzazione tecnica di una mostra temporanea organizzata dallo stesso museo.

**Come scegliete l'evento da sponsorizzare? Chi lo sceglie?**

La scelta è fatta sulla base sia della rilevanza per la comunicazione sia per il valore scientifico e tecnologico dell'intervento. Le proposte vengono valutate nel Centro Studi e sulla base delle risorse disponibili diamo l'adesione o meno alla sponsorizzazione. Purtroppo in molti casi la richiesta di un nostro intervento avviene tardi e questo rende impossibile fornire in tempo utile per l'apertura della mostra o del museo il nostro supporto, pur se la proposta risulta molto interessante per noi.

**Potrebbe essere utile l'istituzione di un'agenzia che agevoli lo scambio di informazioni tra chi cerca e chi offre sponsorizzazioni?**

■ Un economista, Michele Trimarchi: come aprire comuni opportunità tra settore culturale e sponsor

# Convertiamo i musei in centri autonomi di spesa

Senza riforme radicali del settore pubblico non potrà emergere l'effetto benefico della collaborazione con il settore privato

Che l'Italia e il suo patrimonio culturale, presente e futuro, abbia bisogno di un nuovo approccio mentale e metodologico è ormai fuori di dubbio. Si spera quindi nella nascita di nuovi interrogativi che escano dal solito e poco trasparente approccio e portino a delle evoluzioni nel concetto di importanza del settore dei beni artistico-culturali all'interno del sistema sociale ed economico italiano. Non pochi sono gli economisti che si occupano di cultura, ma l'esperienza e l'approccio fattivo di Michele Trimarchi\* ci spingono a porgergli dei quesiti in merito.

**C'è una gran confusione sulla situazione del finanziamento alla cultura, dovuto anche ad un approccio «ideologico» alla questione che non spiega esattamente perché e come il settore culturale debba sopporre alle sue esigenze finanziarie. Che ruolo hanno in tutto ciò le fondazioni? E gli sponsor?**

La confusione deriva in gran parte da un malinteso filosofico tuttora duro a morire: il «primato» del mercato che condiziona molte interpretazioni dell'economia e della società fa ri-



**È possibile inserire elementi di imprenditorialità nella gestione degli enti pubblici? Per Michele Trimarchi, presidente del Teatro Stabile d'Abruzzo, l'impresa-teatro non è solo un erogatore di attività culturali. Nella foto, i palchi del Teatro Comunale di L'Aquila**

tenere che la cultura sia endemicamente inefficiente in quanto incapace di portare i propri bilanci in pareggio. È una prospettiva sulla quale si

fondano sostanzialmente tutte le analisi, che fondano la necessità di intervento pubblico sull'insufficiente autonomia finanziaria; in questo modo la

questione rimane su un piano meramente dimensionale (tanto maggiore il deficit, tanto più elevato l'intervento richiesto), e trascura del tutto i profili relativi agli obiettivi e alle modalità della produzione culturale. In un contesto così rudimentale anche l'intervento privato assume il ruolo residuale di soccorso di ultima istanza, senza essere assistito da alcun reale «perché» e dunque da nessun «come». Non è un caso che i privati abbiano velocemente scelto la via dell'autonomia progettuale.

Le relazioni possibili tra produzione culturale e suoi finanziatori (individuali, istituzionali e societari) vanno invece giocate sul piano dello scambio molteplice: la cultura genera flussi variegati di benefici, a vantaggio di destinatari diversi; così come è pertinente che la comunità territoriale riconosca i benefici infungibili derivanti dalla produzione culturale, allo stesso modo anche le imprese e le fondazioni possono identificare ampie aree della propria attività da sviluppare insieme alle organizzazioni culturali. Il che supera con tutta evidenza il semplicistico rapporto della sponsorizzazione in cambio di reputazione. Naturalmente questo più complesso approccio richiede una nuova e attiva responsabilità su entrambi i versanti dello «scambio».

Le organizzazioni devono esaltare le proprie capacità progettuali, anche attraendo nuovi soggetti economici e sociali; le fondazioni e le imprese devono percepire sé stesse come recettori critici di creatività e come erogatori strategici di identità sociale.

**È plausibile un futuro in cui gli enti pubblici chiedano soldi ai privati principalmente per le spese di gestione operativa? Come reagirebbero le imprese?**

Crede che le imprese avrebbero tutto il diritto di reagire ma-

le, anzi malissimo. Caricare l'impresa di doveri anomali solo perché la si ritiene depositaria di diritti mal digeriti è un errore. Gli enti pubblici farebbero bene a razionalizzare le proprie spese di gestione operativa; basta vedere che cosa succede nei musei o nei teatri d'opera con un capitale di risorse umane ad altissima qualificazione, ma di norma impossibile da valorizzare per vincoli, obblighi, divieti, prassi e cultura che descrivono un mondo binario fatto di contrapposizioni e ormai non più realistico.

Introdurre elementi di flessibilità nella gestione del personale, avviare una seria politica energetica di lungo periodo (quante organizzazioni culturali utilizzano l'energia solare o adottano protocolli operativi capaci di ottimizzare i processi?), stabilire obiettivi di breve e di lungo periodo verificandone il grado di conseguimento, tutte azioni logiche ma tuttora non accettate (spesso per pigrizia e per comodità) nel settore culturale.

Il privato è un eccellente complice in campi come il digitale, può diventare un alleato strategico nelle relazioni con il territorio, può erogare alcuni servizi allo scopo di razionalizzare gestione e costi, ma non può essere ridotto a struttura «di servizio» di un settore culturale i cui percorsi produttivi sono ancora occasionali. Non si tratta di chiedere soldi, ma di aprire le aree di comune opportunità, in una realtà nella quale le attività sono intensamente connesse e i mercati convergono spontaneamente.

**È vero che in ambito culturale il settore pubblico ha bisogno dell'efficienza del privato? Cosa manca al settore pubblico? Perché non ci riesce da solo?**

Più che di efficienza parlerei di efficacia. Ma perché si possa parlare di efficacia occorrono un obiettivo e degli strumenti: non è detto che il settore culturale abbia chiara la loro indispensabile presenza nell'agenda decisionale e strategica.

Potrà sembrare banale, ma il ventaglio delle motivazioni di norma attribuite all'azione culturale non supera enunciazioni romantiche ma fumose, un po' come nei bigliettini dei Baci Perugina.

La produzione culturale è un'attività concreta, e come tale deve essere orientata a obiettivi specifici (ad esempio, l'incremento dimensionale del pubblico, o l'innovazione linguistica, o ancora la valorizzazione dei legami tra offerta culturale e identità territoriale, tutti obiettivi misurabili) e assistita da strumenti, appunto, efficaci.

Più che l'efficienza, del settore privato serve la competenza specifica in campi che si integrano con le attività del settore culturale. Tutto questo rimane un bel sogno fin quando, ad esempio, i musei non diventano centri autonomi di progettazione e di spesa, o le fondazioni musicali non attivano un rapporto di servizio con la propria

orchestra e il proprio coro trasformati in imprese autonome.

**Cosa cambierebbe se anche il sistema culturale pubblico italiano iniziasse ad adottare politiche di trasparenza (bilanci e annual report pubblicati online ecc.) nei confronti dei cittadini e non più solo dello stato?**

Le politiche di trasparenza sono un risultato, e non una causa, di un diverso approccio culturale.

Stiamo parlando di enti pubblici o pubblicamente finanziati, che hanno un dovere di correttezza nei confronti della comunità dei contribuenti che in qualche misura ne reggono le sorti.

Obiettivi produttivi, bilanci e rapporti annuali sono, a mio parere, ineludibili.

Non soltanto si tratta di strumenti volti ad accrescere la trasparenza di organizzazioni spesso opache e operanti in una sorta di ingiustificata franchigia, ma soprattutto si tratta di documenti che consentono di comprendere il legame tra strategie organizzative, finanziarie e produttive da una parte, e contenuti e modalità dell'offerta culturale dall'altra.

**La valorizzazione del merchandising potrebbe diventare una fonte di finanziamento di rilievo per le istituzioni culturali? Come vede l'intervento del settore privato in tal senso?**

Anche in questo caso, non credo che il settore privato possa dare contributi metodologicamente straordinari; ma certo può contribuire alla qualità dei beni e dei servizi e alla loro diversificazione.

La metafora che può spiegare il tipo di rapporto da instaurare è quella dello chef che ogni mattina va personalmente al mercato ad acquistare gli ingredienti delle proprie ricette. Il settore privato, soprattutto quando radicato nel territorio, è il mercato di riferimento di attività e produzioni che possono utilmente cooperare con il settore culturale; artigiani, imprenditori, società di servizi, associazioni di tecnici, animatori, studiosi possono fornire alla produzione culturale un arricchimento notevole della gamma di beni e servizi messi a disposizione del pubblico, con accrescimento delle opportunità di ricavo - e dunque di autonomia, se il quadro istituzionale lo consentisse - per le organizzazioni culturali.

Pur riconoscendo che le responsabilità dell'attuale stallo sono molteplici e spesso intrecciate, non si deve tacere il fatto che le regole attuali sottraggono ai decisori culturali ogni possibile incentivo all'elaborazione di strategie efficaci e sostenibili.

**□ Intervista di Enrico Stano**

\* Michele Trimarchi, Ph.D., è professore ordinario di Analisi Economica del Diritto (CZ) e insegna Economia della Cultura (BO). È responsabile scientifico del Master in Arts and Heritage Management (LUISS). Da febbraio 2008 è presidente del Teatro Stabile d'Abruzzo



La Fondazione Pietro Accorsi, situata in uno splendido palazzo storico di Via Po nel cuore di Torino, ospita uno dei più importanti musei europei di arti decorative e un Centro Studi con fototeca e biblioteca.

Il Museo, inaugurato nel 1999, è nato dal ricco lascito di Pietro Accorsi (Torino 1891-1982), insigne collezionista e antiquario di fama internazionale. Nel Museo sono stati ricostruiti ambienti che ricreano le magiche atmosfere del Settecento con opere d'arte provenienti da tutta Europa e prevalenza di mobili, dipinti e arredi piemontesi e francesi settecenteschi.

Il Centro Studi si pone, grazie alle sue relazioni e ai suoi collegamenti internazionali, come centro di eccellenza a livello italiano ed europeo nelle ricerche sulle arti decorative franco-piemontesi del Sei-Settecento e come luogo di studi specializzati sulla figura e sull'opera di Pietro Piffetti, il principale ebanista italiano del Settecento e uno dei più originali protagonisti dell'arredamento europeo dell'epoca. Il rigore scientifico e le innovative ricerche di archivio affidate a studiosi di fama internazionale restituiranno spessore storico e artistico ai molti artisti, argentieri, ebanisti, minusieri, pittori piemontesi del Sei e Settecento, a lungo obliati.

Il progetto culturale 2009 si presenta ricco e articolato. Esso comprende, oltre alle visite guidate alla collezione permanente, le Grandi Conferenze del Museo Accorsi e i Viaggi d'arte. Itinerari straordinari alla scoperta di residenze, edifici sacri, castelli, musei.

**FONDAZIONE PIETRO ACCORSI - MUSEO DI ARTI DECORATIVE**  
Via Po, 55 – 10124 Torino  
Tel. 011.837688 int. 3  
[www.fondazioneaccorsi.it](http://www.fondazioneaccorsi.it) [info@fondazioneaccorsi.it](mailto:info@fondazioneaccorsi.it)



«L'Europa». Dettaglio del doppio corpo di Pietro Piffetti, 1738. Torino Fondazione Accorsi

## LE GRANDI CONFERENZE DEL MUSEO ACCORSI

**GENNAIO 2009**

### **SUPERGA SEGRETA. IL MAUSOLEO DEI SAVOIA.**

**Artisti e scultori del Settecento piemontese**

*Gabriele Reina, storico - Milano e Gustavo Mola di Nomaglio, storico - Torino*

**FEBBRAIO 2009**

### **IL DISEGNO DECORATIVO NELLE COLLEZIONI DEL GABINETTO DISEGNI E STAMPE DEGLI UFFIZI**

*Giorgio Marini, Conservatore Gabinetto Disegni e Stampe  
degli Uffizi - Firenze*

**MARZO 2009**

### **LE ARTI DECORATIVE NELL'ANTICO EGITTO**

*Eleni Vassilika, Direttore Museo Egizio - Torino*

**APRILE 2009**

### **LE COLLEZIONI D'ARTE PIEMONTESE AL QUIRINALE**

*Luisa Morozzi, storico dell'arte e Direttore Ministero per i Beni  
e le Attività Culturali - Roma*

**MAGGIO 2009**

### **QUADRI SVELATI. GIOIELLI E ABITI DI DAME. TRA PIEMONTE, LOMBARDIA, SPAGNA**

*Paola Venturrelli, docente Università degli Studi dell'Insubria - Como*

**SETTEMBRE 2009**

### **SETTECENTO TRA ROMA, PARIGI E TORINO**

*Anna Lo Bianco, Direttore Palazzo Barberini - Roma*

**OTTOBRE 2009**

### **LE MERAVIGLIOSE RESIDENZE.**

**Le case arredate da Accorsi**

*Marco Albera, storico - Torino*

**NOVEMBRE 2009**

### **CLAUDIO FRANCESCO BEAUMONT (1694 - 1766).**

**Un grande protagonista della pittura del Settecento a Torino**

*Arabella Cifani, Direttore artistico Fondazione Pietro Accorsi e Franco Monetti,  
consigliere Fondazione Pietro Accorsi - Torino*

Per informazioni e prenotazioni: 011.837.688 interno 3

Grandi eventi

# Ecco gli sponsor dei «blockbusters» del 2007

Che ne pensano gli sponsor che hanno permesso la realizzazione di due tra le mostre più visitate dello scorso anno? Sentiamoli

**Museo di Santa Giulia Brescia**  
 vernissage 25 ottobre 2006  
 apertura al pubblico dal 28 ottobre 2006 al 25 marzo 2007, chiusura prorogata al 9 aprile 2007  
**Visitatori totali:** 352.415  
**Visitatori al giorno:** 2.189  
**Costo biglietto intero:** 16,00 euro  
**Organizzatore:** Linea d'Ombra  
**Curatori:** Marco Goldin e Fabrizio D'Amico  
**Curatore dell'allestimento:** Marco Goldin  
 Con l'alto patronato della Presidenza della Repubblica e il patrocinio del Comune di Brescia  
**Main Sponsor:** Gruppo Euromobil S.p.A.  
**Altri sponsor:** Metis, Grafiche Antiga, Pam Panorama, Arteria, Sisley, Metal work pneumatic, Rcs, Rex Built-in

“ Bisogna osare di più, lo stesso Ministro Bondi lo sostiene, per dare anche al sistema pubblico una capacità di gestione economica non solo nell'usare i molti o pochi trasferimenti ricevuti, ma anche essere loro stessi generatori e gestori di risorse economiche proprie. ”  
 Alvisè di Canossa

**Palazzo Strozzi, Firenze**  
 vernissage 2 marzo 2007  
 apertura al pubblico dal 2 marzo 2007 al 29 luglio 2007  
**Visitatori totali:** 260.858  
**Visitatori al giorno:** 1.739  
**Costo biglietto intero:** 10,00 euro  
**Organizzatore:** Fondazione Palazzo Strozzi, Ente Cassa di Risparmio di Firenze  
**Curatori:** Francesca Bardazzi e Carlo Sisi  
**Curatore dell'allestimento:** Luigi Cupellini  
 Con l'alto patronato della Presidenza della Repubblica e il Patrocinio del Ministero per i Beni e le Attività culturali, Ministro degli affari esteri, Ambasciata d'Italia a Washington, Consolato generale degli Stati Uniti d'America a Firenze, Università degli studi di Firenze  
**Sponsor:** Gruppo Banca Cassa di Risparmio di Firenze, Progetto Magnifico

Euromobil, main sponsor di «Turner e gli Impressionisti»		
<b>1 Qual è la motivazione alla sponsorizzazione: è prevista dal regolamento interno dell'azienda o si tratta di una questione di immagine?</b>	Risponderò utilizzando le parole di Philippe Daverio, con cui abbiamo iniziato una collaborazione da circa due anni. Per noi Daverio ha realizzato un video in cui, con estrema sintesi e lucidità, evidenzia quella che è stata la nostra	intuizione nel rapporto con il mondo dell'arte: «L'impresa può fare bene all'arte ma è altrettanto vero che l'arte fa bene all'impresa perché genera la corporate identity».
<b>2 Se la motivazione riguarda esclusivamente l'immagine dell'azienda, c'è stato un ritorno? Oppure «rendono» maggiormente altri settori (sociale, sport, ambiente ecc.)?</b>	L'arte oggi rappresenta un mondo con un forte appeal per il settore della comunicazione. Noi da	sempre abbiamo guardato a questo mondo con l'obiettivo di fare comunque un'operazione culturale.
<b>3 L'azienda ha apportato proprie competenze nell'organizzazione della mostra?</b>	Conosciamo Marco Goldin da circa vent'anni. Abbiamo appoggiato e sostenuto i suoi progetti perché ci sono piaciuti il suo entusiasmo e le	sue idee. Il nostro è un rapporto importante e duraturo, basato naturalmente anche su uno scambio di consigli e opinioni.
<b>4 Siete soddisfatti dell'attuale regime fiscale delle agevolazioni?</b>	Noi sosteniamo l'arte perché crediamo sia una cosa fondamentale, indipendentemente	dai vantaggi fiscali. La nostra è passione vera!
<b>5 Ritenete utile che gli enti pubblici producano «reportistica» con il resoconto delle spese sostenute annualmente (bilanci, annual report, ecc.), come avviene già, ad esempio, nei paesi anglosassoni? Potrebbe questo influire sulle scelte di sponsorizzazioni dell'azienda?</b>	Decidiamo di sponsorizzare una mostra quando crediamo nella qualità del progetto proposto e abbiamo fiducia e stima nel responsabile dell'evento; stabiliti i	termini economici dell'accordo e ricevute le opportune garanzie sulla visibilità e risonanza della mostra, tutti gli altri aspetti passano in secondo piano.
<b>6 In conseguenza dei continui tagli finanziari al settore culturale e delle evidenti difficoltà delle strutture che operano nel settore, l'azienda sarebbe disposta a sponsorizzare gli enti per le spese ordinarie di gestione?</b>	Siamo già impegnati in diverse iniziative di promozione e sponsorizzazione. In particolare abbiamo già acquisito uno spazio a Susegana nella provincia di Treviso, una vecchia Filanda di inizio	Novecento. Un sito molto importante di archeologia industriale. Il nostro obiettivo è di restaurarlo nell'arco temporale di cinque o sei anni e utilizzarlo come sede della nostra collezione.
<b>7 Può essere utile l'istituzione di un'agenzia che agevoli lo scambio di informazioni tra chi cerca e chi offre sponsorizzazioni? Come la immagina? Pubblica, privata o mista?</b>	Abbiamo rapporti molto stretti con artisti, galleristi, direttori di musei, critici e storici dell'arte. Pertanto, nel nostro caso, non ci mancano le proposte di sponsorizzazione che siamo costretti, nostro malgrado, a selezionare non potendo assecondarle totalmente. Ritengo, comunque che un'agenzia	con queste caratteristiche, sia privata che pubblica, possa smuovere il settore e creare maggiori opportunità di stabilire rapporti tra coloro i quali cercano sponsorizzazioni e potenziali sponsor. <input type="checkbox"/> Eleonora Antoniazzi Gruppo Euromobil

Firenze

# La mia esperienza col mio sponsor

Riferisce Elisabetta Bardazzi, curatore della mostra su Cézanne

**È soddisfatta del rapporto con gli sponsor?**

Posso dire di essere molto soddisfatta del rapporto con gli sponsor e in particolare con l'Ente Cassa di Risparmio di Firenze. L'Ente si è dotato di una struttura competente, consapevole delle complesse relazioni che nascono durante la curatela di una mostra. Da questa professionalità nasce il rispetto per il lavoro scientifico e le finalità di accrescimento della conoscenza e del gusto tipiche di una mostra che intendeva esplorare

nuove ipotesi e presentare nuove acquisizioni.

**Vi sono, anche in Italia, casi di sponsorizzazione «attiva», in cui lo sponsor partecipa con le proprie competenze alla realizzazione della mostra. Quale è la sua opinione ed esperienza in merito?**

Dopo la grande stagione Olivettiana degli anni '80, solo da qualche anno, all'incirca dopo la legge che istituiva le fondazioni bancarie, ho visto riprendere forme «attive» di partnership private a realizzazioni

di grande mostre. Credo che funzionino solo se vengano rispettate due fondamentali condizioni: la sudditanza del marketing rispetto alle finalità di conoscenza della mostra e la presenza di una certa affinità tra lo sponsor e l'esposizione, o almeno il perseguimento di un impegno, il riconoscimento di un percorso coerente dello sponsor all'interno del mondo dell'arte. Non si può fare tutto e il contrario di tutto.

**Quali ripercussioni ha avuto la mostra a livello territoriale?**

La mostra ha beneficiato di un insolito concorso di istituzioni pubbliche e private: dal Ministero degli Esteri a quello dei Beni culturali, dalla Fondazione Palazzo Strozzi al Comune di Firenze, alla Camera di Commercio, all'Associazione degli Alberatori fiorentini, tanto per citarne alcune. Alla fine della mostra l'istituto specializzato CST (Centro Studi Turistici) dell'Azienda autonoma di soggiorno di Firenze ha calcolato una ricaduta sul territorio di circa 50 milioni di euro, pari a 13 euro per cia-

scun euro investito. I dati parlano di oltre 124mila visitatori turisti, di 73mila residenti in provincia di Firenze e di 53mila escursionisti (i visitatori mordi e fuggi), che hanno speso in alberghi, trasporti, ristorazione, pubblici esercizi, visite ad altri musei e acquisti vari nei negozi, 46,8 milioni di euro, ai quali occorre aggiungere 1,8 milioni in biglietti d'ingresso e acquisti al bookshop. La cosa che mi fa più piacere è che la mostra è stata un successo soprattutto per le presenze di giovani e di fiorentini: segno che è riuscita a comunicare bene l'intreccio del grande collezionismo che trovava nella Firenze d'inizio secolo il suo luogo d'elezione e l'appassionante vicenda di un maestro della pittura come Cézanne. Una mostra quindi non estranea alla città, o semplicemente ben ospitata, ma in qualche modo parte della sua storia.

## Progetto Magnifico

Il Progetto Magnifico nasce ed opera nello spirito del Codice dei Beni culturali e del paesaggio, che incentiva forme di collaborazione tra soggetti pubblici e soggetti privati nella programmazione di iniziative congiunte per la valorizzazione e fruizione del patrimonio culturale.

Il 24 marzo 2006 è stato firmato il Protocollo d'intesa che vede coinvolto il Ministero per i Beni e le Attività culturali, in collaborazione con l'Associazione Mecenate 90 e alcune primarie imprese operanti nel settore dei trasporti e delle infrastrutture per il movimento di persone e merci. Queste imprese, realizzano attività di comunicazione e promozione, un sistema integrato che dal 2006 vede attive aziende quali Aeroporti di Roma, AirOne, Alilauo, Alitalia, Alpitour, Assaeroporti, Autogrill, Confitarma, Enac, Eurofly, Livingston, Maggiore Rent, Neos, Trentitalia.

Nel dettaglio si tratta di pubblicazione di materiale pubblicitario su riviste e pubblicazioni aziendali, distribuzione di materiale promozionale presso lounges di stazioni e aeroporti e a bordo di propri vetture, proiezione di audiovisivi promozionali a bordo di aerei e treni, divulgazione degli eventi attraverso i siti internet aziendali, predisposizione di pacchetti viaggio in occasione di grandi eventi promossi dal Ministero.

La distribuzione, che avviene su larga scala e in modo capillare su tutto il territorio nazionale, viene realizzata a costo zero. Alla luce dei risultati raggiunti, il 30 luglio scorso il protocollo del Progetto è stato rinnovato per ulteriori due anni. Alle aziende firmatarie del primo protocollo, che hanno rinnovato la propria collaborazione, si sono aggiunte AC Hotels, AICA Associazione Italiana Catene Alberghiere, Air Bee, Assaeroporti, Atahotels, AVIS Autonoleggio, I Viaggi del Ventaglio, IFA, Italy By Car, Livingston Aviation Group, Myair.com, NH Hotels, ORA Hotels, Sicily by Car, Sol Melià Italia, Starhotels, Una Hotels & Resorts, Villa d'Este, Win Rent SpA-Sixt Italy.

[www.magnifico.beniculturali.it](http://www.magnifico.beniculturali.it)

**I RAPPORTI ANNUALI**

### Istruzioni per esserci

**Comunicare la vostra attività alla redazione dei Rapporti Annuali indirizzando a:**  
**Redazione dei Rapporti Annuali**  
**via Mancini 8, 10131 Torino.**  
**E-mail:**

**economia.arte@allemandi.com**  
**Telefono: 011/8199150-107**  
**Fax: 011/8193090**

**Per la visualizzazione e la valorizzazione pubblicitaria**  
**tel. 011/8199118**  
**oppure via e-mail:**  
**gda.pub@allemandi.com**



1908-2008: Allemandi & C. centenario  
 UMBERTO ALLEMANDI & C.  
 TORINO - LONDRA - VENEZIA - NEW YORK

**Arteria, sponsor tecnico di «Turner e gli Impressionisti»**

Spesso il grande pubblico non si domanda come di fatto queste grandi opere siano per loro visibili nelle sale espositive e spesso è del tutto ignota la grande, delicata e complessa attività che si svolge per

arrivare in modo affidabile e sicuro all'evento. La nostra presenza in qualità di sponsor tecnico cerca di sensibilizzare questa attenzione, partecipando al piano di comunicazione della

mostra stessa, cercando di dare altresì la consapevolezza di un'attività impostata sulla ricerca della massima affidabilità e sicurezza.

La presenza del nostro logo, a supporto delle campagne di comunicazione di molte mostre, non è fine a se stessa e cioè ad una mera campagna d'immagine, attività questa che richiederebbe un budget

non disponibile, ma ricalca costantemente la nostra idea di voler dimostrare la capacità della nostra azienda ad operare con un altissimo tasso di efficienza e qualità. Alla luce di questa indicazione, riteniamo

improbabile il nostro coinvolgimento in investimenti di comunicazione relativi ad attività diverse dal nostro «core business».

**Banca Cassa di Risparmio di Firenze, main sponsor di «Cézanne a Firenze»**

Per Banca CR Firenze, che da quasi 180 anni è tra le principali aziende bancarie in Toscana e nel centro Italia, l'attività di sponsorizzazione si rivolge principalmente a quelle iniziative che valorizzano la cultura, l'arte e le caratteristiche peculiari di questa vasta

area della penisola, con particolare attenzione da un lato ai ritorni di immagine per l'azienda e dall'altro ai vantaggi a disposizione della propria clientela, quali ad esempio sconti sull'ingresso a mostre, sconti su cataloghi, servizi accessori dedicati.

Oltre al ritorno di immagine, connesso alla sponsorizzazione, è importante anche il mantenimento della relazione con il territorio, il valore dell'iniziativa e le eventuali ricadute che possono incidere favorevolmente

sull'economia della regione. Non c'è un settore di riferimento: da molti anni supportiamo iniziative e soggetti appartenenti al mondo della cultura, dell'arte, dello sport e dello spettacolo.

Non tanto nell'organizzazione, quanto nella promozione della sponsorizzazione, in particolare attraverso lo scambio di informazioni

sulle reciproche esperienze e professionalità e nel supporto alla comunicazione attraverso i diversi canali di cui la Banca dispone.

Tutto il settore della cultura nazionale, pubblica e privata, salvo alcune eccezioni, sta attraversando un periodo assai critico, dovuto alla improvvisa consapevolezza che se non si introduce, a fianco del soggetto scientifico e di ricerca, uno con pari dignità con la valenza e responsabilità economica, sarà sempre più difficile od addirittura proibitivo sviluppare progetti ed eventi che sappiano elevare la nostra convivenza civile. È ormai indubbio che lo Stato da solo non può sostenere lo sforzo di dotare, sovvenzionare e sostenere tutto l'immenso patrimonio del nostro Paese e quindi è necessario

individuare altre forme per realizzare per lo meno una parte di questo ambizioso progetto. Già oggi una parte importante la stanno svolgendo le Fondazioni Bancarie o i grandi sponsor istituzionali, questi ultimi invero sempre meno, ma non è pensabile che sia sufficiente per quanto è necessario. Bisogna osare di più, lo stesso Ministro Bondi lo sostiene, per dare anche al sistema pubblico una capacità di gestione economica non solo nell'usare i molti o pochi trasferimenti ricevuti, ma anche essere loro stessi generatori e gestori di risorse economiche proprie.

Queste si possono ottenere sia gestendo il proprio patrimonio in modo più imprenditoriale, sia potendo gestire direttamente il proprio «fund raising» con i privati. Per arrivare a questo è indubbio che bisogna sviluppare le norme già esistenti, invero poco conosciute e spesso di non facile interpretazione ed incentivare le norme fiscali verso il privato, attraverso forme di defiscalizzazione più premianti e promuovere iniziative locali a sostegno delle realtà locali che possano gratificare meglio il privato per il proprio impegno.

Rispettiamo la normativa sulla deducibilità degli importi previsti.

Può essere una pratica utile anche per il soggetto sponsorizzato, a prescindere che tali documentazioni vengano redatte al solo scopo di «fund raising». Per quanto ci

riguarda, prevale l'analisi delle motivazioni e degli obiettivi dell'iniziativa da sponsorizzare, insieme ai ritorni per l'azienda, per i clienti e per il territorio.

Siamo un'impresa e ragioniamo nella logica dell'impresa. Non pensiamo di sostituirci ad altri attori sul territorio anche se, come abbiamo detto,

guardiamo con attenzione ai ritorni e ai vantaggi che il contesto in cui operiamo può trarre dai nostri interventi.

Per rispondere a questa domanda, vorrei lanciare una proposta forse innovativa, ma che potrebbe avere anche l'effetto di avvicinare le Istituzioni al cittadino. Il Ministero dei Beni Culturali, insieme al Ministero degli Esteri e del Turismo, dovrebbe individuare e pianificare in un periodo certo di

tempo, minimo di tre anni, una serie di eventi, sia proposti direttamente, sia assunti a patrocinio su proposta di organizzazioni private, su cui costruire un progetto di «fund raising» indirizzato a reperire risorse con procedure certe di defiscalizzazioni ed altri «incentives», in modo tale attirare

una vasta platea di investitori. Si superano così concetti ormai sorpassati di agenzie o commissioni di cui pochi o nessuno dei contribuenti, se privati, hanno il minimo controllo.  
**Alvise di Canossa**  
 Presidente di Arteria

Sì, se è uno strumento di opportunità, magari online e a costi pressoché assenti per le imprese. Va però considerata la grande varietà di soggetti e di tipologie di sponsorizzazione, per cui esiste una

intrinseca difficoltà a declinare la figura di un'agenzia-intermediario in questo settore.  
**Monica Biffoni**  
 Servizio relazioni esterne  
 Banca CR Firenze

# Allemandi. Edizioni + Servizi.

## Qualità per la cultura: l'evoluzione di un'azienda che si rinnova per un Paese da rinnovare

Venticinque anni di esperienza internazionale hanno permesso alla Società editrice Allemandi di selezionare i servizi delle più qualificate aziende mondiali per soddisfare le varie esigenze degli operatori in ambito pubblico e privato nel settore dell'arte o ad esso affini.

Con la sua presenza in 80 Paesi e la sua collaudata esperienza internazionale, la Società editrice Allemandi oggi è in grado di assicurare con le sue collegate la garanzia di offrire le più efficaci opzioni qualitative ai costi più convenienti grazie a una rigorosa razionalizzazione progettuale. Ecco i servizi offerti:

### ALLEMANDI Design

È la divisione specializzata nel merchandising museale per esposizioni o eventi speciali o a richiesta di istituzioni museali e di aziende.

Oltre alla normale produzione editoriale di guide, cataloghi, pubblicazioni e supporti cartacei (manifesti, depliant, cartoline, agende, taccuini, calendari ecc.), progetta e produce quattro linee di articoli di alta qualità «dedicati» e «personalizzati» per tali circostanze:

- ART à porter** Accessori di abbigliamento
- ART à manger** Specialità alimentari
- ART at home** Oggetti decorativi e utensili per l'arredamento
- ART for play** Giochi didattici

### ALLEMANDI Catalogues

Un programma sistematico di cataloghi per gli operatori del terzo millennio pianificati secondo tre obiettivi ottimali di indirizzo: 1 Qualità massima; 2 Low cost; 3 Prezzi all inclusive. Esso prevede:

- Due linee: Smart (sette modelli classici in sette formati per ogni esigenza) e Speed (quattro modelli condensati, di rapida esecuzione e di costo contenuto)
- Decine di Optional pianificati (personalizzazioni, finiture e servizi aggiuntivi)
- Quattro Menù combinati (cataloghi + comunicazione a tariffe favorevolissime): Senior Service, Poker, Tris e Junior Service
- Opzioni «A la carte!» (progetti ad personam, su misura)

### ALLEMANDI Museum Service

È la divisione specializzata che distribuisce gli articoli destinati ai musei e progetta, organizza e gestisce direttamente e attraverso selezionate aziende collegate attività comunicazionali e didattiche nel settore culturale (pianificazioni pubblicitarie, strategie promozionali, servizio stampa in Italia e all'estero ecc.) per mostre, istituzioni pubbliche e aziende.

Molti degli articoli prodotti sono acquistabili anche presso la casa editrice sia da privati sia per la rivendita nelle librerie e nei negozi. Disponibilità a richiesta oppure on line.

### ALLEMANDI Corporate

È la divisione editoriale che agisce provvedendo alle produzioni editoriali per conto di istituzioni e aziende, per eventi commemorativi, circostanze speciali, esposizioni, fiere, restauri, nuovi edifici ecc. Progetta, produce e, ove richiesto, diffonde e distribuisce (monografie, cataloghi, pubblicazioni promozionali, rapporti, atti congressuali, bilanci ecc.

### ALLEMANDI Conference Press

È la specifica sezione dell'attività redazionale e del catalogo editoriale Allemandi dedicata alla pubblicazione on line (con opzione su carta) di atti dei convegni, proceedings, abstracts, working papers e discussion papers relativi a conferenze, seminari e tavole rotonde. Il servizio prevede inoltre l'assistenza completa e pianificata per la realizzazione dei comunicati stampa e per ogni esigenza di comunicazione e di promozione.

### ALLEMANDI University Press

È la specifica sezione dell'attività redazionale e del catalogo editoriale Allemandi dedicata alla pubblicazione on line (con opzione su carta) delle ricerche dipartimentali (collane, quaderni, riviste ed esiti di ricerche) e tesi di laurea e di dottorato.



È la divisione che provvede alla produzione e diffusione di edizioni visive. In particolare Tina Lepri ed Edek Osser gli specialisti italiani dei documentari d'arte (mostre e musei) sono operativi per **Allemandi Vision** per realizzare filmati e DVD di mostre, musei, eventi, documentari.



Lord è una società internazionale operante in 41 paesi da 27 anni la cui esperienza Allemandi porta a disposizione del patrimonio artistico italiano. La società di consulenza **Lordeurop** per servizi museali ed espositivi numero uno nel mondo è resa operativa in Italia da **Allemandi Servizi** per garantire dall'inizio il miglior risultato di ogni iniziativa relativa al patrimonio artistico e ai Beni culturali. Lord predispone gli studi di fattibilità, le valutazioni generali e specifiche, i modelli di progettazione, di preventivazione e di project financing preliminari.



1983-2008: Allemandi & C. venticinquesimo anniversario

UMBERTO ALLEMANDI & C.  
TORINO~LONDRA~VENEZIA~NEW YORK

Il censimento Giornale dell'Arte/Fondazione Agnelli

# VIII RAPPORTO ANNUALE SULLE FONDAZIONI attive in Italia in ambito artistico

**A**nche quest'anno le fondazioni presenti nella nostra indagine hanno abbondantemente superato quota 200, con ben 143 fondazioni di diritto civile e 73 di origine bancaria. Rispetto all'edizione scorsa riscontriamo 25 novità (4 fra le fondazioni di origine bancaria e 21 tra le civili), tra cui una fondazione di origine bancaria che compare per la prima volta (la Fondazione CR di Puglia) e ben 10 fondazioni civili (The William G. Congdon Foundation; Fondazione dei Musei Civici di Loreto Aprutino; Fondazione per l'Arte, l'Archeo-

logia e la Cultura del Vastese; Fondazione Volume!; Fondazione Esperienze di Cultura Metropolitana; Fondazione Oederzo Cultura; Fondazione Odyssea; Fondazione Scuola di San Giorgio; Fondazione Enzo Hruby). Tuttavia, la grande maggioranza delle fondazioni è da annoverare

tra i partecipanti «di lungo corso»: infatti, le fondazioni di origine bancaria presenti in almeno cinque edizioni del nostro Rapporto (su un totale di otto sino a ora pubblicati), raggiunge quota 90% (su un totale di 80 che hanno partecipato almeno una volta). Tra le fondazioni civili questo indicatore scende al 47% (considerando che sono 193 le fondazioni che hanno aderito ad almeno un'edizione del Rapporto). L'analisi basata sulla rilevazione Istat avvalorata la bontà dei dati presenti nella nostra indagine, confermando in molti casi gran parte delle osservazioni riscontrate nelle nostre survey. Tra queste, una distribuzione geografica fortemente sbilanciata e concentrata al Nord, dove troviamo il 65% delle fondazioni di diritto civile. Il Centro Italia, seppur inferiore al Nord in termini assoluti, ha una concentrazione di fondazioni artistico-culturali elevata se rapportata ad altri indicatori (il reddito o la popolazione regionale, o l'incidenza delle fondazioni artistico-culturali sul totale delle fondazioni localizzate in regione). Al Sud, seppur si riscontrino alcuni esempi di istituzioni particolarmente attive e originali, il mondo delle fondazioni rappresenta una realtà scarsamente diffusa e forse ancora poco conosciuta.

**Le spese in arte e cultura delle fondazioni italiane**

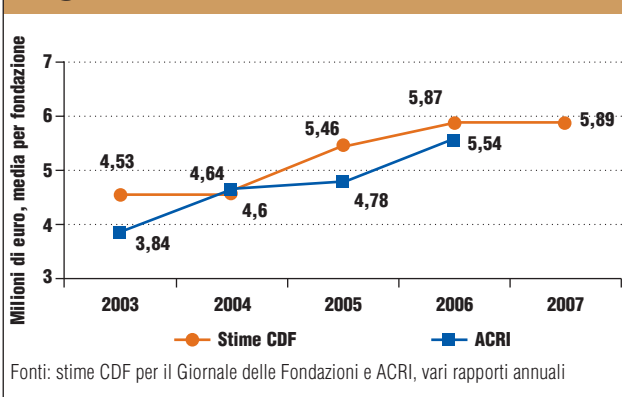
Anche lo scorso anno le fondazioni italiane hanno destinato all'arte e alla tutela e promozione dei beni culturali risorse economiche considerevoli, consolidando un trend in atto da diversi anni. Secondo le nostre stime, nel 2007 le spese complessive destinate ad arte e cultura hanno superato i 500 milioni di euro, pari a una media di 2,55 milio-

ni per fondazione. Questi dati di spesa risultano inferiori (di circa il 10%) nell'ammontare totale rispetto agli importi stimati nel Rapporto 2007, riferito alle spese sostenute nel 2006, mentre sono pressoché stabili se calcolati come spesa media per fondazione (mancano, è vero, i dati di spesa di alcune fondazioni big spender, come il Fai o la Biennale). La minore incidenza delle spese sostenute dalle fondazioni civili è stata in parte bilanciata dalle erogazioni delle 73 fondazioni di origine bancaria presenti nel nostro rapporto, le cui erogazioni hanno toccato nel 2007 l'ammontare complessivo di circa 430 milioni di euro. Per il 2007, e secondo quanto anticipato dalle nostre stime, sarà improbabile che si ripeta la performance di spesa in arte e cultura fatta registrare nel 2006 da parte delle fondazioni di origine bancaria e che si è tradotta (secondo quanto riportato nel XII Rapporto ACRI) in un + 15% delle erogazioni in arte e cultura rispetto al precedente anno (2005). (cfr. grafico 1)

(Fonti: stime CDF per il Rapporto sulle Fondazioni e ACRI, vari rapporti annuali) Permangono i caratteri di forte concentrazione della spesa: circa il 50% della spesa in arte e cultura è concentrato in 27 fondazioni (16 di diritto civile e 11 di origine bancaria) appartenenti alle categorie dei big spender, vale a dire che hanno speso più di un milione di euro all'anno in arte e cultura (nel caso delle fondazioni civili) od oltre 10 milioni di euro (se fondazioni di origine bancaria) (cfr. tabella 2). Per le fondazioni civili le spese in arte e cultura hanno rappresentato circa il 92% delle spese totali sostenute nel 2007, mentre tra le fondazioni di origine bancaria (tipicamente, fondazioni impegnate su più

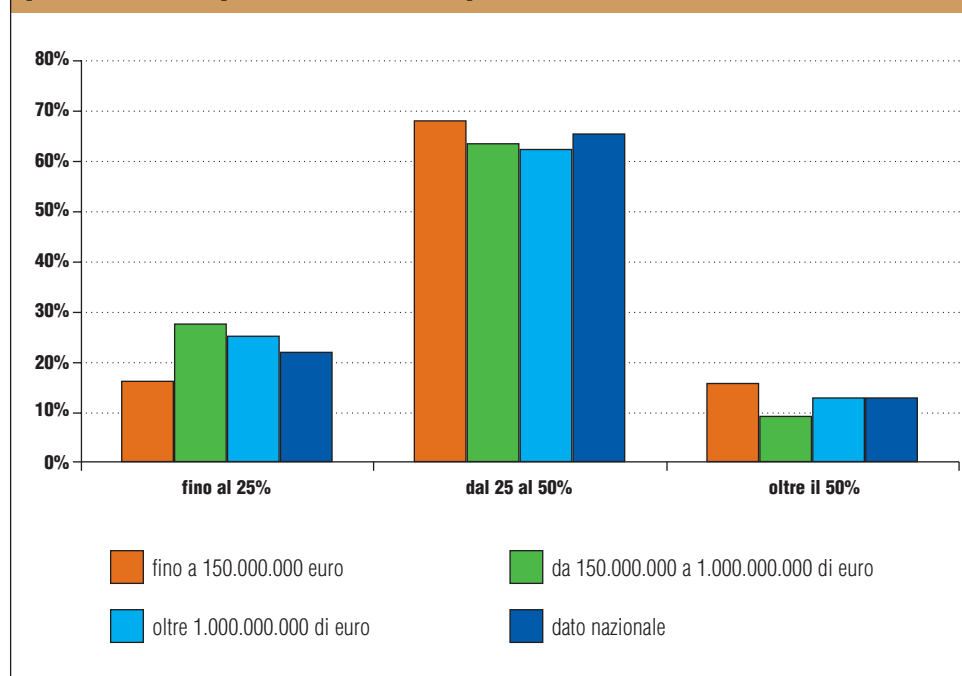
settori d'attività), l'incidenza delle erogazioni in arte e cultura rappresenta mediamente il 30% delle erogazioni complessive. Una sorta di «sbilanciamento» a favore delle spese in arte e cultura, tuttavia, è più facilmente riscontrabile in fondazioni di origine bancaria di dimensioni patrimoniali più contenute, mentre in quelle di dimensioni maggiori la quota delle erogazioni pro arte e cultura tende a essere più contenuta e bilanciata rispetto agli altri settori d'attività (cfr. grafico 2). Tra le erogazioni in arte e cultura delle fondazioni di origine

**Grafico 1. Fondazioni di origine bancaria: erogazioni in arte e cultura (2003-2007)**

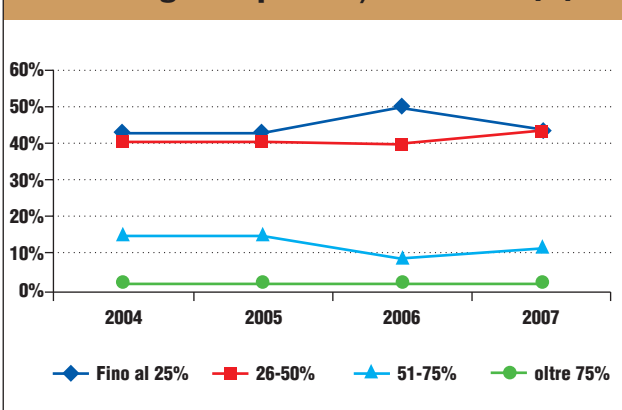


**Al Sud, seppur si riscontrino alcuni esempi di istituzioni particolarmente attive e originali, il mondo delle fondazioni rappresenta una realtà scarsamente diffusa e forse ancora poco conosciuta**

**Grafico 2. Fondazioni di origine bancaria: rapporto tra classe patrimoniale e percentuale della spesa destinata ad attività artistiche**



**Grafico 3. Fondazioni di origine bancaria per classi di spesa artistico-culturale destinate agli enti pubblici, 2004-2007 (%)**



**Tabella 1. Fondazioni civili e di origine bancaria presenti nei rapporti de Il Giornale delle Fondazioni**

Fondazioni	Civili	Origine bancaria	Totale
Presenti nel 2008	143	73	216
Presenti anche nel 2007	122 (85%)	69 (95%)	191 (88%)
Non presenti nel 2007	21 (15%)	4 (5%)	25 (12%)
Presenti per la prima volta	10 (7%)	1 (1%)	11 (5%)
Presenti almeno a 5 edizioni	90 (47%*)	72 (90%*)	162 (59%*)
<b>Ripartizione geografica</b>			
Nord Ovest	65 (45%)	15 (21%)	80 (37%)
Nord Est	28 (20%)	28 (38%)	56 (26%)
Centro	32 (22%)	22 (30%)	54 (25%)
Sud e Isole	18 (13%)	8 (11%)	26 (12%)

\* Percentuali calcolate sul totale delle fondazioni che nel corso delle otto edizioni del Rapporto sino a ora realizzate hanno partecipato almeno una volta (civili: 193; bancarie: 80)

**Tabella 2. Fondazioni per classi di spesa nel settore artistico-culturale - 2007**

	N. fondazioni	% fondazioni	% importi
<b>Fondazioni di diritto civile</b>			
fino a 10.000 €	6	4,9%	0,0%
da 10.001 a 50.000 €	25	20,5%	1,1%
da 50.001 a 200.000 €	41	33,6%	7,1%
da 200.001 a 1.000.000 €	34	27,9%	23,2%
oltre 1.000.000 €	16	13,1%	68,7%
Dato nazionale	122	100%	100%
<b>Fondazioni di origine bancaria</b>			
fino a 500.000 €	13	17,8%	1,1%
da 500.001 a 1.500.000 €	22	30,1%	5,2%
da 1.500.001 a 4.500.000 €	20	27,4%	11,9%
da 4.500.001 a 10.000.000 €	7	9,6%	12,2%
oltre 10.000.000 €	11	15,1%	69,6%
Dato nazionale	73	100%	100%

bancaria, la quota destinata agli enti pubblici tende raramente a superare il 50% delle erogazioni complessive in questo settore: come si può osservare dal grafico 3, nel corso degli ultimi anni, le fondazioni di origine bancaria che hanno destinato più del 50% delle proprie erogazioni non sono mai state più di un quinto del totale e nell'ultimo biennio tale quota si è ulteriormente contratta (cfr. grafico 3). L'incrocio di questo aspetto di sostegno agli enti locali con la dimensione patrimoniale delle fondazioni di origine bancaria conferma, anche per il 2007, quanto già osservato in alcune edizioni precedenti del Rapporto: le fondazioni di dimensioni maggiori (con patrimoni netti superiori al miliardo di euro) tendono a destinare agli enti pubblici quote comprese tra il 26 e il 50% delle proprie erogazioni artistico-culturali. Per le fondazioni di dimensioni patrimoniali minori, si assiste a una distribuzione polarizzata con una buona parte di istituzioni che destinano agli enti locali non più del 25% delle proprie erogazioni in arte e cultura, ma non manca una consistente minoranza che sostiene gli enti locali con quote comprese tra il 50 e il 75% delle proprie erogazioni complessive in arte e cultura. Infine, le fondazioni con capitalizzazione compresa tra i 150 milioni e il miliardo di euro tendono a concentrarsi nei primi due quartili con valori simili a quanto riscon-

trato dal dato medio nazionale (cfr. grafico 4). Concludiamo le nostre considerazioni di natura economica con un riferimento alle fonti prevalenti di finanziamento delle fondazioni civili. Dall'analisi riferita ai valori che abbiamo registrato negli ultimi quattro Rapporti annuali, si può osservare come per queste fondazioni esista una stabile dipendenza finanziaria da risorse pubbliche, i cui contributi costituiscono la fonte di finanziamento principale per una quota che si aggira intorno al 35% delle fondazioni. Solo lievemente inferiore è la rilevanza dei contributi privati, principale fonte per una quota di fondazioni compresa tra il 32 e il 34%. Tra i principali di finanziatori delle fonda-

zioni di diritto comune si sono inserite le fondazioni di origine bancaria che, a partire dal 2004, hanno visto incrementare la propria incidenza quale fonte prevalente di sostegno per le fondazioni civili, dal 9,8% del 2004 al 12,4% del 2007, con un picco del 14% nel 2006. È vero che sono nate fondazioni di diritto civile quali enti strumentali di fondazioni d'origine bancaria. In calo (e non è una buona notizia) il numero di fondazioni per le quali la fonte di finanziamento prevalente risulta essere il reddito patrimoniale, mentre sostanzialmente stabili e su livelli marginali sono le due restanti categorie di fonti (cfr. grafico 5).

**Mostre, esposizioni e gestione museale: le attività più diffuse. Vocazione a conservazione e restauro per le ex bancarie, maggior interesse per la formazione e stage per le civili**

«Mostre ed esposizioni» restano anche nel 2007 (come d'altronde già osservato nei precedenti Rapporti), le attività maggiormente sviluppate dalle fondazioni attive in campo artistico e culturale. Fanno seguito la «gestione e promozione di strutture museali o edifici storici», le attività di «studio e documentazione nell'arte» e la «divulgazione artistica». Le attività di «conservazione e restauro» sono praticamente realizzate dalla quasi totalità delle fondazioni di origine bancaria e in maggior misura rispetto a quanto registrato l'anno passato. Sempre da parte delle fondazioni di origine bancaria, si estende, seppur con minore intensità rispetto a quanto osservato per le attività di manutenzione e riqualificazione conservativa, l'attività di

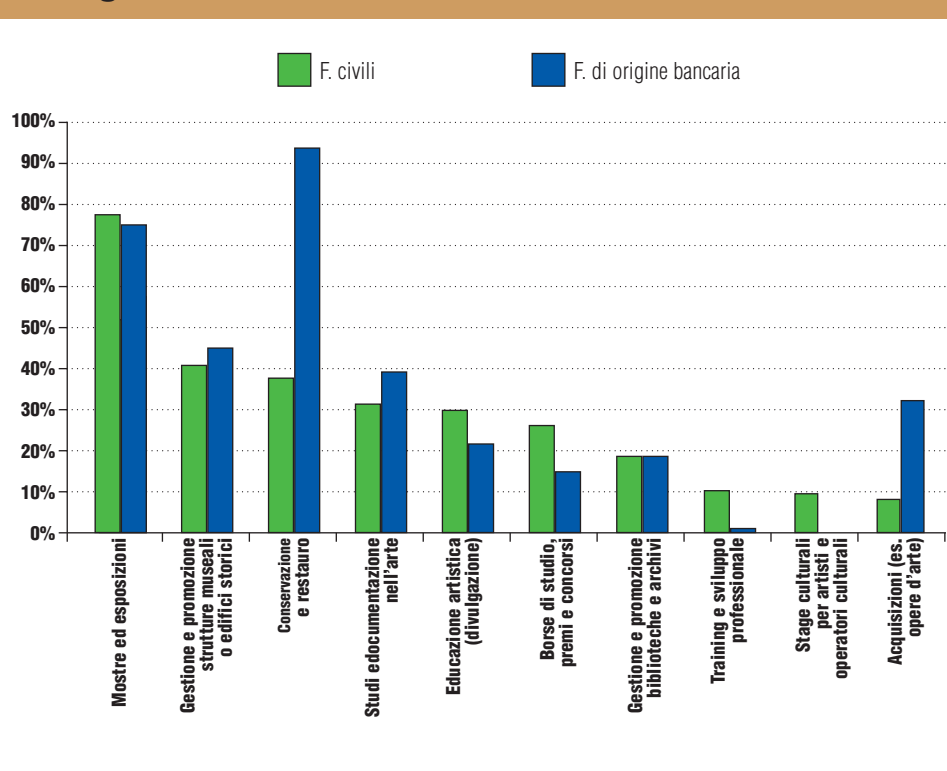
acquisizione di opere o collezioni d'arte (cfr. tabella 3). Per le fondazioni civili abbiamo la conferma di una maggiore operosità nei riguardi di tutte le attività di formazione ed educazione artistica, sia in forma divulgativa sia per «addetti ai lavori» (nelle forme di training e sviluppo professionale; stage culturali per artisti e operatori culturali) (cfr. grafico 6). Infine, 127 su 143 fondazioni civili (pari all'88,8%) hanno dichiarato di aver intrattenuto nel 2007 rapporti di collaborazione con altri istituti: si tratta di un dato superiore di ben dieci punti percentuali rispetto a quanto rilevato nell'anno 2006. Anche con riferimento alle attività svolte, il quadro che emerge dalla nostra survey trova conferma dai dati presentati nell'articolo basato sulla rilevazione Istat e pubblicato sempre nel presente Rapporto sulle Fondazioni. Nel caso Istat va tuttavia notato un certo appiattimento dei valori dovuto alla compresenza di categorie di attività da noi non contemplate (ad es. la gestione di enti culturali nell'ambito delle performing arts) e al-

l'assenza delle fondazioni di origine bancaria.

**La «dimensione» dell'arte contemporanea**

Una novità di quest'anno, è costituita da una prima esplorazione su dimensioni e caratteristiche delle fondazioni attive nell'arte contemporanea. Si tratta di un primo approccio, applicato quest'anno alle sole fondazioni civili, ma che verrà esteso nelle prossime indagini a tutte le fondazioni e affinato mediante una sezione del questionario esclusivamente dedicata all'arte contemporanea. Secondo le nostre rilevazioni **le fondazioni civili dedite con differenti livelli di intensità all'arte contemporanea sono risultate 82, pari al 57% delle fondazioni rilevate**. Di queste, 55 (oltre 38% del totale delle fondazioni civili) si occupano esclusivamente di arte contemporanea, mentre le restanti 27 fondazioni realizzano eventi e attività inerenti anche altre epoche artistiche o di natura comunque differente. Le stime relative alla spesa sostenuta da questa tipologia di

**Grafico 6. Principali attività in ambito artistico nelle fondazioni civili e di origine bancaria**

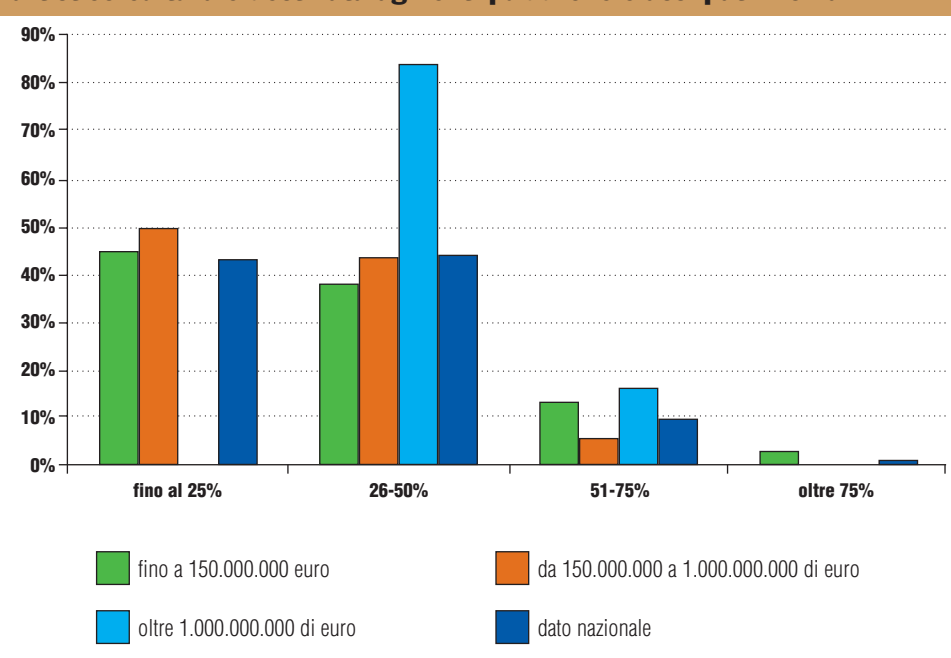


**Tabella 3. Principali attività praticate in ambito artistico e culturale 2006 e 2007**

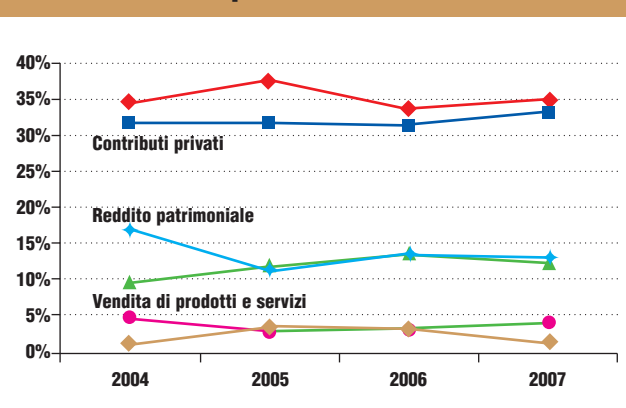
	2007		2006	
	F. civili	F. di origine bancaria	F. civili	F. di origine bancaria
Mostre ed esposizioni	78%	75%	84%	71%
Gestione e promozione strutture museali o edifici storici	41%	45%	45%	45%
Conservazione e restauro	38%	95%	43%	92%
Studi ed documentazione nell'arte	32%	40%	40%	41%
Educazione artistica (divulgazione)	31%	22%	30%	23%
Borse di studio, premi e concorsi	27%	15%	25%	22%
Gestione e promozione biblioteche e archivi	19%	19%	22%	16%
Training e sviluppo professionale	10%	1%	12%	1%
Stage culturali per artisti e operatori culturali	10%	0%	10%	0%
Acquisizioni (es. opere d'arte)	8%	33%	9%	32%

\* Il totale supera il 100% perché erano consentite risposte multiple

**Grafico 4. Fondazioni di origine bancaria per classi di spesa artistico-culturale destinata agli enti pubblici e classi patrimoniali**



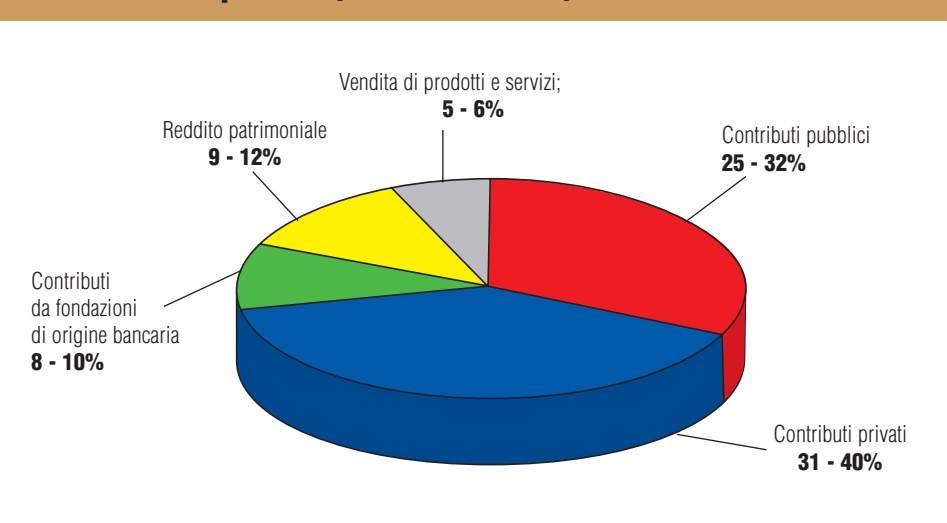
**Grafico 5. Fondazioni di diritto civile per fonte di finanziamento principale, 2004-2007 (composizione %)**



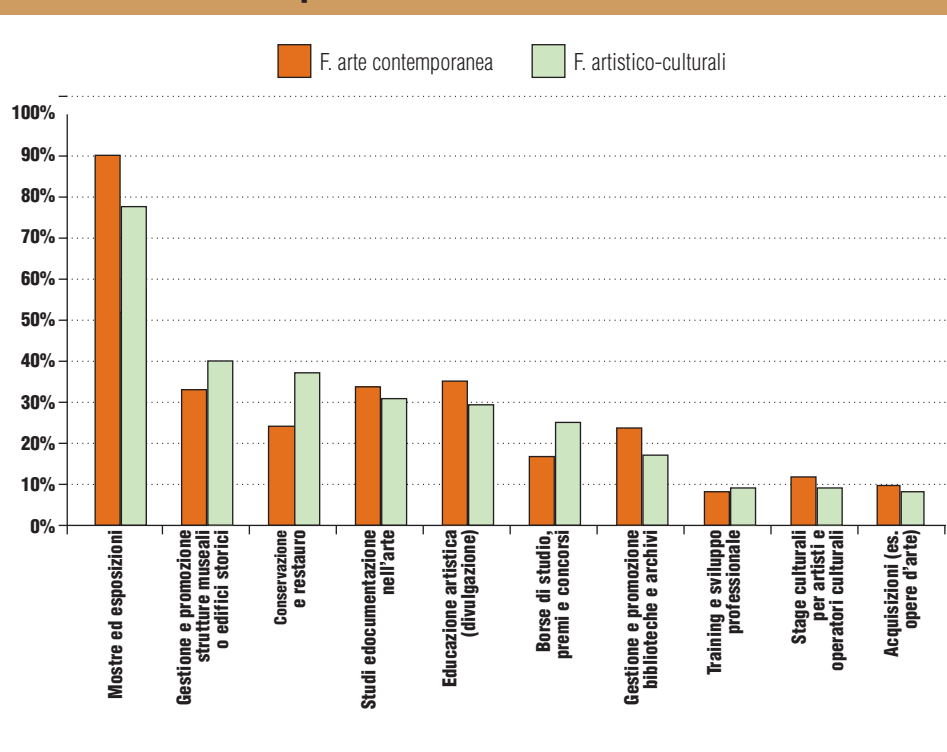
fondazioni sono da valutare con cautela perché proprio da parte di questa categoria di fondazioni assistiamo a una certa resistenza nel fornire dati di natura economica.

Con tale premessa, osserviamo che nel 2007 la spesa media sostenuta dalle fondazioni attive nell'arte contemporanea si aggira intorno 750mila euro e notiamo che tra i big spender di questo comparto si annoverano diverse fondazioni torinesi (Fondazione Sandretto, Torino Musei, Fondazione per l'Arte moderna CRT, Palazzo Bricherasio). Più affidabili i dati relativi alla fonte principale di finanziamento delle fondazioni attive

**Grafico 7. Fonti di finanziamento prevalenti tra le fondazioni attive nell'arte contemporanea (n. fondazioni e %)**



**Grafico 8. Principali attività delle fondazioni attive nell'arte contemporanea**



nell'arte contemporanea che risulterebbero lievemente **meno dipendenti da fonti pubbliche e più da fonti private** rispetto a quanto riscontrato tra tutte le fondazioni artistico-culturali del nostro rapporto (cfr. grafici 7 e 5). Infine, con riferimento alle attività prevalentemente svolte dalle fondazioni dedite all'arte contemporanea si può osservare (cfr. grafico 8) una distribuzione che ricalca a grandi linee quella già evidenziata dalle

fondazioni civili presenti nella nostra indagine (cfr. grafico 6). Rispetto a queste ultime, tuttavia, lo sbilanciamento a favore di «mostre ed esposizioni» risulta ancora più accentuato: l'attività viene svolta dal 90% delle fondazioni attive nell'arte contemporanea. Sottodimensionato risulta il settore della «conservazione e restauro» e della «gestione di strutture museali», mentre più attività vengono portate avanti nel campo dell'educazione ar-

tistica sia di natura divulgativa sia nella gestione di strutture archivistiche e documentali sia, infine, nell'organizzazione di stage per artisti e operatori culturali. Sempre nell'ambito delle attività di tipo relazionale, va segnalato come l'80% delle fondazioni attive nell'arte contemporanea abbia dichiarato di intrattenere rapporti di cooperazione culturale con altri istituti. (cfr. grafico 8).

□ **Alessandro Monteverdi**



## Filantropia e cultura

# Le Fondazioni fanno la parte del leone nel settore culturale italiano

*Dati, tendenze e considerazioni emergenti dalle rilevazioni recenti*

**L**e fondazioni artistico-culturali (Fac), analogamente a quanto verificatosi per le fondazioni *tout-court*, sono un fenomeno in forte crescita in Italia, avviatosi nell'ultimo ventennio, ma impennatosi negli ultimi dieci anni: tra il 1995 e il 2005 si è infatti costituito il 54% delle Fac. I motivi di tale crescita che riguarda tutte le fondazioni, Fac incluse, sono molteplici e così, efficacemente, riassunti da Marco Demarie: «La prima (motivazione) è l'indubbia vitalità di una società civile che nella fondazione vede (sovente a ragione, talvolta un po' sull'onda della moda) uno strumento di per sé funzionale a perseguire privatamente finalità collettive. Flessibilità, solidità, buona reputazione dell'istituto fondazione spingono gli operatori ad avvalersene per gli scopi più diversi (...). La seconda motivazione è l'uso della fondazione da parte delle amministrazioni (specie locali e regionali) quali nuovi agenti di politiche pubbliche, di produzione di beni collettivi e spesso di alleanze pubblico-private, che in altri tempi sarebbero state affidate a enti pubblici o parapubblici. Infine, c'è stato da parte del settore pubblico il ricorso alla fondazione per la riorganizzazione e privatizzazione di propri enti. La vicenda delle fondazioni di origine bancaria è, come noto, la più rilevante in quest'ambito. Non l'unica, però».

Per la maggior parte fondazioni di tipo operativo e piuttosto radicate nel territorio regionale, le Fac si configurano in genere come tipica espressione delle libertà individuali e sociali in ambito filantropico-culturale (oltre il 52% di queste è stato istituito da persone fisiche), anche se sempre più numerosi e alla ribalta della cronaca culturale sono i casi di fondazioni create e partecipate da

più soggetti di natura pubblica e privata. La preponderanza della dimensione «privata» all'interno delle Fac è ulteriormente riscontrabile nella principale tipologia di fonte delle entrate, proveniente da risorse private per il 65,6% dell'ammontare globale. Altri elementi a favore della prevalenza della dimensione «privatistica» nelle Fac sono riscontrabili osservando il ruolo predominante dei soggetti privati nella governance e in veste di principale finanziatore, ancora maggioritario rispetto al pubblico.

In termini assoluti, così come si riscontra per le fondazioni nel loro complesso, la maggior parte delle Fac è collocata nel Nord Italia, e gran parte di queste in Lombardia. Tuttavia, se la loro presenza viene rapportata alla densità della popolazione, alla ricchezza regionale o, ancora, alla loro incidenza rispetto a tutte le fondazioni insite sul territorio regionale, la maggiore concentrazione di Fac si riscontra nel centro Italia e in particolare in Umbria e Toscana. Se da un lato questo fatto può in parte essere spiegato con l'eccellenza e la sovrabbondanza di patrimonio culturale offerto da questi ambiti territoriali (tradizionalmente in testa alle classifiche nazionali per giro d'affari e fruizione turistico-culturale), dall'altro, è interessante notare come, soprattutto in Toscana, le attività in ambito artistico-culturale si istituzionalizzano più frequentemente rispetto ad altre aree del paese nella forma «fondazionale». Applicando gli stessi criteri di valutazione utilizzati per individuare le performances dei contesti toscano-umbri, emergono situazioni di eccellenza anche al nord, in Piemonte e al sud, negli Abruzzi. La dimensione occupazionale delle Fac è piuttosto contenuta: circa 4.800 addetti (cui si potrebbero aggiungere circa 7.000

tra volontari e stagisti), su un totale stimato di circa 464mila occupati nel settore culturale, secondo quanto rilevato dalle Cultural Statistics dei pocket-books di Eurostat e riferito al 2005. Se estendessimo il nostro raggio di misurazione all'insieme delle fondazioni il cui settore d'attività prevalente è «arte e cultura», saliremmo a 13mila addetti, pari a circa il 12% di tutto il personale retribuito nelle fondazioni italiane. Più pregnante il dato relativo alla spesa complessiva sostenuta dalle Fac e che nel 2005 ha raggiunto la cifra di 479,82 milioni di euro. Aggiungendovi le corrispettive erogazioni delle fondazioni di origine bancaria si supera l'importo di 806,52 milioni di euro: cifra che rappresenta oltre il 36,6% degli stanziamenti pubblici al Ministero per i Beni e le Attività Culturali-MiBAC (nell'anno finanziario 2005) e quasi il 50% delle spese per la cultura (istruzione e sport esclusi) sostenute da regioni e province autonome. Non va tuttavia dimenticato come, soprattutto in anni recenti, una quota crescente e importante della spesa pubblica culturale sia sostenuta dagli enti locali, comuni in primis. Le attività in ambito artistico-culturale segnalate dalle Fac nella rilevazione Istat indicano un ampio e bilanciato spettro da cui prevalgono in lieve misura: l'organizzazione di mostre ed esposizioni (oltre 1100 eventi nel 2005), l'attività conservativa e di restauro (più di 1150 interventi), la gestione museale e di siti archeologico-paesaggistici (oltre 300 siti curati) e di biblioteche e archivi (con più di 290mila fruitori). Altrettanto importante risulta l'impegno nel campo della divulgazione e formazione mediante la realizzazione di corsi tematici e/o laboratori (oltre 7700 corsi organizzati) e l'organizzazione di visite gui-

date (35.800).

Considerati questi dati, non c'è da stupirsi se tra i 30 musei più visitati nel 2006, come si rileva ad esempio nel recente Dossier Musei TCI 2007, si riscontrino varie fondazioni (Acquario di Genova, Bioparco di Roma, Museo delle Antichità Egizie, Museo Nazionale del Cinema, Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia «Leonardo da Vinci», «Collezione Peggy Guggenheim») e come alcune di queste (in particolare il Museo delle Antichità Egizie, il Museo Nazionale del Cinema e Museo Nazionale della Scienza) abbiano anche registrato incrementi considerevoli nel numero di visitatori nel biennio 2005-2006 (rispettivamente del 94,39 e 22%). Va da sé, come più vol-

te ribadito in altre sedi e come non ci stancheremo di ripetere, che la forma istituzionale della fondazione non può e non deve essere considerata, in quanto tale, come una sorta di panacea in grado di porre rimedio a gran parte dei problemi che affliggono la società italiana contemporanea. La fondazione va piuttosto concepita come uno strumento che, se opportunamente dotato e gestito, può costituire, talvolta, una formula organizzativo-istituzionale efficiente e adatta ad affrontare tematiche di interesse collettivo o filantropico. In tale direzione e con particolare riguardo al settore «arte e cultura», riteniamo operino efficacemente molteplici Fac e le fondazioni di origine bancaria. Quanto importante sia

l'asset costituito dal patrimonio artistico e culturale italiano sembra essere chiaramente percepito dalle fondazioni italiane e il loro operare lo dimostra concretamente; non si tratta solo di gestire e promuovere le ricchezze artistico-culturali del paese cui si stima sia collegabile un potenziale valore aggiunto di circa 114 milioni di euro e che attiva occupazione per 2,4 milioni di lavoratori, ma anche di tutelare, gestire, valorizzare e rendere fruibile un bene patrimoniale, quello artistico-paesaggistico-culturale del Belpaese, che rappresenta una risorsa unica per l'umanità e di rilevanza strategica per il progresso economico e sociale del nostro paese negli anni a venire.

□ **Alessandro Monteverdi**

### Il Centro di Documentazione sulle Fondazioni

Il Centro di Documentazione sulle Fondazioni, costituito nel 1996 dalla Fondazione Giovanni Agnelli, è dal 1998 una fondazione indipendente. Opera a favore della crescita e diffusione di una moderna cultura delle fondazioni in Italia. È innanzitutto un osservatorio sul mondo delle fondazioni: promuove ed effettua una propria attività di ricerca e analisi, si occupa di monitorare la presenza e l'attività delle fondazioni italiane e di registrarne la dinamica demografica, svolge attività di consulenza e assistenza a operatori di fondazioni, esponenti del non profit, ricercatori e studiosi, funzionari pubblici.

Attività e basi informative del Centro sono consultabili tramite il sito [www.fondazioni.it](http://www.fondazioni.it), e il notiziario **Centro Documentazione Fondazioni Network**, inviato gratuitamente sia in versione cartacea sia elettronica, a circa 5000 lettori.

Il Centro dispone di una Biblioteca specializzata, aperta su appuntamento a studenti, ricercatori e operatori del settore, che raccoglie materiale italiano e internazionale afferente alle fondazioni e al settore non profit in generale (libri, tesi, riviste, newsletter, opuscoli, statuti, annual reports, ma anche «letteratura grigia»). I servizi del Centro, come pure l'accesso al sito internet e ai suoi contenuti, sono interamente gratuiti.

Coerentemente alle proprie finalità, il Centro di Documentazione sulle Fondazioni favorisce la collaborazione e lo scambio di informazioni tra fondazioni italiane e straniere in collegamento con lo European Foundation Centre ([www.efc.be](http://www.efc.be)) di Bruxelles. Il Centro è sostenuto dalla Compagnia di San Paolo. Ogni contatto per segnalazioni, commenti o richieste di informazioni è benvenuto all'indirizzo [centrofondazioni@fga.it](mailto:centrofondazioni@fga.it).

Tra le più recenti iniziative del Centro, segnaliamo: l'istituzione dell'Osservatorio giuridico sulle fondazioni, volto a fornire servizi informativi e documentali di tipo giuridico, amministrativo e fiscale; la collana editoriale «Testi» (per i due titoli già usciti si vedano i box promozionali in questo Giornale) e i «Quaderni» (di imminente uscita) il cui primo numero sarà dedicato ai documenti di proposta di riforma della disciplina civilistica di associazioni e fondazioni, conosciuti come «bozza Vietti» e «bozza Pinza», a suo tempo avanzate nelle ultime due precedenti legislature.



I numeri delle Fac

# Le fondazioni artistico-culturali secondo la rilevazione Istat

La natalità delle Fac, come quella delle Fondazioni, è un fenomeno che ha vissuto una brusca impennata in anni recenti

In base alle rilevazioni dell'Istat, nella prima indagine esclusivamente dedicata alle fondazioni in Italia, le unità artistico-culturali attive al 31 dicembre 2005 sono risultate 667. Le spese complessive sostenute dalle Fac superano i 479,82 milioni di euro cui andrebbero aggiunti, per una più completa valutazione delle risorse che sono state destinate all'arte e alla cultura, le erogazioni deliberate dalle fondazioni di origine bancaria nel settore «arte e cultura», a esclusione del sottosectore «Creazioni e interpretazioni artistiche e letterarie» (musica, teatro, balletto, cinema ecc.). Considerando tale importo, che nel 2005 ha raggiunto i 326,7 milioni di euro, possiamo stimare che la spesa complessiva delle fondazioni oggetto del nostro rapporto nel corso del 2005 abbia superato gli 806,52 milioni di euro. Si tratta di una cifra che rappresenta oltre il 36,6% degli stanziamenti pubblici al Ministero per i Beni e le Attività Culturali-MiBAC (anno finanzia-

rio 2005) e quasi il 50% delle spese per la cultura (istruzione e sport esclusi) sostenute da regioni e province autonome.

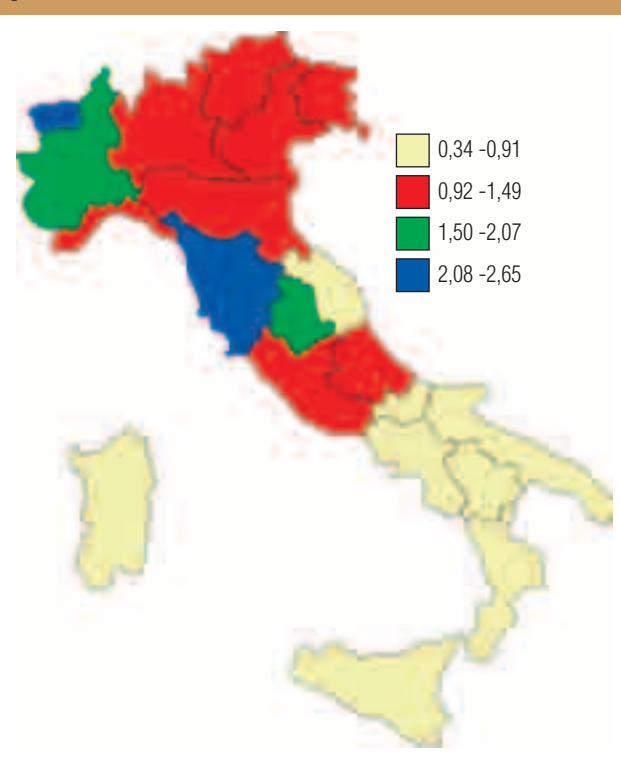
**Attività**

L'attività di natura artistico-culturale cui si dedicano più frequentemente le Fac risulta l'«organizzazione di esposizioni/mostre», seguita dalla «gestione di biblioteche, centri di documentazione e/o archivi», dalla «realizzazione di corsi tematici e/o laboratori» e dalla «realizzazione di visite guidate».

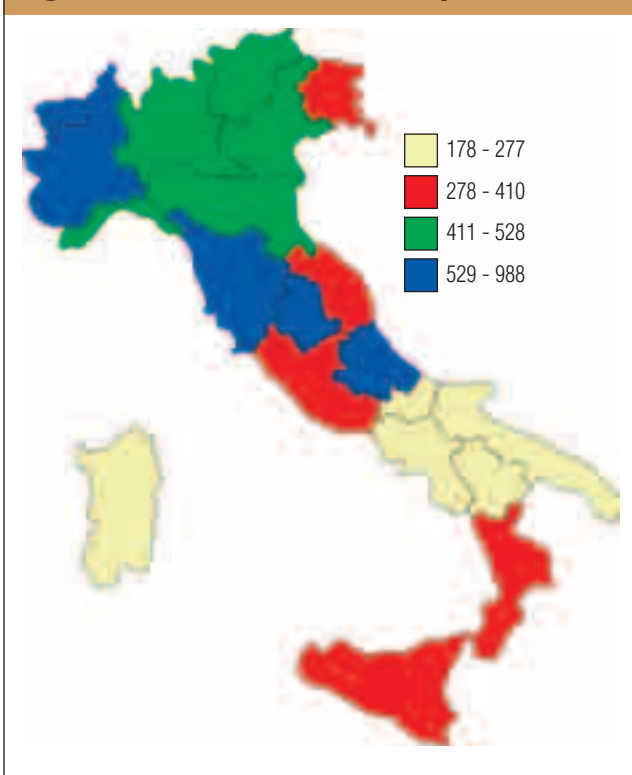
In queste quattro categorie di attività, nell'anno 2005 risultano impegnate, rispettivamente, 266, 246, 234 e 228 Fac. Sempre nel corso del 2005, tali attività si sono tradotte in 1.105 mostre/esposizioni; nella fruizione di biblioteche e degli archivi da parte di oltre 291 mila utenti; nell'organizzazione di 7.700 corsi tematici o laboratori e in più di 35.800 visite guidate.

A queste tipologie di attività sviluppate in prevalenza dalle Fac vanno altresì aggiunte le iniziative nell'ambito della

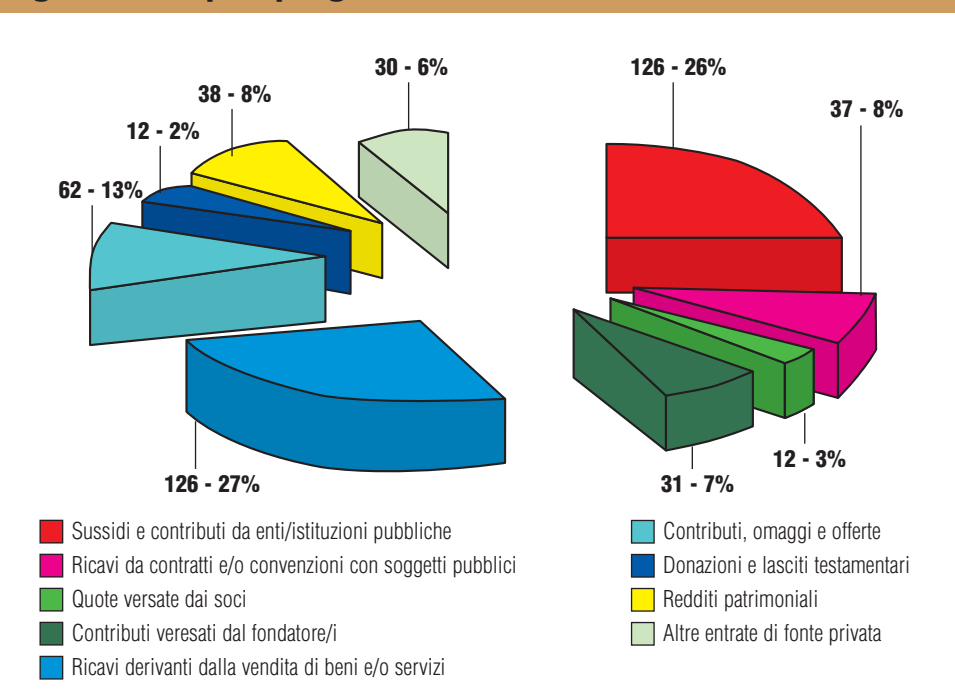
**Fig. 1. Fondazioni artistico culturali per 100mila residenti**



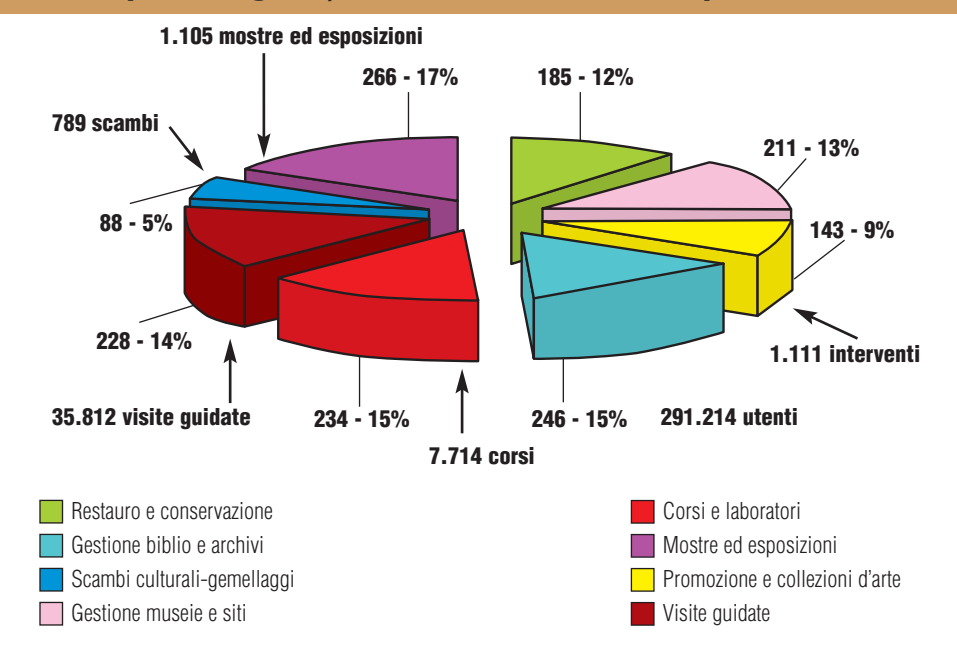
**Fig. 2. Fondazioni artistico culturali per PIL regionale 2005 (milioni di euro a prezzi correnti)**



**Fig. 3. Entrate per tipologia di fonte (milioni di euro e %)**



**Fig. 4. Attività artistico-culturali svolte dalle Fac (escluse performing arts; VA attività dichiarate e comp. %)**



**Tabella 1. Fondazioni artistico-culturali: distribuzione per regioni e rispetto ad alcuni indicatori (2005)**

	N. di Fac	Fac per 100mila residenti	Fac per PIL regionale (milioni €)	Fac/Fondazioni totali per regione (incidenza %)
Piemonte	75	1,72	650	18,5 %
Valle d'Aosta	3	2,42	766	9,7 %
Lombardia	141	1,49	480	9,9 %
Trentino-Alto Adige	12	1,26	418	14,1 %
Veneto	64	1,35	481	17,4 %
Friuli-Venezia Giulia	13	1,11	410	17,2 %
Liguria	21	1,31	529	9,5 %
Emilia-Romagna	52	1,24	418	11,7 %
Toscana	95	2,61	988	28,3 %
Umbria	15	1,73	759	21,1 %
Marche	13	0,82	338	10,2 %
Lazio	61	1,14	391	14,3 %
Abruzzo	14	1,11	557	18,8 %
Molise	1	0,42	231	14,8 %
Campania	25	0,44	277	13,2 %
Puglia	16	0,39	245	13,1 %
Basilicata	2	0,34	197	8,7 %
Calabria	12	0,61	385	12,2 %
Sicilia	25	0,50	314	18,7 %
Sardegna	6	0,34	178	11,9 %
<b>Italia</b>	<b>667</b>	<b>1,13</b>	<b>469</b>	<b>14,1 %</b>

«realizzazione di spettacoli teatrali, musicali, cinematografici», la «gestione di musei, monumenti e siti archeologici e paesaggistici», il «restauro e conservazione dei beni artistici e architettonici» (cfr. tabella 5 e figura 4).

Il prospetto fornito nella tabella 5 non rende debitamente conto dell'effettiva dimensione delle attività svolte dalle fondazioni in ambito artistico-culturale perché è limitata al sia pur significativo novero delle Fac, vale a dire quelle fondazioni il cui settore prevalente d'attività risulta essere «arte e cultura» (si veda nota metodologica in calce all'articolo).

In effetti, programmi e iniziative in ambito artistico-culturale possono essere realizzati anche da fondazioni il cui settore d'attività prevalente non risulta essere «arte e cultura» (si pensi a questo riguardo e a titolo d'esempio, al fondamentale ruolo

svolto dalle fondazioni di origine bancaria che vengono solitamente annoverate tra le fondazioni erogative e filantropiche in senso lato). A tal fine, per quantificare in termini più completi la coper-

tura delle attività artistico-culturali svolte dalle fondazioni si riporta nella tabella 6 lo schema già riportato in tabella 5, ma riferito alla totalità delle fondazioni presenti nella rilevazione. □ **Alessandro Monteverdi**

**Tabella 2. Fac per periodo di costituzione**

	N. di Fac	%
Prima del 1976	102	15,2%
1976-1985	60	9,1%
1986-1995	141	21,2%
1996-2005	364	54,6%
<b>Totale</b>	<b>667</b>	<b>100%</b>

**Tabella 3. Fac per modalità di tipologia operativa**

	N. di Fac	%
Operative	416	62,4%
Erogative	6	0,8%
Miste	245	36,8%
<b>Totale</b>	<b>667</b>	<b>100%</b>

**Tabella 4. Alcuni caratteri strutturali delle Fac**

	N. di Fac	%
<b>Tipologie di fondatore</b>		
Solo persone fisiche	347	52,0%
Solo istituzioni*	171	25,6%
Più tipologie	149	22,3%
<b>Forma giuridica alla nascita</b>		
Nate come fondazione	524	78,6%
Trasformatesi da forme giuridiche diverse	143	21,4%
<b>Norme legislative all'origine della costituzione</b>		
Nessuna norma	595	89,2%
Sì	72	10,8%
<b>Numero di sedi</b>		
Una	593	88,9%
Due e oltre	74	11,1%
<b>Personalità giuridica</b>		
Riconoscimento regionale	374	56,1%
Riconoscimento nazionale	235	35,3%
In attesa di riconoscimento o non riconosciute	58	8,6%
<b>Status di Onlus</b>		
Sì	130	19,6%
No	536	80,4%

\* Istituzioni nonprofit, imprese, istituzioni pubbliche.

**Tabella 6. Attività in ambito artistico-culturale svolte da tutte le fondazioni (quantificazione attività, 2005)**

Attività artistico-culturali svolte da tutte le fondazioni	%	N. interventi	%
Restauro e conservazione dei beni artistici e architettonici	8,9 %	1.352	244
Gestione di musei, monumenti, siti archeologici/paesaggistici	8,7 %	345	240
Promozione e arricchimento raccolte d'arte	6,0 %	1180	166
Gestione di biblioteche, centri di documentazione e/o archivi	13,0 %	337.440	357
Realizzazione di corsi tematici e/o laboratori	16,2 %	11.162	447
Realizzazione di visite guidate	10,8 %	40.357	297
Scambi culturali e/o gemellaggi	4,9 %	979	135
Realizzazione di spettacoli teatrali, musicali, cinematografici	15,7 %	18.324	433
Gestione di cineteche e discoteche	0,7 %	65.760	19
Gestione di teatri e orchestre	2,1 %	268	57
Organizzazione di mostre/esposizioni	13,0 %	1335	356
<b>Totale</b>	<b>100 %</b>		<b>2.751</b>

**Tabella 5. Attività in ambito artistico-culturale svolte dalle Fac (quantificazione attività, 2005)**

Attività artistico-culturali svolte dalle Fac*	%	N. interventi	%
Restauro e conservazione dei beni artistici e architettonici	10,1 %	1151	185
Gestione di musei, monumenti, siti archeologici/paesaggistici	11,5 %	307	211
Promozione e arricchimento raccolte d'arte	7,8 %	1111	143
Gestione di biblioteche, centri di documentazione e/o archivi	13,5 %	291.214	246
Realizzazione di corsi tematici e/o laboratori	12,8 %	7714	234
Realizzazione di visite guidate	12,5 %	35.812	228
Scambi culturali e/o gemellaggi	4,8 %	789	88
Realizzazione di spettacoli teatrali, musicali, cinematografici	10,6 %	7819	194
Gestione di cineteche e discoteche	0,9 %	61.200	17
Gestione di teatri e orchestre	0,9 %	30	17
Organizzazione di mostre/esposizioni	14,5 %	1105	266
<b>Totale</b>	<b>100 %</b>		<b>1.828</b>

\* Attività dichiarate

**Tabella 7. Numero di enti e numero di accordi scritti stipulati per tipologia di ente da parte di Fac**

	N. fondazioni	N. accordi	%*	% Accordi	Accordi/Fondazioni
Associazione	51	102	7,7%	4,2%	2,0
Altra fondazione	47	115	7,1%	4,7%	2,4
Cooperativa sociale	15	18	2,3%	0,8%	1,2
Altra istituzione nonprofit	35	78	5,3%	3,2%	2,2
Istituzione/comunità religiosa	12	22	1,8%	0,9%	1,8
Impresa privata	46	851	7,0%	35,1%	18,3
Ministero	33	43	4,9%	1,8%	1,3
Altra amministrazione pubblica centrale	15	24	2,2%	1,0%	1,6
Regione	52	93	7,8%	3,8%	1,8
Provincia	48	51	7,3%	2,1%	1,0
Comune	104	755	15,6%	31,2%	7,2
Università pubblica	78	235	11,6%	9,7%	3,0
Azienda sanitaria locale	6	10	0,8%	0,4%	1,8
Altra amministrazione pubblica locale	19	24	2,9%	1,0%	1,2
<b>Totale</b>	<b>563</b>	<b>2.421</b>	<b>84,4%</b>	<b>100%</b>	<b>4,3</b>

\* Percentuali calcolate sul totale delle fondazioni artistico-culturali rilevate (667)

**Tabella 8. Soggetti responsabili della nomina dei membri del CdA**

	VA	%*
Fondatore/i e familiari	190	28,4%
Organo/i previsti dallo statuto	228	34,2%
Istituzione nonprofit (comprese università private)	24	3,6%
Istituzione/comunità religiosa	35	5,3%
Impresa privata (compresi istituti bancari)	35	5,3%
Ministero	33	4,9%
Altra amministrazione pubblica centrale	7	1,1%
Regione	52	7,8%
Provincia	60	9,0%
Comune	142	21,3%
Università pubblica	28	4,2%
Altra amministrazione pubblica locale	25	3,8%
<b>Totale</b>	<b>860</b>	

\* Il totale supera il 100% perché erano possibili risposte multiple

**Tabella 10. Principali categorie di finanziatori delle Fac**

	VA	%
Persone fisiche	108	16,3%
Istituzioni nonprofit	65	9,8%
Amministrazioni pubbliche centrali	50	7,4%
Amministrazioni pubbliche locali	178	26,7%
Imprese private	61	9,2%
Altro	204	30,5%
Autofinanziamento	10	1,5%
Redditi patrimoniali	114	17,1%
Ricavi da vendite	80	12,0%
<b>Totale</b>	<b>666</b>	<b>100%</b>

**Tabella 9. Principali categorie di stakeholder che contribuiscono alla definizione degli obiettivi delle Fac**

	VA	%*
<b>Stakeholder interni 936</b>		
Fondatore/i e familiari	299	44,8%
Organo/i previsti dallo statuto	495	74,2%
Dipendenti e volontari della fondazione	142	21,4%
<b>Stakeholder esterni 724</b>		
Amministrazione pubblica centrale	62	9,3%
Regione	131	19,7%
Provincia	117	17,6%
Comune	183	27,4%
Altra amministrazione pubblica locale	34	5,1%
Imprese private (compresi ist. bancari)	78	11,7%
Istituzione nonprofit (a)	34	5,1%
Cittadini (b)	61	9,1%
Altri stakeholder (c)	23	3,4%
<b>Totale</b>	<b>1.660</b>	

(a) Inclusi sindacati, partiti politici, comunità religiose.  
(b) Anche organizzati in gruppi di pressione.  
(c) Es: organizzazioni internazionali, mass media.

\* Il totale supera il 100% perché erano possibili risposte multiple

**Tabella 12. Fondazioni artistico-culturali che hanno utilizzato sistemi di gestione della qualità servizi**

	Fac	%
Non li hanno utilizzati	590	88,5%
Li hanno utilizzati	77	11,5%
<b>Totale</b>	<b>667</b>	<b>100%</b>

Sistemi di gestione della qualità servizi utilizzati	VA	%
Sistemi di certificazione	16	13,1%
Raccolta di suggerimenti o reclami	53	42,7%
Indagini di soddisfazione dell'utenza	51	41,4%
Altro	3	2,8%
<b>Totale</b>	<b>123</b>	<b>100%</b>

**Tabella 11. Modalità gestionali del fundraising e del patrimonio**

	VA	%*
<b>Attività di fundraising</b>		
Sì, ricorrendo a competenze e/o strutture interne	230	34,5%
Sì, tramite intermediari specializzati esterni	5	0,8%
Sì, ricorrendo a competenze e/o strutture sia interne sia esterne	39	5,9%
No	392	58,8%
<b>Totale</b>	<b>667</b>	<b>100%</b>
<b>Modalità di fundraising</b>		
Contatto diretto	205	41,3%
Mezzi di comunicazione di massa	21	4,2%
Internet	22	4,4%
Organizzazione di eventi e/o manifestazioni pubbliche	89	18,0%
Vendita di beni e/o prodotti	103	20,8%
Partecipazione a bandi	41	8,3%
Altro	16	3,1%
<b>Totale</b>	<b>498</b>	<b>100%</b>
<b>Modalità gestionali del patrimonio</b>		
Gestione diretta, anche attraverso strutture dedicate	562	84,3%
Gestione indiretta, attraverso l'affidamento di mandati di gestione ad intermediari specializzati	37	5,6%
Gestione mista	68	10,1%
<b>Totale</b>	<b>667</b>	<b>100%</b>

**Tabella 13. Strumenti di comunicazione utilizzati**

	VA	%*
Guide ai servizi	86	12,8%
Carta dei servizi	16	2,4%
Newsletter periodica	124	18,6%
Sito internet	431	64,7%
Comunicati	346	51,9%
Brochure	371	55,6%
Publicità	251	37,6%
Bilancio di missione/ bilancio sociale	24	3,6%
Altro	42	6,3%
Nessuno	97	14,5%
<b>Totale</b>	<b>1787</b>	

\* Il totale supera il 100% perché erano possibili risposte multiple

**I RAPPORTI ANNUALI**

**Istruzioni per esserci**

Comunicare la vostra attività alla redazione dei Rapporti Annuali indirizzando a:  
**Redazione dei Rapporti Annuali**  
 via Mancini 8, 10131 Torino.  
 E-mail: [economia.arte@allemandi.com](mailto:economia.arte@allemandi.com)  
 Telefono: 011/8199150-107  
 Fax: 011/8193090  
 Per la visualizzazione e la valorizzazione pubblicitaria: tel. 011/8199118  
 oppure via e-mail: [gda.pub@allemandi.com](mailto:gda.pub@allemandi.com)



# Le Fondazioni civili

## Le categorie

Le fondazioni civili sono state inserite in sei macro-tipologie in base all'attività primaria svolta. Per alcune fondazioni vengono inoltre indicate una o più categorie secondarie (/ + lettera)

**A Fondazioni museali con finalità conservative ed espositive**

**B Fondazioni per la gestione e valorizzazione di biblioteche, archivi e centri documentazione**

**C Fondazioni per la tutela e valorizzazione di siti monumentali e paesaggistici**

**D Fondazione per l'organizzazione di borse di ricerca, corsi di formazione o stage di specializzazione e scambi in ambito artistico e culturale**

**E Fondazioni per la promozione-coordinamento di sistemi e progetti museali e circuiti culturali**

**F Fondazioni per l'organizzazione di rassegne, festival e manifestazioni di natura artistico-culturale non esclusivamente riservate alle visual arts**

## Che cos'è una fondazione?

La fondazione è un istituto giuridico dalle origini remote la cui disciplina fondamentale è contenuta nel codice civile (titolo II del libro primo). È una persona giuridica, ossia un soggetto di diritto con responsabilità patrimoniale propria, che si connota per l'elemento patrimoniale, in ciò distinguendosi dall'associazione, persona giuridica con disciplina in parte comune a quella della fondazione, caratterizzata invece dall'elemento personale.

La fondazione è definita dalla dottrina tradizionale come patrimonio destinato al perseguimento di uno scopo, indicato nell'atto costitutivo e immodificabile. Tale scopo deve essere lecito, non generico, mentre è dibattuto se esso debba essere di pubblica utilità, essendo anche ammesso da parte della dottrina il perseguimento di una utilità privata. Essenza della fondazione, come del resto dell'associazione, è il divieto di distribuzione degli utili, elemento che distingue questi enti, non lucrativi, dagli enti lucrativi e che va inteso non come divieto di realizzare utili, bensì come destinazione degli eventuali utili alle finalità istituzionali dell'ente. Il patrimonio deve essere adeguato al perseguimento dello scopo. Scopo e patrimonio sono definiti elementi costitutivi della fondazione.

Presupposti per la nascita della fondazione sono l'atto costitutivo e il riconoscimento. La costituzione della fondazione può avvenire per atto tra vivi nella forma dell'atto pubblico ovvero mortis causa per testamento. La personalità giuridica è attribuita dal riconoscimento concesso dall'autorità amministrativa statale (prefettura) o regionale, a seconda dell'ambito di operatività della fondazione. Il procedimento di riconoscimento è disciplinato dal d.p.r. n. 361/2000 (per il riconoscimento statale) e da apposite norme regionali (per il riconoscimento regionale); gli enti riconosciuti sono iscritti in appositi registri istituiti presso le prefetture e presso le regioni. Prima del riconoscimento la fondazione è, per l'orientamento maggioritario, inesistente. La fondazione è amministrata dagli organi previsti dall'atto costitutivo e dallo statuto, atto che integra l'atto costitutivo. La fondazione è sottoposta a controllo dell'autorità prefettizia o regionale, a seconda dell'ambito di operatività. A questa autorità spetta, altresì, accertare l'estinzione della fondazione, quando lo scopo è stato raggiunto, o è divenuto impossibile, e nei casi previsti da atto costitutivo e statuto. L'estinzione apre la fase della liquidazione, terminata la quale i beni residui vengono devoluti secondo le previsioni di atto costitutivo o statuto o, in assenza di previsioni, attribuiti dall'autorità amministrativa a enti aventi fini analoghi. L'autorità amministrativa, su proposta degli organi della fondazione, può altresì trasformare la fondazione in società di capitali; parallelamente, una società di capitali può essere trasformata in fondazione con provvedimento dell'assemblea.

Le disposizioni del codice sono scarse e hanno consentito un adattamento, nella prassi statutaria, alle esigenze di una realtà nel tempo mutata, che ha determinato un'evoluzione dell'istituto rispetto ai caratteri originari.

Nel periodo più recente (ossia all'incirca negli ultimi vent'anni) si è assistito a un vistoso aumento numerico delle fondazioni. Il fenomeno si ricollega all'espansione del settore non profit e alla creazione di fondazioni da parte del legislatore. L'espansione del settore non profit, riconducibile alla crisi del welfare state, nonché all'impegno della società civile verso settori di utilità sociale, è stata incentivata dall'emanazione di provvedimenti legislativi riferiti a specifici settori di attività, che hanno attribuito a enti non lucrativi, tra i quali le fondazioni, in presenza di requisiti determinati, agevolazioni tributarie e contribuzioni del settore pubblico. Sono state inoltre introdotte forme di sostegno indiretto alle fondazioni, mediante agevolazioni tributarie ai soggetti che effettuano erogazioni. Il regime tributario della fondazione, quale ente non commerciale, risulta comunque di maggior favore rispetto a quello degli enti commerciali; anche questo aspetto ha condotto, in un'epoca caratterizzata dalla neutralizzazione delle forme giuridiche, a un aumentato ricorso a questo istituto. Di grande rilevanza è stata la creazione di fondazioni da parte del legislatore, sia con la trasformazione in fondazione di enti pubblici, sia con la costituzione di fondazioni ex novo, ciò che entra nell'ampio fenomeno della privatizzazione. Esempi del primo caso sono le fondazioni musicali, nate dalla trasformazione degli enti lirici, numerosi altri enti del settore culturale, nonché le IPAB; esempio del secondo caso sono le fondazioni di origine bancaria. Tutte le fondazioni create con legge sono disciplinate dalla legislazione speciale che ha in parte recepito l'evoluzione della fondazione e della sua disciplina che le scarse disposizioni del codice hanno consentito di introdurre in atti costitutivi e statuti; per altri versi il legislatore ha dettato norme specifiche per i singoli tipi di fondazione, in parte anche mantenendo aspetti pubblicistici che caratterizzavano gli enti preesistenti. L'attuale panorama è dunque caratterizzato da fattispecie di fondazioni assai diverse. In particolare, le fondazioni di origine bancaria, soggetti non profit fortemente patrimonializzati, rappresentano una nuova fisionomia dell'istituto. Inoltre, la privatizzazione di ampi settori pubblici continua a mostrare il ricorso alla fondazione per finalità non sempre rispondenti ai caratteri propri dell'istituto. Il panorama delle fondazioni è, dunque, variegato e complesso. □ Chiara Prele

## Categoria A

È sicuramente la macro-tipologia più diffusa e articolata di fondazioni tra cui è possibile riscontrare fondazioni scaturite da collezioni di privati, da artisti o nate appunto per dar vita a collezioni da costituire ex novo, le case museo. Oltre alle ovvie finalità di conservazione, queste fondazioni si propongono di estendere la fruizione pubblica di beni culturali, promuovendo la cultura e l'arte nelle sue varie forme ed espressioni. Nei casi di fondazioni istituite da e/o dedicate a singoli artisti o specifici movimenti artistici, si possono aggiungere finalità di tutela e certificazione dell'originalità delle opere. Fondazioni di questo tipo, oltre a collezioni e mostre permanenti, possono ospitare e/o promuovere attività espositive temporanee e itineranti.

Ado Furlan	Spilimbergo (PN)	p. 20
Ambrosetti Arte Contemporanea	Palazzolo sull'Oglio (BS)	p. 20
Antonio e Carmela Calderara	Vaccinago di Ameno (NO)	p. 20
Antonio Mazzotta	Milano	p. 21
Antonio Ratti	Como	/D p. 21
Arnaldo Pomodoro	Milano	/B p. 21
Bagatti Valsecchi ONLUS	Milano	p. 21
Bandera per l'Arte	Busto Arsizio (VA)	p. 21
Bano ONLUS	Padova	p. 21
Biblioteca Morcelli		
Pinacoteca Repposi di Chiari	Chiari (BS)	/B p. 21
Boschi Di Stefano	Milano	p. 21
Carlo Levi	Roma	p. 22
Costantino Nivola	Orani (NU)	/D p. 22
Culturale Mandralisca	Cefalù (PA)	p. 22
D'Arco	Mantova	p. 22
Fondazione d'Ars Oscar Signorini ONLUS	Milano	/E p. 22
Daive Lajolo	Milano	p. 22
Domus per l'Arte Moderna e Contemporanea	Verona	p. 22
Emilio Carlo Mangini	Milano	p. 22
Fantoni	Rovetta (BG)	p. 22
Fondation Joseph Gerbore	Saint Nicolas (AO)	p. 23
Francesco Pellin	Varese	/B/D p. 23
Genti d'Abruzzo ONLUS	Pescara	p. 23
Giorgio e Isa de Chirico	Roma	p. 23
Guastalla	Milano	p. 23
Guido ed Ettore De Fornaris	Torino	p. 23
Istit. di Belle Arti e Museo Leone	Vercelli	/B p. 23
Istituto per lo studio del vetro e dell'arte vetraria - I.S.V.A.V.	Altare (SV)	p. 23
La Quadriennale di Roma	Roma	p. 24
Logudoro Meilogu		
Museo d'Arte Contempor. FLM	Banari (SS)	p. 24
Luciano e Agnese Sorlini	Carzago di Calvag. (BS)	p. 24
Lungarotti ONLUS	Torgiano (PG)	/E p. 24
Magnani Rocca	Mamiano di Travers. (PR)	p. 25
Marco Montalbano	Viagrande (CT)	/D p. 25
Maria Adriana Prolo		
Museo Nazionale del Cinema	Torino	/B/F p. 25
Marini S. Pancrazio		
Museo Marino Marini	Firenze	p. 25
Memmo	Roma	p. 25
Merz	Torino	/B p. 25
Miniscalchi-Erizzo	Verona	p. 25
Museo Carnico delle Arti e Tradiz. Popol. «Luigi e Michele Gortani»	Tolmezzo (UD)	/E p. 26
Museo del Territorio Biellese	Biella	p. 26
Museo della Ceramica «Vecchia Mondovì» - ONLUS	Mondovì Piazza (CN)	p. 26
Museo delle antichità egizie di Torino	Torino	/B p. 26
Museo delle Arti e Tradizioni Contadine (Mu.T.A.C.) ONLUS	Picciano (PE)	p. 26
Museo dell'Occhiale ONLUS	Pieve di Cadore (BL)	p. 26
Museo Francesco Borgogna	Vercelli	p. 26
Museo Glaucio Lombardi	Parma	/B p. 26
Museo Luciana Matalon	Milano	/D p. 27
Museo Poldi Pezzoli	Milano	p. 27
Palazzo Albizzini «Collezione Burri»	Città di Castello (PG)	p. 27
Palazzo Bricherasio	Torino	p. 27
Paolo Gerolamo Franzoni ONLUS	Genova	/B p. 27
Pietro Accorsi	Torino	/D p. 27
Pinac. Giovanni e Marella Agnelli	Torino	/D p. 27
Pio Semeghini ONLUS	Verona	/B p. 28
Querini Stampalia ONLUS	Venezia	/B p. 28
Sandretto Re Rebaudengo	Torino	/E p. 28
Sergio Vacchi	Monteroni D'Arbia (SI)	/F p. 28
Solomon R. Guggenheim		
Collezione Peggy Guggenheim	Venezia	/E p. 28
Southeritage per l'Arte Contempor.	Matera	p. 28
Stelline	Milano	/E p. 29
Stibbert ONLUS	Firenze	p. 29
The William G. Congdon Foundat.	Buccinasco (MI)	p. 29
Tito Balestra ONLUS	Longiano (FC)	/D p. 29
Venanzo Crocetti	Roma	p. 29
Zappettini per l'Arte Contempor.	Chiavari (GE)	p. 29



Da 27 settembre al 25 novembre 2007 la Fondazione Stelline ha ospitato, per la prima volta in Italia, una monografia dedicata a Tony Cragg dal titolo «Material Thoughts», composta da una ventina di sculture realizzate tra il 1993 ed il 2007 e da una ventina tra schizzi e acquarelli disegnati tra il 2005 e il 2007. Nella foto, «I'm alive», 2003, di Tony Cragg

### Fondazione Ado Furlan

Piazza Castello, 5, 33097 Spilimbergo (PN) □ Sedi espositive: Via Mazzini 49, 33170 Pordenone; Piazza Duomo 9, 33097 Spilimbergo (PN); Via Abate Geroldo 2, 33044 Rosazzo (Manzano/UD) □ Tel. 08 208 □ Fax 08 208 □ Patrimonio netto al 31.12.2007: 661.458 € □ Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007: 15.000 € □ Fonte di finanziamento: Reddito patrimoniale □ Presidente: Italo Furlan

La Fondazione Ado Furlan ha cominciato a operare nel 1992 con lo scopo di promuovere la conoscenza dell'opera dello scultore Ado Furlan (Pordenone 1905 - Udine 1971), della scultura (antica, moderna, contemporanea) e delle arti visive in genere. Dalla sua istituzione a oggi ha organizzato, nelle sedi di Spilimbergo, Pordenone e Rosazzo, numerose mostre dedicate alle maggiori espressioni della scultura italiana e straniera contemporanea. Fra le iniziative del 2007, finalizzate alla valorizzazione di giovani artisti italiani e stranieri, vanno ricordate: «Close distance», organizzata a Lestans, Villa Savorgnan, nell'ambito delle manifestazioni estive del CRAF (Centro Ricerca e Archiviazione della Fotografia), e H appy day Oh (Opere di Roberta Iachini), organizzata nella sede di Pordenone. È proseguito, inoltre, il riordino dell'archivio dello scultore Ado Furlan, conservato nel castello di Spilimbergo, con la predisposizione dei materiali per la pubblicazione del quarto volume dell'epistolario (Corrispondenze a Nord Est. Lettere di artisti a Ado Furlan 1930-1956, a cura di C. Furlan), che sarà presentato in occasione della manifestazione pordenonelegge.it (edizione 2008). Inoltre si è avviato il restauro di due opere di Luigi De Paoli, uno dei maggiori scultori friulani, attivo tra Otto e Novecento e provveduto al riallestimento degli spazi espositivi di Casa Furlan a Pordenone (su progetto dell'architetto Ado Furlan).

□ Consiglio di Amministrazione: Italo Furlan, Giulia Cauzo, Caterina Furlan, Marco Scaini

### Fondazione Ambrosetti Arte Contemporanea

Palazzo Panella - Via Matteotti, 53, 25036 Palazzolo sull'Oglio (BS) □ Tel. 08 88 □ Fax 08 88 □ www.fondazioneambrosetti.it □ info@fondazioneambrosetti.it □ Patrimonio netto al 31.12.2007: fino a 800.000 euro □ Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007: da 200.001 a 1 mln di euro □ Fonte di finanziamento: Contributi privati □ Presidente: Franco Ambrosetti □ Vice Presidente: Eugenio Volpi □ Referente: Elena Caratti Ambrosetti

La Fondazione, costituita nel 1993, ha come scopo istituzionale la conoscenza e la diffusione dell'arte moderna e contemporanea. A partire dal 1995 ha organizzato mostre dedicate ad Adami, Appel, Mirò, Chagall, Fontana, Christo e Jeanne-Claude. Dopo queste prime manifestazioni l'attività espositiva della Fondazione ha subito un rallentamento: in seguito a una riflessione sul rapporto tra un'arte sempre meno figurativa e giocata sulla soggettività e un pubblico gradualmente più perplesso, si è deciso di intensificare, in collaborazione con Skira, l'attività editoriale, fino ad allora limitata ai soli cataloghi delle mostre e meno alla ricerca. Il cammino di ricerca della Fondazione, ente accreditato dal Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca per la formazione docenti, include corsi riservati agli insegnanti e percorsi interattivi destinati ai bambini per un approccio divertente all'arte. Si sono parallelamente organizzati anche cicli di incontri, secondo un itinerario che dagli anni Cinquanta arriva alla commissione dell'arte con altri linguaggi a lei prossimi quali architettura, design, teatro, video e musica: sono stati così invitati gli artisti e i critici protagonisti e interpreti dei movimenti (per citarne alcuni, Adami, Rotella, Bonito Oliva, Cucchi, Pistoletto, Luigi Ontani e Enrico Crispolti). Nel 2003 è ripresa l'attività espositiva, proseguita nel 2007 con la mostra di Lidia Sanvito «Calma apparente», a cura di Paolo Campigoglio. Davide Benelli, Francesco Bocchini, Enrica Borghi, Dafne Boggeri, Flavio Favelli, Michael Filiri, Marcello Maloberti, Albano Morandi, Perino & Vele, Laura Renna, Tom Sachs in «Object's metamorphosis», esposizione inaugurata nel 2008, riflettono sull'ambiguo rapporto con lo scarto, dando vita a opere in cui l'origine dei materiali è trasformata in una nuova composizione.

□ Consiglio di Amministrazione: Franco Ambrosetti, Eugenio Volpi, Bruno Ambrosetti, Sergio Ambrosetti, Franco Briolini

### Fondazione Antonio e Carmela Calderara

Via Bardelli, 9, 20121 Vaccinago di Ameno (NO) □ Uffici: c/o Giuseppe Alemanni, Corso Venezia 5 2021 Milano □ Tel. 02 83001 □ Fax 02 80908 □ www.fondazionecalderara.it □ galemani@curtis.com □ Patrimonio netto al 31.12.2007: da 800.000 a 8.000.000 euro □ Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007: da 8.000 a 8.000 euro □ Fonte di finanziamento: Contributi privati □ Presidente: Giuseppe Alemanni

La Fondazione Calderara è stata costituita il 10 gennaio 1979 in esecuzione delle volontà del pittore Antonio Calderara, il quale ha disposto un legato di beni mobili e immobili a favore di una costituenda Fondazione. Lo scopo della Fondazione, sempre avuto di mira dal Fondatore, è di mantenere l'unità e la specifica destinazione culturale dei beni legati, costituiti essenzialmente dalla raccolta di opere d'arte intitolata «La storia di Antonio Calderara ed una scelta di artisti contemporanei suoi amici», da lui ordinata nell'immobile seicentesco, anch'esso donato dalla costituenda Fondazione. La Collezione Calderara si compone di 327 opere di pittura e scultura contemporanea, di cui 56 di Calderara stesso e 271 di 133 artisti europei ed extraeuropei. La raccolta offre, pertanto, un'ampia documentazione delle Avanguardie internazionali degli anni Cinquanta e Sessanta, con particolare attenzione per l'astrattismo geometrico, l'arte cinetica, l'op art e la poesia visiva. Sono rappresentati anche alcuni aspetti delle avanguardie storiche. L'arte di Calderara è illustrata con un gruppo di opere fra le migliori del periodo figurativo (1915-1959) e con una selezione esemplare della successiva fase astratto-concreta. Nel 2007 sono stati organizzati: le mostre «Verifica in Collezione/10» a cura di Luciano Caramel e «Iginio Balderi. In memoria ed in presenza», nonché il concerto «Poesia chiama musica», lettura di poesie inedite intercalate da intermezzi musicali in prima esecuzione assoluta. Inoltre, il Museo del Paesaggio di Verbania-Pallanza, con il patrocinio della Regione Piemonte, con il contributo della Banca Popolare di Intra e di Project Automation e con la collaborazione della Fondazione Calderara e della Galleria Milano, ha organizzato nella sede museale del Palazzo Biumi-Innocenti, per il periodo dal 10 novembre 2007 e sino a domenica 10 febbraio 2008, la mostra con il titolo «Antonio Calderara. L'opera astratta». La mostra, curata da Marco Rosci e da Fabrizio Parachini, ha inteso analizzare e ricostruire il cammino compiuto da Antonio Calderara nell'astrattismo, raccogliendo la stima dei maggiori artisti e l'approvazione della critica con rapporti e implicazioni di respiro internazionale. La Fondazione Calderara ha contribuito alla mostra con 31 opere provenienti dalla propria collezione e da collezioni private.

### Fondazione Antonio Mazzotta

Foro Buonaparte, 50, 20121 Milano (MI) □ Tel. 02 87 88 □ Fax 02 888 □ www.mazzotta.it □ informazioni@mazzotta.it □ Patrimonio netto al 31.12.2007: fino a 100.000 euro □ Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007 da 200.001 a 1 mln di euro □ Fonte di finanziamento: Vendita di prodotti e servizi □ Presidente: Gabriele Mazzotta □ Referente: Stefano Sbarbano

La Fondazione Antonio Mazzotta di Milano (FAM) è un'istituzione privata riconosciuta di pubblico interesse che ha lo scopo di promuovere la conoscenza delle arti attraverso esposizioni temporanee, convegni, concerti e manifestazioni culturali. L'autonomia e i rapporti privilegiati con le istituzioni la rendono paragonabile alla struttura delle fondazioni di matrice anglo-americana. La FAM dispone di una propria collezione improntata su pittura, disegno, grafica e arti applicate, che espone e valorizza in mostre itineranti. Essa organizza inoltre mostre e iniziative culturali in collaborazione con prestigiosi musei di tutto il mondo, istituzioni culturali, case editrici, gallerie e collezionisti privati. La FAM fu creata nel 1988 da Gabriele Mazzotta, a più di vent'anni dalla nascita dell'omonima casa editrice, e rappresenta un omaggio alla memoria del padre Antonio, economista e raffinato collezionista. Il connubio che la lega alle Edizioni Gabriele Mazzotta contribuisce a delineare l'unicità di quest'istituzione, nella quale sono impegnati gli altri membri della famiglia Mazzotta, Bianca e Martina, e uno staff di collaboratori presenti da anni. Per la realizzazione dei propri programmi in Italia, la FAM si avvale di contributi di enti locali quali il Consiglio Regionale della Lombardia, la Provincia e il Comune di Milano, nonché di sponsor privati. Dal 1994 la FAM possiede una propria sede espositiva in un palazzo ottocentesco nel centro di Milano, risultato della riqualificazione di un edificio tessile in spazio museale. Numerosi i riconoscimenti ottenuti dalla sede, primo tra tutti quello della Commissione dell'«European Museum of the Year Award» (istituzione del Consiglio d'Europa, nel 1995) per «la qualità eccezionale della sede espositiva», come pure per «il successo negli sforzi impiegati a rafforzare la cooperazione internazionale nel campo museale». In 13 anni la sede di FAM ha ospitato circa 2 milioni e mezzo di visitatori e può contare su oltre 30.000 fidelizzati, nonché di una sezione didattica interna che ha svolto un'attività pionieristica in questo ambito in Italia. Nel corso degli anni sono giunti numerosi altri premi e riconoscimenti, tra cui le Medaglie d'Oro di Benemerita Civica del Comune di Milano (1998 e 2005); a Gabriele Mazzotta: il «Primo Premio per la Satira Pino Zac» (2003), il Cavaliere e le Croci al Merito per le Scienze e le Arti da parte dei Presidenti della Repubblica di Francia, Germania e Austria (1999, 2003, 2005). Dal 1988, la FAM ha realizzato 140 mostre, sia nella propria sede sia in sedi esterne. Per giugno 2008, la FAM parteciperà alla Biennale Internazionale di Santa Fe, nel Nuovo Messico, presentando un'installazione del gruppo di artisti milanesi di Studio Azzurro. Per l'autunno 2008, il ritorno a Palazzo Reale con una grande mostra dedicata al mondo dei Samurai, con una serie di iniziative collaterali dedicate al Giappone che spazieranno dalle arti marziali, al cinema, ai cartoni animati. Nel 2007 si è costituito l'Es Emble Fondazione Mazzotta, diretto dal Maestro Antonio Ballista, che nel settembre 2008 dirigerà uno spettacolo tra arte e musica per bambini, ideato e coordinato da FAM per MiTo.

### Fondazione Antonio Ratti

Lungo Lario Trento, 9, 22100 Como (CO) □ Tel. 03 23 □ Fax 03 238 □ www.fondazioneratti.org □ info@fondazioneratti.org □ Patrimonio netto al 31.12.2007: da 2 mln a 10 mln di euro □ Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007 da 200.001 a 1 mln di euro □ Fonte di finanziamento: Reddito patrimoniale □ Presidente: Annie Ratti □ Vice Presidente: Luigi Caccia Dominioni □ Referente: Teresa Saibene □ Referente: Anna Darneri □ Referente: Francina Chiara

La Fondazione Antonio Ratti (FAR) nasce nel 1985 per desiderio di Antonio Ratti con il fine statutario di promuovere «iniziative, ricerche e studi di interesse artistico, culturale e tecnologico nel campo della produzione tessile e dell'arte contemporanea». La Fondazione, anche in collaborazione con altre istituzioni, lavora per approfondire la storia e la cultura del passato, per indagare le tendenze attuali della cultura nazionale e internazionale, per osservare i cambiamenti nel costume e nell'arte. Nel 1995 la FAR ha contribuito alla creazione dell'Antonio Ratti Textile Center al Metropolitan Museum of Art di New York, uno spazio di 2300 mq dove sono state raccolte e catalogate tutte le collezioni tessili del Museo americano. Tra le attività principali della Fondazione Antonio Ratti rientra in primo luogo il Museo Studio del Tessuto/MuST, inaugurato nel 1998, e nato al fine di rendere pubblica e fruibile la collezione di tessuti antichi raccolta da Antonio Ratti nel corso di un quarantennio, che conta circa 3500 esemplari singoli e più di 2300 libri campionario. La seconda importante attività della FAR è il Corso Superiore di Arti Visive, ideato e diretto da Annie Ratti e concepito come un laboratorio di sperimentazione artistica e teorica, e condotto da artisti di rilevanza internazionale, che propongono un tema per il corso e realizzano un progetto espositivo a Como. Collegata all'esperienza del workshop è inoltre una mostra dei lavori dei giovani artisti partecipanti, che si tiene a Milano nei mesi successivi al corso. Le attività del corso vengono documentate da due pubblicazioni, un libro dedicato al Visiting Professor, e una rivista ideata durante il corso. Visiting Professor nel 2007 è stata Joan Jonas. La Fondazione organizza poi il Forum Internazionale per le Arti Visive, manifestazione a cadenza biennale che riunisce per un confronto aperto al pubblico artisti, intellettuali e addetti del settore della cultura e delle arti contemporanee. Si ricordano poi le Ratti Lectures, cicli di conferenze di interesse generale, con relatori di fama internazionale aperte al pubblico. Ogni anno a febbraio, inoltre, la FAR organizza con il Comune di Roma un seminario con 25 intellettuali dei paesi dell'Unione Europea intitolato TransEuropaexpress. Infine, dal 2007, la FAR insieme alla Provincia di Milano e alla Rappresentanza a Milano della Commissione europea

promuove il Corso Europeo per Curatori di Arte Contemporanea (CECAC), che offre la possibilità a giovani curatori europei di lavorare a fianco di un Visiting Professor.

□ Consiglio di Amministrazione: Annie Ratti, Luigi Caccia Dominioni, Daria Caccia Dominioni, Paolo De Santis, Agostino Guardamagna, Candido Manzoni, Giorgio Ratti, Oreste Severgnini, Monica Sgarbi, Mario Fortunato, Margherita Rosina

### Fondazione Arnaldo Pomodoro

Via Solari, 35, 20144 Milano (MI) □ Tel. 02 8094 95 □ Fax 02 8096 □ www.fondazionearnaldopomodoro.it □ info@fondazionearnaldopomodoro.it □ Fonte di finanziamento: Contributi privati □ Presidente: Arnaldo Pomodoro □ Segretario Generale: Teresa Pomodoro □ Referente: Carlotta Montebello

La Fondazione è stata istituita nel 1995 per volontà di Arnaldo Pomodoro. Nel 1997 ha ottenuto il riconoscimento giuridico dal Ministero dei Beni Culturali. Attiva a Rozzano (MI) tra il 1999 e il 2004, nel settembre 2005 la Fondazione ha inaugurato una nuova sede a Milano situata nel complesso delle ex officine Riva & Calzoni, ristrutturata dallo Studio Cerri & Associati, Pierluigi Cerri e Alessandro Colombo architetti. Il progetto ha vinto il Premio ANCE-IN/ARCH 2006 per la «Migliore opera di ristrutturazione edilizia realizzata». Oltre a esporre periodicamente una selezione di opere di Arnaldo Pomodoro, la Fondazione organizza mostre dedicate in particolare alla scultura contemporanea e all'arte dal secondo dopoguerra a oggi. Nel marzo 2007 si è conclusa la mostra «Jannis Kounellis. Atto unico», a cura di Bruno Corà. Nell'ambito di tale mostra, inaugurata nel settembre 2006, la Fondazione ha prodotto un documentario curato da Ermanno Olmi. In seguito vi è stata l'esposizione «Doppio sogno. 2RC tra artista e artefice», a cura di Achille Bonito Oliva. La mostra Fondazione Arnaldo Pomodoro. La Collezione permanente ha presentato per la prima volta al pubblico la collezione della Fondazione. La Fondazione ha istituito fin dalla sua nascita il Premio Fondazione Arnaldo Pomodoro - Concorso Internazionale per Giovani Scultori. Il premio, a cadenza biennale, seleziona 25 finalisti le cui opere vengono esposte in una mostra. Dall'aprile 2007, è stata inaugurata la sezione didattica interamente gestita dalla Fondazione con proposte di visite guidate, laboratori e workshop. Nell'idea di concepire la Fondazione Arnaldo Pomodoro come officina delle arti, si propongono incontri con artisti e personaggi della cultura milanese e non, workshop di tecniche artistiche e visite guidate specifiche. I Giovedì alla Fondazione, a cura di Arnaldo Pomodoro, hanno compreso incontri con vari personaggi quali Veca, Wertmüller, Vecchioni e Morricone e proiezioni di film d'arte gentilmente offerti dalle Teche Rai. L'approzzamento del pubblico in generale, oltre a quello dei nostri soci, ci ha indotto a rinnovare anche per il 2008 questa attività collaterale. La biblioteca conserva oltre 3500 titoli, relativi principalmente all'arte contemporanea e in particolare alla scultura (cataloghi di mostre, monografie, periodici italiani e stranieri fra cui «Art in America», «Artnews», «Art International», «Studio International», «Artforum», «Art & Auction» e altri). Una vasta sezione è dedicata all'opera di Arnaldo Pomodoro. La biblioteca è in costante crescita grazie a doni, scambi e acquisizioni. Partner della Fondazione è UniCredit Group. Corporate members sono: Fondazione 3M, UniCredit Group, Helvetia Assicurazioni, Saporiti Italia e Urban Production. La Fondazione ha istituito un programma di membership che conta oggi 350 soci.

□ Consiglio di Amministrazione: Arnaldo Pomodoro, Paolo Guido Beduschi, Ermanno Casasco, Pier Luigi Cerri, Elisabetta Leonetti, Ivan Novelli, Antonio Pinna Berchet, Teresa Pomodoro, Livia Pomodoro, Alessandro Profumo, Pier Giuseppe Torrani, Aldo Nove, Arturo Carlo Quintavalle, Giorgio Verzotti, Angela Vettese

### Fondazione Bagatti Valsecchi ONLUS

Via Gesù, 5, 20121 Milano (MI) □ Tel. 02 8096 □ Fax 02 80 □ www.museobagattivalsecchi.org □ info@museobagattivalsecchi.org □ Patrimonio netto al 31.12.2007: 1.115.110 € □ Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007: 132.000 € □ Presidente: Pier Fausto Bagatti Valsecchi □ Vice Presidente: Marco Parini □ Referente: Luciana Villa

La Fondazione nasce nel 1974 con la donazione da parte della famiglia Bagatti Valsecchi delle raccolte d'arte custodite nell'omonimo palazzo oggi di proprietà della Regione Lombardia. Essa gestisce il Museo, inaugurato nel 1994, che conserva ed espone al pubblico le collezioni di dipinti quattro-cinquecenteschi e manufatti d'arte applicata raccolti nella seconda metà del XIX secolo dai nobili fratelli Fausto e Giuseppe Bagatti Valsecchi entro la loro dimora di gusto neo-rinascimentale. Sin dalla sua nascita, la Fondazione lavora alla valorizzazione dell'identità e alla tutela del complesso Bagatti Valsecchi al fine di favorire collaborazioni scientifiche e ricerche internazionali, la promozione e la diffusione del nome e delle attività del Museo Bagatti Valsecchi. Tra le attività scientifiche del Museo rientrano la preparazione di mostre volte a valorizzare il patrimonio della Fondazione, lo studio delle proprie collezioni e il restauro delle opere che necessitano di un intervento. Sul fronte della didattica la Fondazione è particolarmente impegnata in attività rivolte al pubblico più giovane, con special riguardo agli allievi della scuola dell'obbligo, ai quali riserva itinerari seguiti da laboratori didattici. La Fondazione promuove corsi e incontri di argomento storico-didattico, con particolare attenzione alla cultura del XIX secolo. Il 2007 vede il Museo Bagatti Valsecchi interessato da importanti interventi di ristrutturazione quali il rifacimento dell'impianto di riscaldamento, l'adeguamento degli impianti elettrico e telefonico, il restauro degli stucchi ammalorati. Per tutto l'anno la metà delle sale è pertanto rimasta chiusa al pubblico, con conseguente limitazione allo svolgimento della programmazione culturale della Fondazione, che ha potuto unicamente organizzare e realizzare un ciclo di conferenze sul tema «L'Uomo, l'arte, l'ambiente».

□ Consiglio di Amministrazione: Pier Fausto Bagatti Valsecchi, Marco Parini, Lucia Pini

### Fondazione Bandera per l'Arte

Via Andrea Costa, 29, 21052 Busto Arsizio (VA) □ Tel. 0331 322311 □ Fax 0331 634298 □ www.fondazionebandera.it □ info@fondazionebandera.it □ Patrimonio netto al 31.12.2007: fino a 100.000 euro □ Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007: da 50.001 a 200.000 euro □ Fonte di finanziamento: Contributi privati □ Presidente: Franco Bandera □ Vice Presidente: Piero Bandera □ Direttore: Paolo Zanzi □ Referente: Cristina Moregola

La Fondazione Bandera per l'Arte, ente costituito nel 1999 senza fini di lucro, ha tra i suoi scopi principali l'attuazione di iniziative di rilevante interesse artistico e culturale, la promozione e l'organizzazione di convegni, seminari, mostre ed esposizioni e, più in generale, la diffusione dell'interesse verso l'arte espressa in qualsiasi forma e a scopi di natura didattico-promozionale. È un polo culturale di primaria importanza e svolge una programmazione artistica di rilevanza nazionale, realizzando mostre dedicate ai maestri consacrati e ai nuovi protagonisti della scena artistica e presenta un programma multidisciplinare su più livelli poiché coinvolge anche il pubblico più giovane oltre a quello dei collezionisti tradizionali e degli appassionati d'arte. Tra le attività realizzate nel corso del 2007 si segnala, dal 24 marzo al 30 giugno, la mostra «Cartoons all'italiana» organizzata nell'ambito del B.A. Filmfestival, un evento che propone a un pubblico il più possibile eterogeneo una rappresentazione del panorama italiano del cinema d'animazione e che concentra nuovamente l'attenzione della città verso questo linguaggio. Le tavole, i pupazzi, le plastiline, le fotografie esposte lungo i 3500 metri di estensione della Fondazione Bandera hanno ripercorso quasi cento anni di lavoro. Attraverso dei monitor è stato possibile visionare dei film, non solo di cinema per l'infanzia, ma an-

che forme d'arte più complesse come le tavole astratte di Cioni Carpi, geniale autore italiano celebre per le sue collaborazioni con il National Film Board of Canada, le cui pellicole sono conservate al MOMA di New York. La mostra si è articolata in tre percorsi tematici: la prima parte comprendeva i film di animazione dalle origini fino ai maestri degli anni Settanta; la seconda era dedicata alla nuova generazione di autori; la terza illustrava il rapporto tra cinema di animazione e arti figurative, letteratura, musica e tecnologia. Sempre nell'ambito delle esposizioni, tra l'ottobre 2007 e il febbraio 2008 si sono svolte le personali degli artisti Giancarlo Gelsomino e di Pietro Boragina. La personale di Gelsomino, dal titolo «Le tue mani su di me» presenta una sessantina di opere tra dipinti e sculture, realizzate negli ultimi anni. Con questo nutrito numero di opere Giancarlo Gelsomino sottolinea la sua nota creatività espressiva, muovendosi all'interno di vari linguaggi contemporanei inseguendone una idealizzata sintesi. La mostra di Pietro Boragina, «Opere 2005-2007», è una silloge di una ventina di dipinti che sottolineano l'alto livello di ricerca espressiva raggiunta dall'artista, interessato alla fotografia e al cinema e fortemente attratto dal rapporto tra pittura, cinema e fotografia, il quale, già nel 2002, aveva esposto alla Fondazione Bandera per l'Arte un'ampia rassegna delle sue opere. Il 29 settembre 2007 la Fondazione ha infine organizzato l'evento «Arte e poesia», incontro con l'artista Silvia Venuti e la presentazione del libro *I giardini dell'anima*.

□ Consiglio di Amministrazione: Franco Bandera, Piero Bandera, Paolo Zanzi

### Fondazione Bno ON 8

Via San Francesco, 27, 35121 Padova (PD) □ Tel. 04 80 □ Fax 04 899 □ www.fondazionebano.it □ info@fondazionebano.it; info@palazzozabarella.it □ Patrimonio netto al 31.12.2007: da 100.000 a 500.000 euro □ Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007: oltre 1 mln di euro □ Fonte di finanziamento: Contributi privati □ Presidente: Federico Bano □ Referente: Jessica Ferin

Nel 2007 la Fondazione Bano ha promosso, a Palazzo Zabarella, un'importante mostra dedicata a Giorgio De Chirico che ha suggellato, in modo altissimo, il primo decennio di attività di Palazzo Zabarella, che l'ha visto protagonista a livello internazionale con le sue importanti esposizioni d'arte. Dopo quest'importante traguardo la Fondazione, forte dell'impegno di Federico Bano e della sua famiglia, intende ancor più aprirsi a nuovi settori di promozione della cultura che vanno al di là del contenitore finora privilegiato di Palazzo Zabarella. L'obiettivo della Fondazione Bano rimane quello di sostenere la qualità, estendendo, in collaborazione con le Istituzioni, con altri soggetti pubblici e privati, la sua attività nell'incoraggiamento della ricerca universitaria, nella valorizzazione e restauro dei Beni Artistici, nel campo degli studi sull'ambiente volti a determinare una maggiore consapevolezza negli interventi urbanistici e architettonici. La tradizionale attività espositiva della Fondazione ha dunque avuto positive ricadute sia in iniziative collegate al collezionismo e al museo, sia in eventi, come conferenze, convegni e seminari, di approfondimento del dibattito culturale. Il radicamento nel territorio, in un contesto non solo locale, è garantito dalle proposte di tutela dell'ambiente, in un momento anche storicamente critico per questa tematica di vitale importanza. Tutela realizzata soprattutto attraverso il sostegno di un'architettura di qualità, progettata per non alterare, ma se mai valorizzare i fragili equilibri ambientali del nostro paese. In una totale consapevolezza dei metodi finora utilizzati e da impiegare nel futuro, la Fondazione Bano continua a gestire direttamente tutti gli interventi iniziati e previsti. Rimane dunque, in maniera del tutto responsabile, protagonista in prima persona nei progetti autonomamente individuati e gestiti, ma aprendosi, e anzi sollecitando, ogni possibilità di collaborazione con gli enti pubblici e i soggetti privati.

### Fondazione Biblioteca Morcelli Pinacoteca Repossi di Chiari

Via B. Varisco, 9, 25032 Chiari (BS) □ Tel. 08 8008 □ Fax 08 8008 □ www.morcellirepossi.it □ fondomorcellirepossi@libero.it □ Patrimonio netto al 31.12.2007 da 80.000 a 80.000 euro □ Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007: da 50.001 a 200.000 euro □ Fonte di finanziamento: Contributi pubblici □ Presidente: Ione Belotti □ Referente: Ione Belotti □ Referente: Camilla Gualina

La Fondazione è nata con D.P.R. n. 624 nel 1966, scorporata dagli Enti caritatevoli e assistenziali, con la cui storia era stata fino ad allora intrecciata. Dotato di un patrimonio di beni mobili e immobili, l'Ente si finanzia con contributi pubblici e privati, ma svolge le sue attività in ambito culturale grazie anche all'apporto di numerosi e competenti volontari. La Biblioteca Morcelliana si è costituita attorno al lascito di 2358 opere di Stefano Antonio Morcelli (epigrafista, archeologo, prevosto), avvenuto nel 1817 a beneficio del collegio clarense, retto allora dalla Congregazione di carità. Aperta nel 1822, attualmente la biblioteca consta di circa 70.000 volumi, tra cui 56 incunabili, un migliaio di cinquecentine, migliaia di edizioni dei secoli XVII-XVIII, 200 manoscritti, oltre 300 pergamene e documenti notarili dei secoli XII-XVIII. L'intero patrimonio è entrato per aggregazione di diverse donazioni, pervenute da privati e con il trasferimento di librerie conventuali. Vi sono inoltre depositati gli Archivi storici del Comune, dei Consorzi irrigui della Seriola Vecchia e della Seriola Nuova, delle Quadre, dell'Ospedale vecchio e di importanti famiglie claresi. La Pinacoteca Repossi deve la sua nascita al munifico dono dell'avvocato milanese Pietro Bartolomeo Repossi, che nel 1854 lasciò alla Biblioteca Morcelliana un notevole patrimonio di opere d'arte (quadri, incisioni, sculture, gessi, medaglie) al fine di istituire un piccolo museo, affiancato da una scuola di arti e mestieri, per avvicinare i giovani claresi all'arte e alle attività artigiane. La Pinacoteca ha aumentato nel corso del tempo le eterogenee collezioni incamerando beni provenienti dalla Congregazione di carità, dai depositi della Fabbrica della Cattedrale, dal Municipio e grazie a donazioni private, soprattutto di famiglie bresciane. Il Gabinetto stampe, attualmente di oltre 2500 fogli, raduna pezzi originali e opere preziose dei massimi esponenti dell'incisione italiana ed estera, databili fra il XV e il XXI secolo. L'intero patrimonio museale è stato catalogato secondo il progetto e il programma della Regione Lombardia SIRBeC. Le schede catalografiche si possono consultare nel sito web: www.lombardiabeniculturali.it, mentre la documentazione archivistica si può consultare nel sito web: «Lombardia Storica-PLAIN»: <http://plain.univip.it>.

L'anno 2006 ha visto la conclusione del primo stralcio dell'intervento di recupero, riqualificazione e riutilizzo di spazi architettonici con l'ampliamento degli spazi museali e il loro adeguamento alle più moderne e funzionali concezioni espositive e conservative. Nel 2007 è iniziata la raccolta fondi per l'intervento di secondo stralcio: recupero del Salone Morcelli. La Fondazione ha continuato la sua opera di valorizzazione della Biblioteca e del Museo e di promozione di attività culturali e formative, organizzando mostre, conferenze, seminari, concerti di musica, attività editoriale, restauro di 16 cinquecentine finanziato dal Ministero dei Beni e delle Attività culturali, catalogazione SIRBeC del patrimonio museale e laboratori didattici. La Fondazione ha incrementato il proprio patrimonio librario e museale grazie a numerose donazioni private, soprattutto di famiglie e artisti bresciani.

□ Consiglio di Amministrazione: Ione Belotti, Luciano Bertolotti, Fausto Formenti, Gian Paolo Gozzini, Eugenio Molinari

### Fondazione Bosch Di Stefano

Via Giorgio Jan, 15, 20129 Milano (MI) □ Tel. 02 8000 □ Fax 02 20402241 □ www.fondazioneboschidistefano.it □ info@fondazioneboschidistefano.com □ Presidente: Ezio Zanfani □ Referente: Francesca Paola Rusconi

La Fondazione Bosch Di Stefano è stata costituita il 14 dicembre 1998 fra il Comune di Milano e i discendenti dei coniugi Bosch per curare il progetto di allestimento della Casa Bosch Di Stefano quale casa-museo. Nella casa-museo sono esposti i quadri più impor-

tanti della vasta collezione che è interamente pervenuta al Comune di Milano per donazione e testamento dell'ingegner Antonio Boschi. La collezione Boschi Di Stefano è costituita da una **raccolta di circa 2.000 opere** fra quadri, disegni e oggetti d'arte che raccoglie con completezza e rigore le **maggiori espressioni delle arti figurative italiane** dal 1920 al 1970. La casa-museo, situata in un'elegante palazzina di Piero Portaluppi, è stata riallestita a cura della Fondazione ed è aperta al pubblico dal febbraio 2003. Sono esposte oltre 200 opere d'arte, fra cui selezioni di Sironi, Morandi, Fontana, Savinio, De Chirico e altri grandi maestri del Novecento, mentre l'arredo è costituito da significative testimonianze coeve alle opere, come la sala da pranzo progettata da Mario Sironi ed esposta alla Triennale milanese del 1936. La Fondazione, che dopo l'allestimento della casa-museo ne cura gli aspetti culturali e svolge autonoma attività di ricerca, è presieduta dall'avvocato Ezio Antonini.

□ **Consiglio di Amministrazione:** Ezio Antonini, Raffaele Giuseppe Mastroleo, Lucia Matino, Alessandro Mendini, Antonello Negri

### Fondazione Carlo Levi

Via Ancona, 21, 198 Roma (RM) □ Tel. 06 44230740 □ Fax 06 44230740  
□ [www.carlolevifondazione@libero.it](mailto:www.carlolevifondazione@libero.it) □ [fondazionecarlolevi@libero.it](mailto:fondazionecarlolevi@libero.it) □ **Patrimonio netto al 31.12.2007: 11.884 €** □ **Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007: 46.050 €** □ **Fonte di finanziamento: Contributi pubblici** □ **Presidente: Guido Sacerdoti** □ **Referente: Antonella Lavorgna** □ **Referente: Giulio D'Astore** □ **Referente: Nora Donica**

La Fondazione Carlo Levi è stata istituita nel 1976 e riconosciuta come Ente morale nel 1979. Gli scopi statutari della Fondazione sono la conservazione e la valorizzazione del proprio patrimonio, che consiste in una **raccolta di 800 dipinti di Carlo Levi** e in un archivio di manoscritti e di materiale documentario sull'artista, dichiarato di interesse nazionale con decreto ministeriale. La Fondazione opera inoltre per promuovere la conoscenza dell'attività di Levi pittore, scrittore e personaggio politico. La Fondazione collabora frequentemente, in modo parziale o totale, con enti statali e istituzioni private.

Nel 2007 la Fondazione ha realizzato eventi sia nel campo artistico-pittorico sia in quello letterario. Ha promosso alcune mostre personali tra cui la mostra **«Carlo Levi dal Realismo lirico al Realismo sociale»**, in collaborazione con il Comune di Rivoli dal 10 novembre 2007 al 13 gennaio 2008; l'esposizione **«Carlo Levi. Opere scelte 1926-1974»** con la partecipazione della Soprintendenza per il Patrimonio artistico della Basilicata presso il Palazzo Arno di Cosenza dal 27 settembre al 30 novembre; per le mostre collettive del 2007 si ricordano: «L'elogio della tavola tra conversazione, cibo e mondanità», a Modena; «Cesare Pavese e la sua Torino», a Torino; «Italia Ebraica: Oltre duemila anni di incontro tra cultura italiana e l'ebraismo», a Tel Aviv. Per quanto riguarda il settore letterario è stato organizzato un convegno di due giornate dal titolo «Gli scritti saggistici di Carlo Levi» tenutosi il 12-13 novembre 2007 a Roma presso l'Università La Sapienza, Facoltà di Lettere e Filosofia e l'Archivio Centrale dello Stato (è in lavorazione la pubblicazione degli atti del convegno).

□ **Consiglio di Amministrazione:** Guido Sacerdoti, Gigliola De Donato, Michele Della, Goffredo Fofi, Daniela Fonti, Filippo Laporta, Stefano Levi Della Torre

### Fondazione Costantino Nivola

Via Gonare, 2, 8026 Orani (NU) □ Tel. 0784 730063 □ Fax 0784 730062  
□ [www.museonivola.it](http://www.museonivola.it) □ [museo.nivola@tiscalinet.it](mailto:museo.nivola@tiscalinet.it) □ **Patrimonio netto al 31.12.2007: 296.900 €** □ **Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007: 117.300 €** □ **Fonte di finanziamento: Contributi pubblici** □ **Presidente: Ugo Collu** □ **Referente: Loretta Ziranu**

La Fondazione è stata costituita nel 1990 allo scopo di promuovere e agevolare studi e ricerche, realizzare convegni, seminari, mostre e iniziative tendenti alla **valorizzazione e all'approfondimento dell'opera di Costantino Nivola**. La Fondazione si occupa della realizzazione di **studi sull'arte contemporanea** e sulle trasformazioni artistiche, sociali e culturali della Sardegna. Gestisce inoltre un **Museo di scultura** dedicato all'opera di Costantino Nivola. Da quasi due anni è stato inaugurato il **Padiglione dei Sand cast** (colata di gesso su sabbia) che costituisce il secondo tassello del complesso museale in fase di completamento con la costruzione di un terzo settore, finalizzato a ospitare dipinti e opere di grafica. È inoltre in fase di realizzazione il **Parco Nivola** che ospiterà anche servizi di accoglienza oltre che spazi per esposizioni e attività didattiche e di laboratorio. L'attività della Fondazione prevede anche l'organizzazione e la promozione di attività culturali sul territorio. Tra gli eventi organizzati si ricordano: i **premi di scultura** e l'attività mirata agli **scambi culturali** con altre istituzioni nazionali o internazionali aventi finalità affini. Negli ultimi anni la Fondazione ha collaborato con varie istituzioni pubbliche per l'organizzazione di **mostre personali e collettive dell'artista sardo**. Ha organizzato tre edizioni del **Premio di Scultura C. Nivola**, riservato a **giovani artisti sardi**, con l'attribuzione delle relative borse di studio. Recentemente la Fondazione ha collaborato con il Comune di Milano, dove presso il Padiglione d'Arte Contemporanea, ha allestito una mostra antologica su Costantino Nivola. In ambito editoriale, la Fondazione Nivola ha recentemente curato la pubblicazione di tre nuove opere dedicate al maestro sardo: il nuovo catalogo del **Museo Nivola**, arricchito delle nuove 18 opere esposte nel nuovo Padiglione dei Sand cast; il volume *Nivola, Fancello, Pintori: percorsi del moderno dalle arti applicate all'industrial design*, presentato in occasione dell'omonima mostra collettiva; il volume *Nivola Terrecotte*, quest'ultima opera, che segue le due monografie uscite precedentemente sulla scultura e sulla grafica, chiude la trilogia sull'artista oranese. Continua la preparazione del Catalogo ragionato per la documentazione completa delle opere dell'artista. Entro il 2008 verrà bandita la IV edizione del **premio di scultura C. Nivola-borsa di studio**. In programmazione per il XX anniversario della morte dell'artista (Orani 1911-New York 1988) una serie di manifestazioni, tra cui: a Cagliari la mostra antologica nel Palazzo Regio in collaborazione con l'Amministrazione Provinciale di Cagliari e la mostra biografica introduttiva a Nivola nella Hall del Teatro Civico; a Orani la mostra di Maria Lai in memoria di Nivola; a Nuoro la mostra sui lavori monumentali di tipo urbanistico; a Orani il convegno sull'apporto dato da Nivola alla innovazione urbana soprattutto delle piazze e al rapporto fra urbanistica e scultura; a Torre del Lago la mostra in collaborazione con la Regione Toscana che commemora Nivola (memore dei suoi lunghi soggiorni di lavoro negli studi di Pietrasanta) insieme a Puccini (centenario della morte) durante i mesi della stagione lirica estiva. Altre manifestazioni meno rilevanti saranno realizzate in accordo con i Circoli dei Sardi in varie regioni d'Italia.

### Fondazione Culturale Mandralisca

Via Mandralisca, 13, 90015 Cefalù (PA) □ Tel. 0921 88 □ Fax 0921 88  
□ [www.museomandralisca.it](http://www.museomandralisca.it) □ [info@museomandralisca.it](mailto:info@museomandralisca.it) □ **Patrimonio netto al 31.12.2007: da 2 mln a 10 mln di euro** □ **Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007: da 10.001 a 50.000 euro** □ **Fonte di finanziamento: Contributi pubblici** □ **Presidente: Angelo Piscitello** □ **Referente: Vincenzo Cirincione**

La Fondazione è nata nel 1866 dal testamento del Barone Enrico Pirajno di Mandralisca che, al fine di promuovere lo sviluppo culturale e sociale della sua città, fondò un liceo a cui «do- vessero servire come strumenti di studio tutti gli oggetti del suo gabinetto di storia naturale e belle arti». Negli anni Trenta il liceo è stato statalizzato e la Fondazione, resa indipendente da quest'ultimo, si è occupata di quella che oggi è la sua attività principale: **la gestione della casa museo**. La struttura del **Museo** è composta dalla Biblioteca, dalla Pinacoteca e dalle sezioni di Archeologia, Numismatica e Malacologia. La Biblioteca consta di oltre 9.000 opere in prevalenza storiche e scientifiche. La Pinacoteca, oltre che dipinti di autori vari dal XV al XIX secolo, ospita il famoso **«Ritratto d'Uomo»** di **Antonello da Messina**, che, a partire dal mese di dicembre 2005, è andato in prestito a importanti sedi espositive (Metropolitan Museum of Art di

New York, Scuderie del Quirinale di Roma) per mostre tematiche sull'eminente esponente del Quattrocento pittorico europeo. Nelle sezioni malacologica, archeologica e numismatica si trovano le conchiglie e i reperti provenienti dagli scavi effettuati personalmente dal Mandralisca in località prossime a Cefalù e nelle isole Eolie e il celebre **Cratere del venditore di tonno**. La Fondazione si regge anche grazie al contributo previsto da una legge regionale siciliana e realizza una serie di attività culturali tramite convenzioni con il Comune di Cefalù e la Provincia di Palermo. In linea con la volontà testamentaria del Fondatore di mirare alla promozione dell'istruzione e all'incremento culturale del territorio cefaludese e dell'hinterland madonita, nel 2007 la Fondazione ha continuato a svolgere un'azione aggregativa e di propulsione per le varie realtà culturali locali cui ha dato ospitalità e supporto organizzativo, e si è fatta promotrice di varie attività culturali. Tra queste è da ricordare la mostra fotografica di Santo Eduardo Di Miceli **«L'Origine del Vedere - Teatri ellenistici e Romani di Sicilia»**; la mostra di pittura **«De risus natura»** dell'artista Momò Calascibetta, alla cui presentazione ha partecipato Vincenzo Consolo; la presentazione in prima nazionale dell'ultima opera di Matteo Collura, **«L'Isola senza Ponte»**. Altro momento importante del 2007 è stato l'esposizione al museo Mandralisca, una a fianco all'altra, delle due celebrate opere di Antonello da Messina, il **«Ritratto d'Uomo»** e **«L'Annunziata»**: l'evento è stato reso possibile grazie alla gentile collaborazione dell'Assessorato Regionale BB.CC.AA. che ha gentilmente messo a disposizione l'altro capolavoro di Antonello da Messina, custodito presso la Galleria Regionale di Palazzo Abatellis.

### Fondazione D'Arco

Piazza C. D'Arco, 4, 46100 Mantova (MN) □ Tel. 08 3222 □ Fax 08 88  
□ [www.museodarco.it](http://www.museodarco.it) □ [museo@fondarco.191.it](mailto:museo@fondarco.191.it) □ **Patrimonio netto al 31.12.2007: oltre i 10 mln di euro** □ **Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007 da 0. 001 a 8. 000 euro** □ **Fonte di finanziamento: Reddito patrimoniale** □ **Presidente: Livio Giulio Volpi Ghirardini** □ **Referente: Laura Rossi**

La Fondazione ha avuto origine dalle disposizioni testamentarie della Contessa Giovanna D'Arco, Marchesa Guidi di Bagno (1880-1973) e ha lo scopo principale di provvedere alla **conservazione, manutenzione e custodia del Palazzo D'Arco**, complesso architettonico ristrutturato alla fine del '700 in stile neoclassico, e del suo contenuto di quadreria, collezioni di incisioni e disegni, codici e incunabili, della biblioteca, degli affreschi, dell'archivio, delle raccolte di storia naturale, della mobilia e degli altri oggetti. Palazzo D'Arco, divenuto museo alla fine del 1980, è stato oggetto di importanti interventi di restauro ai quali hanno contribuito la Regione Lombardia e alcune fondazioni di origine bancaria (Cariplo - BAM). La Fondazione ospita manifestazioni di carattere culturale e artistico; inoltre, collabora con altri enti culturali per ricerche, pubblicazioni e attività didattiche. Nel periodo estivo vengono organizzati, nel cortile del Palazzo, spettacoli, manifestazioni ed eventi espositivi.

Nel 2007 la Fondazione ha rinnovato l'adesione al Sistema Museale della Provincia di Mantova per continuare l'attività di promozione del Museo di Palazzo d'Arco. Ha terminato il **restauro dei dipinti della Sala degli Antenati** e ha partecipato alla mostra organizzata nella città spagnola di Valencia **«Realismo e Spiritualità»**; ha ospitato, nell'ambito di Festivalletteratura, alcuni degli eventi più rilevanti; ha valorizzato, con l'attività didattica e con manifestazioni serali, le collezioni naturalistiche e il giardino di Palazzo d'Arco.

□ **Consiglio di Amministrazione:** Livio Giulio Volpi Ghirardini, Dante Chizzini, Alberto Ferrari, Rodolfo Signorini, Rossana Sorgi

### Fondazione d'Ars Oscar Signorini ONLUS

Giardino Calderini, 3, 20123 Milano (MI) □ Spazio espositivo di Milano: Studio D'Ars, via Sant'Agnese 12/8 □ Tel. 02 860290 □ Fax 02 865909  
□ [www.dars.it](http://www.dars.it) □ [dars@email.it](mailto:dars@email.it) □ **Patrimonio netto al 31.12.2007: da 100.000 a 500.000 euro** □ **Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007: da 50.001 a 200.000 euro** □ **Fonte di finanziamento: Contributi privati** □ **Presidente: Vanna Nicolotti**

La Fondazione, costituita e riconosciuta ONLUS, è nata nel 2001 in onore e memoria di Oscar Signorini, filantropo e promotore dell'arte. È strettamente collegata alla rivista D'Ars, nata nel 1959 e diretta dal 1984 al 2001 da Pierre Restany e dal 2001 dalla redazione laboratorio creata dallo stesso Restany.

Nel corso del 2007 la Fondazione ha organizzato numerose mostre sia presso la propria sede di Milano sia in altre località italiane e straniere. Tra le principali mostre realizzate allo Studio D'Ars, segnaliamo il ciclo di rassegne **«Energia uguale creatività. Omaggio a Dante Bighi: le radici»** patrocinate dal Comune di Copenago. Nel 2007 la Fondazione ha organizzato, con il patrocinio delle istituzioni dell'Emilia Romagna, a Piacenza a Palazzo Farnese, la mostra dello scultore Sergio Brizzolesi **«Le regine»**. In Emilia Romagna, con il coordinamento di Roberta Castellani, nell'Antico Palazzo della Pretura di Castell'Arquato, con il patrocinio del Comune, la Provincia di Piacenza e il Mim museum in motion, la Fondazione ha organizzato le seguenti mostre: **«A vene scoperte»** di Dario Rossi, A vene scoperte **Virginia Wolf-una stanza tutta per te**, a cura di Viola Lilith Russi. **«Muvart, la nuova Africa»**, rassegna di giovani artisti mozambicani a cura di Pedro Campos Costa. Nel 2007 la Fondazione ha promosso la seconda edizione del concorso **Milano in digitale**, ideato da Morena Ghilardi e Cristina Trivellini, affiancata da Martina Coletti, con il patrocinio e il contributo del Comune di Milano, settore Tempo Libero. La mostra dei vincitori scelti dalla giuria composta da Antonio Baronia, Pier Luigi Cappucci, Antonio Quaranta e Paolo Rosa, si è tenuta alla Fabbrica del Vapore nel mese di novembre. L'annuale Premio Oscar Signorini, dedicato ai giovani under 35, giunto alla XXIV edizione, nel 2007 ha assunto carattere internazionale, in quanto sono state coinvolte cinque nazioni. È stato organizzato dalla Fondazione in collaborazione con il Comune di Fiorenzuola D'Arda con l'appoggio del Mim museum in motion, inserito nel progetto **Translands-Transversal Lands - Abbey Land Large Rivers**, oggetto di studio è stata l'interpretazione artistica del paesaggio naturale e culturale. I contatti fra la Fondazione e il CNS-Image-Media di Parigi, che nel 2007 ha scelto come tema «la memoria» sono sfociati nella mostra, curata da Cristina Trivellini, **«Salva con Nome»**. La Fondazione ha collaborato all'ottava edizione del Premio Libero Ferretti riservato a giovani artisti e architetti, **«Dove abita l'utopia»**, presso il Palazzo del Rettorato di Roma e il Museo della Permanente di Milano. Nel 2007 la Fondazione ha curato, con Silvia Venuiti, la rassegna **«Quando la poesia diventa scrittura»** presso la sala conferenze della Libreria Internazionale Ulrico Hoepli presentando l'incontro con il poeta Luciano Erba, introdotto da Giò Ferri e le letture e interventi di Cesare Viviani.

□ **Consiglio di Amministrazione:** Vanna Nicolotti, Stefania Carrozzini, Roberta Castellani, Letizia Marchetti, Antonio Massari, Simonetta Panciera, Cristina Trivellini, Francesco Vecchi, Grazia Chiesa

### Fondazione Davide Lajolo

Via Bellezza, 12, 20136 Milano (MI) □ Tel. 02 58302056 □ [www.fondazione-davidelajolo.it](http://www.fondazione-davidelajolo.it) □ [info@fondazione-davidelajolo.it](mailto:info@fondazione-davidelajolo.it) □ **Patrimonio netto al 31.12.2007: fino a 100.000 euro** □ **Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007: fino a 10.000 euro** □ **Fonte di finanziamento: Contributi pubblici** □ **Presidente: Daniele Massimelli** □ **Referente: Nora Ciottoli Sollazzo**

La Fondazione nasce a Milano nel 1987 per volontà della seconda moglie di Davide Lajolo (Vinchio d'Asti, 1912-Milano, 1984) allo scopo di tenere vivo il ricordo dello scrittore. Diviene concretamente operativa nel 2001, ereditata la collezione d'arte raccolta dalla coppia e ottenuto il riconoscimento della Regione Lombardia. Tra gli scopi indicati nello statuto vi sono «la **conservazione, divulgazione e l'accrescimento di una collezione di circa 400 pezzi** fra dipinti, disegni e sculture; **opere di artisti italiani attivi dal dopoguerra agli anni Ottanta**, quasi tutti legati ai due collezionisti da rapporti di conoscenza personale e di ami-

zia (tra gli altri: Ajmone, Cassinari, Guttuso, Manzù, Zigaina, Banchieri, Guerreschi, Vaglieri, Bodini, Cappelli, Fabbri, Francese, Morloti, Dova). A molti dei protagonisti della scena artistica a lui contemporanea Lajolo ha dedicato nel corso della sua attività articoli, poesie e presentazioni di mostre, scritti che compongono nel loro insieme un «ritratto di gruppo» di cui la collezione può dirsi l'illustrazione per immagini, oltre che la coerente e significativa espressione di un periodo culturale ben definito. Valorizzando questa che è ritenuta la componente più rilevante del proprio patrimonio, la Fondazione desidera ristabilire tra il nome di Davide Lajolo e il mondo dell'arte figurativa un legame che si è andato allentando nel corso del tempo. Con l'intento di essere una realtà non statica bensì in continua evoluzione, essa intende muoversi su due fronti. In primo luogo, occupandosi del patrimonio esistente, attraverso attività specificamente mirate allo studio e alla divulgazione di quanto posseduto (in tale ambito si colloca la catalogazione delle opere della collezione, in atto dal 2004 con le metodologie del SIRBeC e possibile grazie al co-finanziamento della Regione Lombardia), ma anche attraverso iniziative varie che mettano la collezione e i suoi protagonisti in relazione con il più ampio contesto artistico e culturale del secondo Novecento italiano (mostre d'arte tematiche o monografiche, pubblicazioni, conferenze, attività di studio). In secondo luogo, rivolgendolo il proprio interesse alla produzione delle nuove generazioni, allo scopo di non perdere quei legami con l'attualità che lo stesso Lajolo - poeta e scrittore ma anche giornalista e uomo d'azione - andava cercando nelle forme dell'arte a lui contemporanea; motivo per cui è prevista l'istituzione di un Premio annuale «Davide Lajolo» per giovani critici d'arte e curatori, già al centro di un progetto elaborato nel 2005 e in attesa di realizzazione. Tutti gli eventi organizzati a oggi dalla fondazione (almeno uno all'anno) si sono inseriti nelle linee d'attività evidenziate. Nel corso del 2007 è stato portato a termine il **secondo anno di catalogazione** delle opere della collezione, con la consegna alla Regione Lombardia di 150 nuove schede di catalogo. È inoltre stata realizzata, insieme al Comune di San Donato Milanese, la mostra d'arte **«Gli uomini dell'arcobaleno. Opere dalla collezione Davide Lajolo di Milano»** (Cascina Roma, San Donato Milanese). La mostra ha esposto una selezione di artisti presenti in collezione: Giuseppe Ajmone, Floriano Bodini, Giovanni Cappelli, Bruno Cassinari, Gianni Dova, Agenore Fabbri, Pietro Ghizzardi, Pietro Morando, Nerone, Ernesto Treccani, Carlo Zauli. I racconti-ritratto dedicati da Davide Lajolo agli amici pittori e scultori si alternavano alle opere d'arte, al materiale fotografico d'archivio, ad alcuni filmati e video, in un percorso che seguiva il filo narrativo offerto da *Gli uomini dell'arcobaleno*, libro del 1984 in cui confluiscono, legati nella forma di un unico romanzo, presentazioni di mostre e articoli sull'arte pubblicati dall'autore nel corso degli anni Settanta. L'esposizione offriva in tal modo un intreccio di dimensione pubblica e dimensione privatipercorrendo allo stesso tempo uno specifico momento del trascorso culturale e storico del nostro paese e parte del mondo poetico e del vissuto personale di Lajolo.

### Fondazione Domus per l'Arte Moderna e Contemporanea

Via A. Forti, 3/a, 37121 Verona (VR) □ Tel. 045 8057433 □ Fax 045 8057326  
□ [www.fondazionedomus.org](http://www.fondazionedomus.org) □ [segreteria@fondazionedomus.org](mailto:segreteria@fondazionedomus.org) □ **Fonte di finanziamento: Contributi privati** □ **Presidente: Paolo Biasi** □ **Vice Presidente: Gino Castiglioni**

Costituita da Cariverona nel 2004, la Fondazione ha lo scopo di promuovere iniziative per la frequentazione, lo studio e la migliore conoscenza delle arti visuali con particolare riguardo all'arte italiana del Novecento e contemporanea. Il progetto più importante attualmente in corso è la costruzione di una collezione d'arte del Novecento che comprende opere di alta qualità dei migliori autori italiani. La collezione che, considerando sia opere di proprietà sia opere possedute dalla Fondazione Cariverona, consta ora di circa 300 pezzi, annovera dipinti e sculture, tra gli altri, di Balla, Boccioni, Casorati, Savinio, Menzio, Licini, Arturo Martini, Fontana, Guttuso, Dorazio, Vedova, Schifano e Chia. Ospita anche una piccola sezione orientata al Veneto e a Verona nella quale compaiono pittori del Novecento e maestri dal Cinquecento all'Ottocento di origine veronese o presenti con opere di interesse veronese. L'obiettivo delle Fondazioni Cariverona e Domus è la **costituzione nella loro città, di un nuovo museo dedicato all'arte veronese e italiana del Novecento**, dove le collezioni possano trovare una prestigiosa sede stabile. Nell'immediato, le Fondazioni propriarie ammettono in via eccezionale, e con la dovuta prudenza di spostare i propri capolavori. Ecco quindi allestita a Bassano del Grappa, in occasione dell'inaugurazione della nuova ala di quel museo, una mostra di circa sessanta delle opere sopra ricordate. In seguito all'accordo stabilito tra la Fondazione Cariverona e il Museo Pushkin di Mosca, la Fondazione Domus ha anche allestito negli spazi espositivi resi disponibili dal Comune di Verona, nel restaurato Palazzo della Ragione, la mostra **«Pittura italiana nelle collezioni del Museo Pushkin dal '500 al '900»**. La mostra, visitata da circa 40.000 persone è rimasta aperta al pubblico dal 20 ottobre 2007 al 3 febbraio 2008.

□ **Consiglio di Amministrazione:** Paolo Biasi, Gino Castiglioni, Pino Castagna, Mario Gandolfi, Fausto Sinagra

### Fondazione Emilio Carlo Mangini

Via dell'Ambrosiana, 20, 20123 Milano (MI) □ Tel. 02 86451455 □ Fax 02 86451493 □ [www.museomanginibononi.it](http://www.museomanginibononi.it) □ [info@museomanginibononi.it](mailto:info@museomanginibononi.it)  
□ **Patrimonio netto al 31.12.2007: 6.972.310 €** □ **Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007: 153.321 €** □ **Fonte di finanziamento: Reddito patrimoniale** □ **Presidente: Piero Gastaldo**

La Fondazione Emilio Carlo Mangini (detta anche **Museo Mangini Bonomi**) viene costituita il 27 febbraio 1985 per volontà del signor Emilio Carlo Mangini e del figlio dott. Giuseppe. Presieduta dal Fondatore signor Emilio Mangini sino alla sua scomparsa avvenuta il 27.08.2003, è ora amministrata da un Consiglio di Amministrazione di cui il presidente e il vice presidente sono designati dalla Compagnia di San Paolo. L'ultimo museo aperto a Milano è una deliziosa **casa-museo** che porta il segno distintivo di un generoso milanese collezionista di testimonianze materiali della vita quotidiana dell'uomo («la vita privata, il lavoro, i divertimenti»), dai tempi più antichi al passato recente. Emilio Mangini, milanese, percorrendo le strade del collezionismo, ha girovagato l'Europa fiutando e scrutando migliaia di oggetti del passato, che ha raccolto nell'arco di decenni e che oggi, grazie alla sua generosa donazione, costituiscono la «Fondazione Emilio Carlo Mangini». Al figlio Giuseppe Mangini, uomo di grande cultura, appassionato archeologo, si devono la scelta dell'edificio di via dell'Ambrosiana n. 20 quale sede della Fondazione e l'arricchimento delle raccolte. Nel cuore storico e culturale di Milano, dunque, si trova una raccolta variegata ed eterogenea di oggetti, che oltre agli arredi, e che ammobiliano i cinque piani della casa, riunisce anche vaste collezioni di bauletti, carte da gioco, armi antiche, bacili da barba e altro, ospitati in una vera abitazione visitabile dalle cantine (corrispondenti al livello di epoca romana: sorge infatti su un lato dell'antico Foro romano) ai piani superiori, in un susseguirsi di stanze. L'ingresso al **Museo Mangini Bonomi** è completamente gratuito, a ulteriore documento del mecenatismo del suo fondatore. La Fondazione che porta il suo nome ha infatti inteso proseguire l'opera del collezionista, seguendo anche le abitudini di generosità e l'intento divulgativo che la sua opera ha sempre avuto.

### Fondazione Fantoni

Via Andrea Fantoni, 1, 24020 Rovetta (BG) □ Tel. 08 83 □ **Patrimonio netto al 31.12.2007: 136.000 €** □ **Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007: 47.000 €** □ **Fonte di finanziamento: Contributi pubblici** □ **Presidente: Giuseppe Pedrocchi Fantoni** □ **Vice Presidente: Giampiero Benzoni** □ **Vice Presidente: Emanuela Daffra** □ **Direttore: Lidia Rigon** □ **Referente: Lidia Rigon**

La Fondazione Fantoni è stata istituita nel 1968 dal dott. Giuseppe Fantoni come ente morale di diritto privato. Ha come scopi fondamentali la conservazione, lo studio e la promozione del

patrimonio d'arte, donato dal fondatore e incrementato da successivi lasciti, che è stato ordinato in un museo aperto al pubblico. Oltre agli obiettivi specifici di ricerca storico-artistica e di carattere educativo e didattico, la Fondazione si propone come centro di studio sul territorio, facendosi promotrice o partecipando nell'organizzazione di ricerche e di attività finalizzate alla conoscenza e alla rivalutazione della cultura locale e regionale. L'ente è retto da un Consiglio di Amministrazione composto da sette membri, compreso il Presidente. Basa il proprio sostentamento sui redditi derivanti dai beni donati dal fondatore e sui contributi di enti pubblici e privati. Il funzionamento è legato alla presenza di un Conservatore e alla collaborazione temporanea di personale amministrativo, di sorveglianza e di operatori culturali impiegati nelle visite guidate. Una risorsa indispensabile per la sopravvivenza dell'ente è costituita dal volontariato. Le raccolte grafiche, plastiche e documentarie della Fondazione Fantoni costituiscono un patrimonio eccezionale per qualità artistica, completezza e conservazione, attraverso il quale è possibile un'esauriente ricostruzione storica della cultura artistica e dei procedimenti lavorativi di una tipica bottega di scultura lombarda dei secc. XVII e XVIII. I fondi principali dell'ente, oltre a quelli legati all'operato degli scultori Fantoni (secc. XV-XVIII), sono costituiti dalle raccolte grafiche della bottega dei Caniana (architetti e intarsiatori dal XVII al XIX secolo), da un corpus di progetti architettonici di Giacomo Quarenghi e da un vasto repertorio di disegni di vari maestri del XVII e del XVIII secolo. La sede dell'ente e del suo museo è l'antica casa-bottega dei Fantoni. Le collezioni sono presentate al pubblico nella cornice degli ambienti di vita e di lavoro dei maestri scultori, col preciso intento di mantenere vivo il rapporto tra i manufatti artistici proposti e il luogo della loro produzione. Nel corso del 2007, la Fondazione, oltre all'attività di routine nei settori della conservazione, dello studio e della catalogazione del proprio patrimonio storico-artistico, ha continuato la campagna di restauri che interessa una raccolta di dipinti di vari autori (secc. XVI-XIX) ricevuta con donazione nell'anno 2001. Oltre a ciò, ha acquistato un modello in terracotta raffigurante «L'incoronazione della vergine», opera della bottega di Andrea Fantoni (inizio sec. XVIII). In inoltre avviato un progetto di riqualificazione espositiva che prevede il nuovo allestimento di una sala che sarà dedicata a opere lignee dal XVI al XVIII secolo. Presso la propria sede ha curato la rassegna «**Cornici fantoniane-Variazioni 1675-1725**», nella quale sono stati presentati 42 disegni eseguiti dai maestri Fantoni delle diverse generazioni e progetti provenienti da ambienti artistici esterni. Ha ospitato quattro eventi musicali e tre incontri culturali in collaborazione con la Biblioteca di Rovetta. Ha infine partecipato a un progetto di studio, su iniziativa della Regione Lombardia e in collaborazione con la Fondazione Bernareggi di Bergamo, che ha prodotto la trascrizione di una parte del suo archivio storico.

Consiglio di Amministrazione: Giuseppe Pedrocchi Fantoni, Giampiero Benzoni, Emanuela Daffra, Piero Cattaneo, Paolo Fiorani, Luca Pedrocchi Fantoni, Emiliano Tironi, Lidia Rigon

### Fondation Joseph Gerbore

Fraz. Lyveroulaz, 11100 Saint Nicolas (AO) □ Tel. 016 595579 □ www.musee-gerbore.it □ Patrimonio netto al 31.12.2007: fino a 100.000 euro □ Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007: fino a 10.000 euro □ Fonte di finanziamento: Contributi privati □ Presidente: Giovanni Gerbore

La Fondation Joseph Gerbore è stata istituita il 16 giugno 1999 con atto del notaio Guido Marozzini per iniziativa degli eredi del defunto Joseph Gerbore. Essa ha sede a Saint Nicolas (Aosta), in frazione Lyveroulaz, villaggio dove il Gerbore crebbe e maturò le sue intuizioni che lo condussero a delle iniziative molto avanzate per i suoi tempi. La Fondation si propone per l'appunto di ricordare la sua vita e in particolare il ruolo da lui avuto nella meccanizzazione dell'agricoltura in Valle d'Aosta all'inizio degli anni Cinquanta, dando con ciò una testimonianza della rivoluzione socio-economica intervenuta nella società prevalentemente rurale dell'epoca. A tale scopo è attivo dal 2002, nel villaggio di Lyveroulaz, il Musée Joseph Gerbore che raccoglie un campionario di macchine agricole del periodo 1950-1960. Il museo, realizzato in un locale storico di proprietà comunale restaurato con il contributo dell'Unione Europea, è gestito dalla famiglia Gerbore.

Consiglio di Amministrazione: Giovanni Gerbore, Angelo Baccoli, Rosito Champréavy, Monica Gerbore, Thierry Gerbore

### Fondazione Francesco Pellin

Via Sant'Albino, 24, 21100 Varese (VA) □ Tel. 0332 240479 □ Fax 0332 498617 □ www.fondazionepellin.it □ info@fondazionepellin.it □ Patrimonio netto al 31.12.2007: da 500.000 a 2 mln di euro □ Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007: da 50.001 a 200.000 euro □ Fonte di finanziamento: Contributi privati □ Presidente: Francesco Pellin □ Referente: Sara Cattaneo

Per iniziativa dell'imprenditore Comm. Francesco Pellin che nel 2000 nasce a Varese la Fondazione a lui intitolata. Senza scopo di lucro e con finalità di interesse pubblico, la Fondazione si forma attorno a quella che unanimemente è stata definita come la più importante collezione privata di opere di Renato Guttuso, non solo per consistenza numerica, ma soprattutto per il valore storico-artistico dei singoli lavori e per l'ampiezza dell'arco temporale a cui essi sono ascrivibili, dal 1931 al 1986. Una collezione che Francesco Pellin ha raccolto a partire dal 1970 e ha poi deciso di donare alla Fondazione, riconosciuta giuridicamente dalla Regione Lombardia il 6 ottobre 2000. L'ente si propone di perseguire le seguenti finalità: la tutela, la promozione, la divulgazione e la valorizzazione della collezione costituita da rilevanti opere pittoriche di Renato Guttuso, che costituiscono significativa testimonianza dell'arte italiana del nostro tempo per il loro alto interesse storico-artistico; la realizzazione di studi e ricerche su Renato Guttuso per promuoverne lo studio, la conoscenza e la valorizzazione del Maestro; la cura e la pubblicazione di cataloghi e testi specializzati; l'organizzazione, anche presso enti pubblici e privati, di esposizioni temporanee, di convegni, lezioni, conferenze, dibattiti, incontri al fine di diffondere lo studio e la valorizzazione dell'opera di Guttuso; la predisposizione di interventi a favore di giovani che intendano intraprendere studi o attività connessi con il restauro e la conservazione delle opere dell'Arte Moderna e di Renato Guttuso in specie. Tutto quanto al fine di promuovere lo studio, la ricerca scientifica e l'istruzione sui temi in oggetto. Nel 2006 la Fondazione ha promosso e sostenuto attività di studio e ricerca attraverso prestiti di opere della collezione in occasione di mostre su tutto il territorio nazionale; tra le altre, si segnala: «**Afro & Italia-America. Incontri e confronti**», a cura di Luciano Caramel (Udine, Chiesa di San Francesco-Pordenone, Palazzo Ricchieri e Villa Galvani). Ha inoltre avviato collaborazioni con studiosi e storici dell'arte, aprendo alla consultazione i propri archivi e il proprio patrimonio librario e documentario, per attività di studio e di ricerca finalizzate alla realizzazione, nel corso del 2007, in occasione del ventennale della morte di Guttuso, di esposizioni ed eventi, tra cui un'importante mostra sui «**Libri d'artista illustrati**», aspetto, quest'ultimo, della vicenda artistica di Guttuso a tutt'oggi poco indagato e conosciuto. Sempre nel corso del 2007, sono stati realizzati interventi di restauro e conservazione su dipinti della collezione. Da due anni la Fondazione è attivamente coinvolta in un importante progetto, ormai in fase conclusiva, per la realizzazione di un Museo in una grande città italiana, che diverrà sede permanente dell'intera collezione della Fondazione Francesco Pellin, oltre che spazio espositivo per mostre temporanee di artisti internazionali. Nel 2007 è stata realizzata la mostra antologica «**Una firma in rosso. Guttuso è a Pontassieve**» costituita da 36 opere (20 grandi oli e 16 disegni) provenienti dalla collezione della Fondazione Francesco Pellin, un evento promosso dal Comune di Pontassieve con la partecipazione e il patrocinio di Regione Toscana, Provincia di Firenze assieme a quelli del Ministero per i Beni e le Attività Culturali e dell'APT di Firenze con la collaborazione della Soprintendenza Speciale per il Polo Museale Fiorentino. La mostra, finalizzata alla valorizzazione del genio creativo e dell'impegno civile di Renato Guttuso, curata da Veronica Ferretti, è stata inaugurata il 15 dicembre 2007, data che ha segnato anche l'apertura della Sala delle Colonne, il nuovo spazio espositivo nel centro storico di Pontassieve, e avrebbe dovuto chiudere il 16 marzo 2008, ma è stata prolungata sino al 30 aprile 2008 alla luce del grande successo di pubblico ottenuto.

### Fondazione Genti d'Abruzzo ONLUS

Via delle Caserme, 22, 65127 Pescara (PE) □ Tel. 085 4510026/4511562 □ Fax 085 4516526 □ www.gentidabruzzo.it □ fondazione@gentidabruzzo.it □ Patrimonio netto al 31.12.2007: 1.746.436 € □ Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007: 289.584 € (100% della spesa totale) □ Presidente: Luciano D'Alfonso □ Direttore: Ermanno De Pompeis □ Referente: Antonella Giancaterino

La Fondazione Genti d'Abruzzo, costituita nel 1997, gestisce a Pescara il Museo delle Genti d'Abruzzo, vede la compartecipazione nel Consiglio di Amministrazione di Enti pubblici, Associazioni e Aziende private, con l'intento di aprire nuovi percorsi culturali delineando scenari operativi d'avanguardia. Il Museo, fra i più originali e innovativi d'Italia nel campo antropologico, nasce nel 1982 dalla donazione al Comune di Pescara di due raccolte museali realizzate nel 1973 dall'associazione cittadina: il Museo delle Tradizioni Popolari Abruzzesi creato dall'ASTRA (Associazione Studio Tradizioni Abruzzesi) e la Mostra Archeologica Didattica Permanente ideata e prodotta dall'Archeoclub di Pescara. Queste due raccolte, entrambe inizialmente ospitate dalla Soprintendenza BAAAS per l'Abruzzo nella «Casa D'Annunzio», furono per otto anni gestite e arricchite esclusivamente dal volontariato delle due Associazioni. Nel 1982 la svolta, con la cessione delle due collezioni al Comune: essa avviene contemporaneamente all'acquisto a un costo simbolico da parte del Comune di Pescara del Bagno Penale Borbonico (parte residua della Fortezza cinquecentesca di Pescara), con destinazione vincolata a Museo delle Genti d'Abruzzo. Conclusi i lavori di restauro, col ripristino dell'antica struttura a camerate disposta lungo il cammino di ronda, funzionale all'allestimento del Museo, nel 1991 vengono aperte al pubblico le prime otto sale. Il percorso espositivo viene completato nel 2003 con l'aggiunta di ulteriori sette sale. Il Museo traccia la storia dell'uomo in Abruzzo dal suo primo apparire, come cacciatore paleolitico; sottolinea il contributo offerto dalle nove tribù italiche d'Abruzzo e Molise all'affermazione di Roma, tanto da dare il nome di Italia a tutta la penisola. Con una rapida sintesi evidenzia quanto di questo passato si sia tramandato fino a noi in termini di costumi, credenze, luoghi di culto, produzioni, oggetti, forme. Tema centrale del Museo, articolato in 15 grandi sale espositive, è infatti il concetto di continuità, di persistenza culturale, illustrato attraverso un allestimento museografico didattico e coinvolgente, supportato da strumentazioni multimediali, laboratori didattici, biblioteca, fototeca, audioteca, laboratori di restauro, magazzini, sale per mostre e auditorium, per complessivi 3500 mq. Da qualche anno la Fondazione ha sviluppato una strategia di fundraising volta a promuovere il coinvolgimento delle aziende private locali nel completamento della ristrutturazione e ammodernamento dell'immobile di proprietà del Comune di Pescara e dal 1998 dato in comodato gratuito alla Fondazione che ospita il Museo delle Genti d'Abruzzo. In particolar modo la partecipazione degli imprenditori locali è stata determinante per la realizzazione di alcuni dei servizi aggiuntivi del museo quali l'auditorium, la biblioteca, il caffè letterario, le sale dedicate alle mostre e agli eventi. In occasione dei lavori di ristrutturazione dell'edificio è stata quindi avviata una vera e propria campagna di raccolta fondi che ha avuto come risultato il conseguimento di alcune grandi donazioni da parte di imprenditori locali sensibili alla problematica e desiderosi di partecipare alla riqualificazione del più importante museo cittadino. Nel 1999 l'imprenditore Pietro Barberini, titolare dell'omonima azienda che produce e commercializza prodotti nel settore dell'ottica, ha erogato alla Fondazione Genti d'Abruzzo la prima grande donazione per la realizzazione della biblioteca con l'annesso Caffè letterario «Pietro Barberini». Nel 2000 l'Associazione per le Scienze Mediche «Leonardo Petrucci» ha stanziato i fondi necessari per la realizzazione dell'Auditorium «Leonardo Petrucci». Nel 2003 la Fondazione ha costituito la Genti d'Abruzzo srl di cui è l'unica socia, con il fine di sviluppare le attività e i servizi aggiuntivi a carattere lucrativo, fra i quali il punto vendita del Museo. Alla società è stata affidata la gestione del Centro Didattico Sperimentale del Museo che dal 1998 svolge attività didattiche di laboratorio guidate da operatori museali impegnati nella ricerca e nella progettazione in linea con i più aggiornati orientamenti suggeriti dalla pedagogia scientifica applicata ai musei.

### Fondazione Giorgio e Isa de Chirico

Piazza di Spagna, 31, 187 Roma (RM) □ Tel. 06 6796546 □ Fax 06 6796546 □ www.fondazionechirico.it □ fondazionechirico@tiscali.it □ Presidente: Paolo Picozza

La Fondazione Giorgio e Isa de Chirico nasce nel 1986 per volontà di Isabella Far de Chirico, vedova del celebre pittore, con la direzione di Claudio Bruni Sakraischik, curatore del Catalogo Generale, per tutelare la personalità intellettuale e artistica di Giorgio de Chirico. Nel 1987 Isabella Far de Chirico dona allo Stato italiano le 24 opere dell'artista che sono entrate a far parte delle collezioni della Galleria Nazionale d'Arte Moderna di Roma. Alla morte di Isabella Far, avvenuta a Roma nel novembre 1990, la Fondazione eredita la casa del pittore e la maggior parte del suo patrimonio artistico. Nell'agosto 1991 si spinge a Los Angeles Claudio Bruni Sakraischik, lasciando alla Fondazione il suo archivio di Giorgio de Chirico. Nel 1993 la Fondazione Giorgio e Isa de Chirico ottiene il riconoscimento della personalità giuridica e quindi l'autorizzazione ad accettare il patrimonio retto. Da allora opera attivamente in varie direzioni per il conseguimento delle seguenti finalità: raccolta e conservazione della documentazione inerente all'opera complessiva di de Chirico (nella sua globalità di espressione pittorica, grafica, scultorea e letteraria); prosecuzione dell'archiviazione delle opere autentiche del Maestro, al fine di contrastare il fenomeno delle falsificazioni; istituzione di borse di studio, per favorire la conoscenza e gli studi sull'arte di de Chirico; promozione di mostre e convegni sia in territorio nazionale sia all'estero; pubblicazione di scritti di de Chirico e di studi sull'artista. Nel 2007 la Fondazione ha organizzato la mostra «**Giorgio de Chirico and Greece: Voyage through memory**», a cura di Takis Mavrotas presso l'Atinais Cultural Centre di Atene (in seguito riproposta all'Onassis Cultural Center di New York). Da dicembre 2007 a febbraio 2008, nell'Istituto Valencia d'Art Modern (Valencia) è stata allestita la mostra «**Il secolo di Giorgio de Chirico. Metafisica ed architettura**» a cura di Vincenzo Trione. Nel corso del 2007 la Fondazione ha anche prestato sue opere per le seguenti esposizioni: «**Apocalisse. L'ultima rivelazione**», Illegio, Casa delle Esposizioni, poi spostata a Roma presso i Musei Vaticani; «**Il primo Novecento italiano**», «**Il Cavallo fra Arte mito e Leggenda**», ospitata presso Villa Filippini a Befana Brianza; «**Renato Guttuso. La potenza dell'immagine**» presso il Museo Guttuso di Bagheria.

### Fondazione Guastalla

Via M. Barozzi, 6, 20122 Milano (MI) □ Tel. 02 76318866 □ Fax 02 76028214 □ Via Franscini 10, Mendrisio (Svizzera) □ Tel. 0041 91 6469262 □ Fax 0041 91 6469272 □ www.fondazione-guastalla.ch; www.fondazioneguastalla.com □ s.scura@fondazioneguastalla.com □ Patrimonio netto al 31.12.2007: da 100.000 a 500.000 euro □ Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007: da 50.001 a 200.000 euro □ Fonte di finanziamento: Contributi privati □ Presidente: Giovanni Guastalla □ Vice Presidente: Ludovico Pratesi □ Referente: Simona Scura □ Referente: Tiziana Laino

La Fondazione Guastalla nasce nel 2004 per volontà del consulente fiscale societario Giovanni Guastalla che ha deciso di creare una collezione attraverso l'istituzione di una Fondazione, e ha scelto come filo conduttore la promozione dell'arte italiana delle ultime generazioni. Una scelta di campo che unisce al piacere privato di acquistare le opere la volontà di sostenere l'attività e la ricerca di giovani artisti, di renderle visibili e valorizzarne le qualità. In tal modo il collezionista si trasforma in un «osservatore partecipante», capace di scommettere su artisti ancora in formazione e di proporli ad altri potenziali collezionisti. La collezione, curata dal centro d'arte prof. Ludovico Pratesi, comprende attualmente circa sessanta opere realizzate da artisti delle ultime generazioni che dagli anni Ottanta si sono affermati sulla scena artistica internazionale, per l'originalità delle loro ricerche: nate da un'interpretazione della realtà espressa at-

traverso immagini complesse, legate a problematiche attuali e scottanti, come il rapporto tra l'uomo e la natura, il degrado delle periferie urbane, la personalizzazione del corpo femminile determinata dalla moda, la forza alienante dei videogames o la deformazione del quotidiano operata dalla televisione. L'attività della Fondazione riguarda l'organizzazione di conferenze a tema, tenute da Ludovico Pratesi, volte alla formazione e alla promozione di una cultura del collezionismo. Oltre alle conferenze, sono state inoltre organizzate visite guidate presso collezioni private e musei, seminari e tavole rotonde dedicate al mercato dell'arte contemporanea e visite presso le principali fiere espositive italiane d'arte. La Fondazione pubblica una newsletter bimestrale, dedicata alla promozione degli artisti della collezione e rivolta a un pubblico di collezionisti. La Fondazione sostiene mostre ed eventi legati alla promozione dell'arte contemporanea internazionale. Il 12 febbraio 2008 è stata inaugurata la prima sede espositiva della Fondazione, in viale Regina Margherita 262 a Roma: un appartamento ampio e luminoso con una sala conferenze e una biblioteca di arte contemporanea.

### Fondazione Guido ed Ettore De Fornaris

Via Magenta 3 028 Torino (TO) □ Tel. 011 801 □ Fax 011 801 □ fdf@fondazioneformaris.it □ Patrimonio netto al 31.12.2007: da 2 mln a 0 mln di euro □ Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007: da 200.001 a 1 mln di euro □ Fonte di finanziamento: Reddito patrimoniale □ Presidente: Piergiorgio Re □ Vice Presidente: Diego Novelli □ Referente: Marina Paglieri

La Fondazione Guido ed Ettore De Fornaris è nata a Torino nel 1982 per volontà testamentaria del mecenate e collezionista Ettore De Fornaris. Seguendo i suoi fini statutari, la fondazione acquisisce opere d'arte dall'Ottocento a oggi, organizza cicli di incontri e mostre, pubblica studi dedicati all'arte soprattutto di ambito piemontese. Le sue collezioni contano oggi più di 1.000 opere, in parte acquistate nel corso degli anni e in parte donate: tra le firme più prestigiose, quelle di Palagi, Hayez, Pellizza da Volpedo, Morbelli e poi Balla, Boccioni, de Chirico, de Pisis, Burri, Vedova, fino a Pistoletto, Paolini, Gastini, Zorio, Merz. Negli anni sono state acquistate anche importanti raccolte, quali la collezione Rossini, con opere di maestri del Novecento, e quella di arte contemporanea della casa editrice Einaudi. La Fondazione ha promosso una gara internazionale per una scultura simbolo delle Olimpiadi 2006. L'opera del vincitore, l'artista inglese Tony Cragg, tre colonne ellittiche intitolate «Punti di vista», è stata collocata in piazza D'Armi a Torino. Le opere acquisite dalla Fondazione vengono conservate ed esposte, secondo le volontà del donatore, presso la Galleria d'Arte Moderna e Contemporanea (GAM) di Torino, presso la quale la Fondazione ha sede. Nel 1996 hanno avuto inizio i Lunedì dell'arte, cicli di incontri su temi legati al mondo dell'arte che proseguono tuttora. L'ultima serie, dedicata ad Arte Economia Informazione si è svolta nel novembre 2007, in coincidenza con i 25 anni della Fondazione. In occasione di questo importante anniversario è uscito il volume *Fondazione De Fornaris. Venticinque anni d'arte 1982-2007* ed è stata realizzata alla GAM la mostra di una selezione delle più significative acquisizioni, a cura di Riccardo Passoni (27 novembre - 10 febbraio 2008).

Consiglio di Amministrazione: Piergiorgio Re, Diego Novelli, Pier Giovanni Castagnoli, Paolo Emilio Ferreri, Giovanni Ferrero, Enrico Filippi, Giorgio Giorgi, Carla Erica Spantigati, Paolo Vercellone, Lorenzo Ferreri

### Fondazione Istituto di Belle Arti e Museo Leone

Sede legale: Istituto di Belle Arti, Via Duomo 17. Museo Leone: Via Verdi 30, 13100 Vercelli (VC) □ Tel. 0161 253204/266429 □ Fax 0161 253204 □ www.museoleonevc.it □ museoleone@tiscali.it □ Patrimonio netto al 31.12.2007: 2.129.486 € □ Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007: 172.422 € □ Fonte di finanziamento: Contributi da fondazioni di origine bancaria □ Presidente: Amedeo Corio □ Vice Presidente: Ludovico Szegoe □ Referente: Anna Maria Rosso

L'origine dell'Istituzione risale al 1841, anno in cui nasce la Società per l'Insegnamento gratuito del Disegno, che aveva come scopo la formazione dei giovani artigiani e la qualificazione del loro lavoro attraverso l'insegnamento del disegno. Altro scopo statutario era quello della tutela del patrimonio artistico del territorio anche attraverso l'acquisizione di opere d'arte. In questa veste la Società, trasformatasi dieci anni dopo la sua fondazione in Istituto di Belle Arti, formò una collezione di oltre 140 tra dipinti e affreschi staccati, dagli anni Trenta in deposito presso il museo Borgogna di Vercelli. A partire dal 1907 l'Istituto ereditò i beni immobili e le preziose collezioni del notaio Camillo Leone, già amministratore dell'Ente. Tre anni dopo il Museo fu aperto al pubblico, ma l'organizzazione sistematica e definitiva delle collezioni risale al 1939. Qui trovano ancor oggi sede le collezioni più strettamente collegate alla storia della città, a partire dalla Preistoria per arrivare al XIX secolo e arricchite successivamente dalle raccolte di reperti archeologici romani di proprietà comunale. Le raccolte di arte decorativa sono invece esposte al piano nobile del settecentesco palazzo Langosco. Il Museo possiede anche una ricca biblioteca, che conta più di 15mila volumi e opuscoli editi tra il XVII e il XVIII secolo, e soprattutto il prezioso fondo antico, costituito da codici miniati e da 1200 circa tra Cinquecentine e Incunaboli. Il Museo, che aderisce all'Abbonamento Musei Piemontesi, organizza mostre, conferenze, convegni, esposizioni temporanee di raccolte o di singole opere di sua proprietà normalmente non accessibili, in collaborazione con Istituzioni come l'Università, il Comune, la Provincia, la Regione Piemonte, le Associazioni di Volontariato Culturale, ecc. Tra le iniziative dell'anno 2007 rientrano: una guida delle collezioni del Museo, finanziata dai Clubs services cittadini; la seconda edizione del progetto Diderot dal titolo: «**Matematica su ruote: la matematica... al cubo**», promosso dalla Fondazione CRT, a cura dell'Associazione CentroScienza ONLUS in collaborazione con il Dipartimento di Matematica dell'Università degli Studi di Milano; la pubblicazione del volume *Una vita da Museo*, antologia delle memorie manoscritte di Camillo Leone, in occasione del centenario della sua morte, che rispecchiano la vita politica, culturale e sociale della Vercelli fra il 1876 e il 1901; una mostra della collezione, in genere non esposta al pubblico, dei vasi peruviani (VI-VII sec. d.C.), in occasione della «Settimana della Cultura»; il convegno internazionale **Finem dare** dedicato all'importante stele bilingue latino-celtica conservata presso il Museo. Da alcuni anni il Museo Leone svolge un'intensa attività didattica, rivolta alle scuole di ogni ordine e grado, con proposte innovative di laboratori didattici e di scavo archeologico simulato, che hanno riscosso un successo notevole, anche al di fuori dei confini provinciali. Il programma didattico è inserito nel progetto **Jump: Giovani alla scoperta di Vercelli e dei suoi Musei**, in collaborazione con gli altri musei cittadini.

Consiglio di Amministrazione: Amedeo Corio, Ludovico Szegoe, Mario Bona, Antonio Corona, Francesco Ferraris, Gianni Mentigazzi, Giovanna Zanchi, Anna Maria Rosso, Antonella Avonti

### Fondazione Istituto per lo studio del vetro e dell'arte vetraria - I.S.V.A.V.

Piazza Consolato, 4, 170471 Altare (SV) □ Tel. 019 584734 □ Fax 019 5899384 □ www.museodelvetro.org □ info@museodelvetro.org; isvav@libero.it □ Patrimonio netto al 31.12.2007: 5.000.000 € □ Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007: 250.000 € □ Fonte di finanziamento: Finanziamento pubblico e redditi patrimoniali □ Presidente: Flavio Genta

La Fondazione «Istituto per lo studio del vetro e dell'arte vetraria», viene istituita nel 1991 con lo scopo prevalente della promozione storico-scientifica del vetro con particolare attenzione all'attività vetraria di Altare. Si propone nello specifico di sostenere la produzione del vetro soffiato e di provvedere alla raccolta artistica degli oggetti e delle attrezzature della Società Artistico Vetraria fondata nel 1856, primo esempio di cooperativa in Italia. Nell'ambito di tali attività, l'I-

stituto ordina, conserva e incrementa la raccolta dei documenti e delle pubblicazioni costituenti la biblioteca specializzata del vetro. Quanto sopra costituisce il patrimonio del **museo dell'Arte Vetraria**. L'attività vetraria nel sito di Altare sorge agli inizi del secolo XI. Il primo documento storico riferito a tale attività è del 1281. Nel 1495 risulta una regolamentazione giuridica scritta degli «Statuti e capitoli dell'arte vitrea del luogo di Altare», ma lo stesso testo fa intendere che ne dovettero esistere stesure precedenti. Così come ci è pervenuta l'approvazione del Marchese del Monferrato del 1512, che è da ritenersi una riconferma di precedente sanzione. In tale data nasce la «Universitas» del vetro di Altare coi suoi consoli e le sue leggi. Nel 1982 si costituisce l'Associazione ISVAV, con lo scopo di ordinare in forma museale la raccolta dei vetri storici e artistici della Società Artistico Vetraria (SAV) che cessa nel 1978 la produzione del vetro soffiato. Si trasforma in Fondazione nel 1991. Nel corso degli anni Novanta viene reso accessibile in forma continuativa il museo nella sede provvisoria dell'ex oratorio seicentesco di San Sebastiano. Nel 2005 viene inaugurata la sede definitiva del Museo dell'Arte Vetraria di Altare in Villa Rosa, edificio liberty costruito nel 1902 da Mons. G. Bertolotti su progetto dell'architetto Nicolò Campora. L'attuale raccolta comprende oltre 2100 opere in vetro nelle categorie: artistico, vetro d'uso e vetro per farmochimica dal secolo XVII al secolo XX, oltre 3200 attrezzature della ex SAV a partire dalla metà dell'Ottocento, nonché la collezione di libri e riviste conservate nella biblioteca specializzata del vetro. Attualmente nei giardini della sede è installata una fornace dimostrativa per la produzione di vetro soffiato che, nel corso dell'anno, viene saltuariamente attivata a integrazione della visita museale. Fra le attività ricorrenti vengono organizzati: mostre, studi e ricerche, convegni, premi e concorsi ed esposizioni.

### Fondazione La Quadriennale di Roma

Villa Carpegna - Piazza di Villa Carpegna, 165 Roma (RM) □ Tel. 06 98 □ Fax 06 989 □ [www.quadriennaleodiroma.org](http://www.quadriennaleodiroma.org) □ [info@quadriennaleodiroma.org](mailto:info@quadriennaleodiroma.org) □ Fonte di finanziamento: Contributi pubblici □ Presidente: **Gino Agnese** □ Direttore Generale: **Barbara Paccagnella** □ Referente: **Ilaria Della Torre**

La Quadriennale di Roma è l'istituzione nazionale che ha il compito di promuovere l'arte contemporanea italiana. Nata nel 1927 come mostra periodica, negli anni si trasforma prima in ente pubblico (1937), poi in una Fondazione (2001), partecipata dal Ministero per i Beni e le Attività Culturali e dal Comune di Roma, che svolge un'attività continuativa di carattere espositivo, editoriale e documentario. Aperto al pubblico è il suo Archivio Biblioteca (ArBiQ), che conserva e valorizza un patrimonio di grande interesse per gli studiosi e gli appassionati di storia dell'arte dai primi del Novecento a oggi. In campo espositivo, il 2008 ha visto la Fondazione impegnata nella preparazione della **XV Quadriennale d'Arte**, che è stata inaugurata il 18 giugno 2008 al Palazzo delle Esposizioni di Roma. Se la precedente edizione estendeva lo sguardo fino ai maestri degli anni Sessanta-Settanta ancora in attività, la XV Quadriennale circoscrive l'attenzione alle generazioni di artisti che hanno iniziato ad affermarsi in Italia negli ultimi vent'anni. L'obiettivo è quello di registrare le diverse declinazioni del nostro fare artistico negli ultimi due decenni, tra un confronto con l'eredità del Novecento e la ricerca di nuove dimensioni creative. Si è voluto, così, provare a tracciare una mappatura di esperienze ritenute rappresentative dei principali esiti della ricerca artistica condotta nel nostro paese dalla fine degli anni Ottanta a oggi. Alla XV Quadriennale partecipa un centinaio di artisti, ciascuno presente con un'opera molto recente, in molti casi realizzata appositamente, talvolta in situ. La mostra riserva un omaggio a Luciano Fabro, a un anno esatto dalla sua prematura scomparsa. A lui è dedicata l'apertura dell'esposizione: la scultura «Autunno», mai esposta in Italia e tra le ultime sue opere, è l'unico segno artistico che accoglie lo spettatore nella Sala della Rotonda. L'omaggio vuole simbolicamente ricordare l'innovatività del linguaggio di Fabro e l'importante eredità teorico-critica del suo insegnamento. La XV Quadriennale si concluderà questo 14 settembre con l'assegnazione dei premi agli artisti da parte di una Giuria internazionale. In campo editoriale, nella collana /

*Quaderni della Quadriennale* (Electa) è uscita la prima biografia mai pubblicata su Alberto Burri: «**Burri, una vita**», firmata da Piero Palumbo. Oltre 200 pagine, con un centinaio di fotografie (molte inedite) e scatti d'autore a firma di Amendola, Loy, Mulas, per conoscere Burri più da vicino, per cercare di capire le origini, la cultura, le amicizie, gli affetti di un uomo, per raccontare l'avventura esistenziale di un grande artista. Chiude il volume la sezione «Apparati», con una cronologia delle mostre personali e delle principali mostre collettive, l'indice dei nomi e la bibliografia. «Burri, una vita» è il frutto di una ricerca durata quasi due anni, alla quale ha collaborato l'Archivio-Biblioteca della Quadriennale di Roma. Il volume ha fatto da sfondo a una conversazione che si è svolta a Villa Carpegna il 28 febbraio di quest'anno con la partecipazione di Jannis Kounellis, Bruno Corà, Cornelia Lauf.

### Fondazione Logudoro Meilogu Museo d'Arte Contemporanea FLM

Via Sassari, 7040 Banari (SS) □ Tel. 079 826270/826199 □ Fax 079 826270 □ [www.fondazioneogudoro.com](http://www.fondazioneogudoro.com) □ [fondazioneogudoro@alice.it](mailto:fondazioneogudoro@alice.it); [info@fondazioneogudoro.com](mailto:info@fondazioneogudoro.com) □ Patrimonio netto al 31.12.2007: da 500.000 a 2 mln di euro □ Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007: da 50.001 a 200.000 euro □ Fonte di finanziamento: Contributi Pubblici e Privati in pari misura

La presenza di una fondazione culturale che promuove il proprio territorio elevandolo e rendendolo partecipe ai grandi temi culturali, è sempre cosa di grande interesse perché importanti sono le dinamiche che ne derivano (crescita culturale, sociale ed economica). È in queste poche parole che si racchiude l'ambiziosa finalità che ha la Fondazione Logudoro Meilogu, ente non profit riconosciuto a livello nazionale, dal 2003 **Museo d'Arte Contemporanea FLM**. Le proposte d'arte della Fondazione Logudoro Meilogu, che guardano con attenzione alle risorse culturali della Sardegna promuovendole con spettacoli musicali, rassegne teatrali, presentazioni di libri d'autore, concorsi d'arte figurativa e letteraria, corsi e fiere enogastronomiche, sono accolte dal grande pubblico con particolare entusiasmo. Anche per il 2007 la Fondazione Logudoro Meilogu ha proposto un ricco programma di attività: **«Identità e differenze del '900. Da Morandi a De Chirico. Da Picasso a Basquiat»** è stata la mostra più importante promossa nell'anno. Attraverso una selezionata scelta di oltre 115 opere provenienti dall'ampia collezione d'Arte contemporanea della Fondazione di Ca' La Ghironda (Zola Predosa, Bologna), si è proposto un percorso espositivo sugli aspetti più significativi della ricerca artistica internazionale del Novecento, sono stati documentati i movimenti estetici che costituiscono l'asse portante dell'arte dell'ultimo secolo, ma anche le esperienze di autori estranei alle tendenze d'avanguardia e legati alla tradizione. Con questa mostra che è stata inaugurata la nuova ala museale della Fondazione: un'importante opera architettonica di fattura antica che guarda all'impronta urbanistica sei-settecentesca del paese con interventi di ricerca futuristica. Altra mostra è stata **«Le tre G. Linguaggi artistici a confronto. Genesio Pistidda, Gianni Polinas e Giovanni Sanna»**: tre artisti nati e cresciuti in Sardegna hanno affrontato il tema comune della **«donna-madre-angelo-terra»**. Anche la collezione museale ha presentato nuovi e avvincenti allestimenti aventi come protagonisti Salvatore Fiume, Maria Janelli, Roberta Serenari e Giancarlo Marini. **«La scultura italiana da Francesco Messina a Arnaldo Pomodoro. Da Gavino Tilocca a Ali-Gi Sassu»** ha poi approfondito il dibattito critico sulla scultura e il suo rapporto tra architettura e decorazione, offrendo allo stesso tempo un quadro generale della produzione plastica degli artisti presenti in collezione. Guardando alla promozione delle risorse culturali, la Fondazione ha proposto una serie di avvenimenti letterari raccolti nel programma «Incontro con l'autore, letture e musiche al Museo FLM» che ha visto la presentazione degli ultimi lavori degli scrittori Gavino Ledda, Giampaolo Cassitta, Sandro Roggio e Giancarlo de Cataldo. La chiusura dell'attività del 2007 è stata affidata all'Associazione Polifonica Santa Cecilia di Sassari che ha eseguito il «Requiem» del compositore russo Alfred Schnittke, ensemble strumentale del Conservatorio di Luigi Canepa di Sassari. Pregevolissima l'attività del

2008: è con la mostra **«Classici splendori. Passioni senza tempo»** che la Fondazione inaugura il 28 giugno l'ampliamento museale che si affianca all'importante opera architettonica aperta al pubblico lo scorso anno. In esposizione una cinquantina di opere di grandissimo pregio storico e artistico del cinque-sei-settecento italiano soprattutto, ma con riverberi d'oltralpe, per raccontare lo scintillio di tre secoli di grande pittura.

□ Consiglio di Amministrazione: **Beniamino Carta, Giommaria Pinna, Antonio Lorenzo Porcheddu, Pasquale Porcu, Giovanna Licheri, Giuseppe Carta**

### Fondazione Luciano e Agnese Sorlini

Piazza Roma, 1, 25080 Carzago di Calvagese (BS) □ Tel. 030 601031 □ Fax 030 6000707 □ [www.fondazioneorsolini.com](http://www.fondazioneorsolini.com) □ [info@fondazioneorsolini.com](mailto:info@fondazioneorsolini.com) □ Presidente: **Luciano Sorlini** □ Referente: **Luciano Sorlini**

La Fondazione Luciano e Agnese Sorlini si trova a Carzago Riviera, nell'entroterra bresciano del lago di Garda. Istituita nel 2000, con lo scopo di rendere pubblica una importante raccolta di opere d'arte composta da dipinti, sculture e arredi antichi, nel 2008 ha ottenuto il riconoscimento nazionale. Ospitata in un complesso monumentale seicentesco, negli ambienti del piano nobile accoglie opere venete di rilevante interesse artistico dal XVI al XIX secolo. La Fondazione aderisce alle manifestazioni patrocinate dalla Regione Lombardia con l'apertura durante la Settimana della Cultura nel mese di maggio, la Settimana Europea del Patrimonio e Una Notte al Museo. Le visite sono ammesse su prenotazione nel pomeriggio del giovedì grazie alla collaborazione del Gruppo di Guide volontarie della fondazione.

### Fondazione Lungarotti ONLUS

Piazza Matteotti, 1, 6089 Torgiano (PG) □ Tel. 075 985486 □ Fax 075 985486 □ [www.lungarotti.it](http://www.lungarotti.it) □ [fondlung@lungarotti.it](mailto:fondlung@lungarotti.it) □ Patrimonio netto al 31.12.2007: da 100.000 a 500.000 euro □ Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007: da 10.001 a 50.000 euro □ Fonte di finanziamento: Contributi privati □ Presidente: **Chiara Lungarotti** □ Direttore: **Maria Grazia Marchetti Lungarotti** □ Referente: **Raffaella Sforza**

La Fondazione Lungarotti è nata nel 1987 a sostegno dell'economia vitivinicola e olivicola del territorio di Torgiano. Da anni si occupa della promozione di attività di studio, iniziative culturali e manifestazioni artistiche volte a valorizzare il patrimonio agricolo umbro e italiano. All'interno di un ampio ed elaborato progetto di turismo culturale - che le ha valso riconoscimenti ambiti come il «Prix de l'Excellence Regionale» assegnatole nell'ambito del concorso internazionale Tourmusée, o la menzione speciale di merito al concorso «Intrapresa» promosso dalla Fondazione Guggenheim in collaborazione con Poste Italiane e Confindustria - ha creato un complesso e articolato sistema integrato che ruota intorno a due realtà museali di particolare interesse: il **Museo del Vino** e il **Museo dell'Olio e dell'Olivo**. Il Museo del Vino, aperto al pubblico nel 1974, sviluppa una elaborata e dettagliata ricerca sul tema vitivinicolo e bacchico attraverso l'esposizione di reperti archeologici, ceramiche, incisioni, ferri, testi antiquari, corredi tecnici per la viticoltura e la vinificazione, testimoniando l'importanza del vino nell'immaginario collettivo dei popoli del Mediterraneo. Il Museo dell'Olio e dell'Olivo, inaugurato nel 2000, documenta le tecniche di coltivazione e di trasformazione della pianta e del suo frutto, i loro usi e la loro presenza nella sfera simbolico-culturale dei paesi occidentali tramite l'esposizione di attrezzi agricoli, imponenti macchine olearie, argenti, vetri, manufatti rappresentativi delle diverse arti minori. Nel corso del 2007, la Fondazione Lungarotti ha organizzato le mostre: «In vino musae. Italian wine exhibition» (Tokyo, Nagoya, Kyoto per la Primavera italiana in Giappone 2007); «Cuore Vivo. Le lucerne di Aldo Rontini» (Museo dell'Olio e dell'Olivo, Torgiano); «La vite e l'olivo in Umbria. Pianete di civiltà» (in collaborazione con Consiglio Regionale dell'Umbria).

**Pompeo Batoni 1708-1787**  
L'Europa delle Corti e il Grand Tour  
Luca Palazzo Donati e Gianluigi Rossi (a cura di) 2008

**per l'arte**

**FONDAZIONE CENTRO STUDI SULL'ARTE LICIA E CARLO LUDOVICO RAGGHIANTI**

**la Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca per l'arte e la cultura**



### Fondazione Magnani Rocca

Via Fondazione Magnani Rocca, 4, 43029 Mamiano di Traversetolo (PR) □ Tel. 0521 848327/848148 □ Fax 0521 848337 □ [www.magnanirocca.it](http://www.magnanirocca.it) □ [info@magnanirocca.it](mailto:info@magnanirocca.it) □ Patrimonio netto al 31.12.2007: oltre i 10 mln di euro □ Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007: da 200.001 a 1 mln di euro □ Fonte di finanziamento: Reddito Patrimoniale e Attività Espositiva □ Presidente: **Manfredo Manfredi**

La sede museale della Fondazione Magnani Rocca, inaugurata nella primavera 1990 nella villa di Mamiano di Traversetolo (Parma), ospita la prestigiosa collezione di Luigi Magnani (1906-1984), che annovera, fra le altre, opere di Gentile da Fabriano, Filippo Lippi, Dürer, Tiziano, Rubens, Van Dyck, Goya e, fra i contemporanei, Monet, Renoir, Cézanne, sino a de Chirico, de Pisis, cinquanta opere di Morandi, Burri, oltre a importanti sculture di Canova, Bartolini e Manzù. Nella villa la collocazione degli arredi è stata lasciata il più possibile invariata, per conservare la sua atmosfera di casa vissuta: al suo interno vi si trovano, infatti, straordinari mobili e oggetti di epoca Impero, fra i quali la vasca in malachite del Thormire, dono dello Zar Alessandro I a Napoleone, e mobili di Jacob. Per quanto riguarda gli impianti tecnici e le strutture espositive, si sono seguite le modalità più avanzate a livello internazionale, al fine di garantire la perfetta conservazione delle opere d'arte e le caratteristiche che rendono il museo idoneo a ospitare anche opere di altre istituzioni. La Fondazione, infatti, è spesso sede di mostre temporanee di altissimo livello: nel 2006 grande successo ha ottenuto la mostra «Goya e la tradizione italiana», grazie all'intervento della Fondazione Cariparma, della Casa di Risparmio di Parma e Piacenza e dell'Unione Parmense Industriale; nel 2007 le mostre «Sironi metafisico» e «Burri. Opere 1949-1994» hanno confermato la qualità e il successo delle iniziative. La villa-museo è situata in un bellissimo e vastissimo parco secolare popolato di animali che rende la Fondazione meta estremamente piacevole, oltre che di notevole interesse culturale per i visitatori. La Fondazione Magnani Rocca si propone come centro culturale non solo di arti figurative, ma anche di attività musicali e letterarie, come era nello spirito del Fondatore Luigi Magnani, attento alle «correspondances» fra le varie espressioni artistiche. È disponibile il volume *Fondazione Magnani Rocca. Catalogo Generale* (Nardini editore), a cura di Simona Tosini Pizzetti e di Stefano Roffi, realizzato sempre grazie al sostegno della Fondazione Cariparma, che ha contribuito finanziariamente, anche negli anni precedenti, alle attività della Fondazione. La Fondazione Magnani Rocca infatti non riceve contributi pubblici, ma si sostiene esclusivamente grazie al proprio patrimonio non artistico e ai proventi del museo.

### Fondazione Marco Montalbano

Via Petrone, 5, 95029 Viagrande (CT) □ Tel. 095 7901212 □ Fax 095 7901212 □ [www.marcomontalbano.org](http://www.marcomontalbano.org) □ [info@marcomontalbano.org](mailto:info@marcomontalbano.org) □ Patrimonio netto al 31.12.2007: da 100.000 a 500.000 euro □ Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007: da 10.001 a 50.000 euro □ Fonte di finanziamento: Contributi pubblici □ Presidente: **Paolo Montalbano** □ Referente: **Paolo Montalbano**

La Fondazione è stata costituita su iniziativa dei genitori del giovane disegnatore Marco Montalbano scomparso nel 1985. Riconosciuta giuridicamente nel 1990, la Fondazione ha iniziato la sua attività nel 1991 con una mostra di tavole originali di fumetti, intitolata «I diritti umani». Dal 1992 è iniziata la costituzione di una biblioteca relativa a opere di genere letterario e iconografico sulle arti figurative (in modo particolare il fumetto). Nell'anno 2007 sono proseguite le iniziative di corsi di fumetti, in collaborazione con l'Associazione Progetto d'Arte e il Patrocinio della Provincia Regionale di Catania e corsi di pittura per bambini e ragazzi presso la sede della Fondazione. Sempre presso la Fondazione, nel mese di ottobre ha avuto luogo la mostra per giovani artisti siciliani «VisceraliArte». Dal 28 al 30 settembre, durante la manifestazione «XVII Sagra della vendemmia», che si svolge ogni anno a Viagrande, la Fondazione ha preso parte a un dibattito culturale sul fumetto e le arti visive. Negli ultimi mesi dell'anno è stato organizzato un laboratorio «Dal giornale al fumetto», presso l'Istituto Statale Giovanni Verga di Viagrande cui hanno preso parte collaboratori della Fondazione.

□ Consiglio di Amministrazione: **Paolo Montalbano, Massimo Asero, Laura Maria Attaguile, Vito Librando, Serafino Montalbano, Enzo Sanfilippo, Aldo Spati**

### Fondazione Maria Adriana Prolo Museo Nazionale del Cinema

Via Montebello, 20, 10124 Torino (TO) □ Tel. 011 8138508 □ Fax 011 8138501 □ [www.museocinema.it](http://www.museocinema.it) □ [info@museocinema.it](mailto:info@museocinema.it) □ Patrimonio netto al 31.12.2007: da 2 mln a 10 mln di euro □ Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007: oltre 1 mln di euro □ Fonte di finanziamento: Contributi pubblici □ Presidente: **Alessandro Casazza** □ Direttore: **Alberto Barbera** □ Referente: **Maria Grazia Giroto**

La Fondazione Museo Nazionale del Cinema è nata nel 1992 con lo scopo di promuovere attività di studio, ricerca e documentazione in materia di cinema, fotografia e immagine. La Fondazione dispone di un ricchissimo patrimonio e conta 16.000 titoli di film (muti e sonori), 820.000 documenti fotografici, 23.300 apparecchi e oggetti d'arte, 503.000 manifesti e materiali pubblicitari, oltre 28.000 volumi, 130.000 fascicoli di riviste, 1900 registrazioni sonore cinematografiche e un archivio cartaceo di grande valore storico. In particolare, sono presenti oggetti unici del periodo che precede la nascita del cinema e del muto, una collezione considerata tra le più preziose al mondo. Grazie a questo patrimonio ricco e articolato il Museo è oggi un centro della memoria del cinema tra i più importanti sul piano internazionale; un'attività costante di censimento, catalogazione e restauro consente di tutelare e valorizzare queste collezioni e di contribuire così alla diffusione e alla conoscenza della storia del cinema. Dal 2000 il Museo è ospitato all'interno della Mole Antonelliana, edificio simbolo della città di Torino; in quasi 7 anni ha raggiunto 3 milioni e 100mila visitatori, ottenendo un grande consenso a livello internazionale. Contribuisce ad aumentare il fascino del Museo l'ascensore panoramico che attraversa l'edificio sino a raggiungere, oltre la cupola, il «tempietto» esterno, consentendo di ammirare il panorama della città. Il Museo ha proposto nel 2007 una ricca attività espositiva, accompagnata da retrospettive, incontri con registi e attori, con pubblicazione di cataloghi editi dal Museo o in partnership con l'editrice Il Castoro. Tra le mostre più importanti: «Gianni Amelio. Lo schermo di carta. Storia e storie dei cineromanzi», una ricca selezione dei fondi di cineromanzi appartenenti alla collezione privata dello stesso Amelio e alle collezioni della Biblioteca del Museo; «La Ferrari e il Cinema», in occasione dei 60 anni della Ferrari, mostra fotografica dedicata agli attori e ai film che hanno contribuito a diffondere il fascino della leggendaria automobile; nell'ambito del progetto «Oltre la visione: il museo da toccare, il cinema da ascoltare», la nuova area tattile Mole Antonelliana che consente un'esperienza museale insolita e stimolante, accessibile anche ai visitatori ipovedenti e non vedenti; la mostra fotografica «Angelo Frontoni. Mediterraneo», in occasione dell'acquisto congiunto da parte della Cineteca Nazionale e del Museo dell'archivio del grande reporter Angelo Frontoni, noto come «il fotografo delle dive»; «Lucidità inquieta. Il cinema di Elio Petri», un omaggio alla carriera del grande regista; «Ballabile in bianco e nero e Ballabile a colori» realizzati dal regista Gianni Amelio, due film di montaggio destinati ai grandi schermi del Museo, una selezione di sequenze di ballo tratte dai più importanti e significativi film italiani dal secondo dopoguerra a oggi; «La Collezionista. Carole Bellaïche, fotografa ai Cahiers du cinéma», ritratti d'autore di alcuni tra i più grandi registi, attori e attrici del cinema contemporaneo, fotografati da Carole Bellaïche per i Cahiers du cinéma e infine il nuovo spazio espositivo dedicato a Marco Ferreri in occasione del decimo anniversario della sua morte e dell'acquisizione dell'archivio personale dell'artista, donato al Museo da Jacqueline Ferreri. Presso il Cinema Massimo si sono svolti incontri e rassegne, cineconcerti: una giornata alla scoperta del Cinema Digitale, Ezio Bos-

so vs The Lodger, incontro con Sydney Pollack, Marlene Kuntz vs La Signorina Else, incontro con Kurosawa Kiyoshi, Caligari - Cineconcerto dei Supershock, I giardini di Miro' vs Il Fuoco. Oltre agli eventi prodotti dal Museo, sono state organizzate alcune importanti manifestazioni, fra le quali emergono: le Celebrazioni della Nuova Fiat 500, la Notte dei Musei, Settembre Musica, Caffè della Scienza e Artissima Cinema. Il Museo organizza inoltre il Torino Film Festival, CinemaAmbiente e il Festival a Tematiche Omosessuali.

### Fondazione Marini S. Pancrazio Museo Marino Marini

Piazza S. Pancrazio, 50123 Firenze (FI) □ Tel. 055 219432 □ Fax 055 289510 □ [www.museomarinomarini.it](http://www.museomarinomarini.it) □ [info@museomarinomarini.it](mailto:info@museomarinomarini.it) □ Patrimonio netto al 31.12.2007: da 2 mln a 10 mln di euro □ Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007: da 50.001 a 200.000 euro □ Fonte di finanziamento: Contributi pubblici □ Presidente: **Carlo Sisi** □ Vice Presidente: **Sauro Massa**

La Fondazione, nata nel 1988, ha lo scopo di assicurare la conservazione, la tutela, la valorizzazione e l'esposizione al pubblico delle opere donate dall'artista Marino Marini (1901-1980) e dalla moglie; la Fondazione gestisce il Museo Marino Marini situato nel centro storico di Firenze, tra Palazzo Strozzi e Santa Maria Novella, nella ex chiesa di S. Pancrazio dove le suddette opere sono raccolte ed esposte, e gestisce la sottostante cripta, promovendo anche manifestazioni espositive e altri eventi artistici e culturali. L'edificio, facente parte dell'insediamento ecclesiastico di San Pancrazio, già documentato agli inizi del IX secolo, viene costituito in prioria dopo il 1100; alle monache benedettine che lo hanno in uso tra il XII e XIII secolo subentrano i valombrosani, che attuano una radicale ristrutturazione del convento, completata tra il 1457 e il 1467 dall'intervento di Leon Battista Alberti. La sua cappella del Santo Sepolcro, originariamente comunicante con l'interno della chiesa, viene isolata nel 1808, anno della soppressione napoleonica e della sconsecrazione di San Pancrazio, per la rimozione del triforio albertiano, ricomposto in facciata con proporzioni fortemente variate. Un destino di profanazione attende l'edificio: alla dispersione degli arredi segue l'impiego come Lotteria Granducale, Pretura, sede della Manifattura Tabacchi e deposito militare. L'edificio storico è stato infine sottratto a usi impropri quando un fine e ragionato restauro a cura degli architetti Lorenzo Papi e Bruno Sacchi lo ha restituito alla città come spazio museale. Il Museo Marino Marini è stato inaugurato il 22 ottobre 1988 e raccoglie 183 opere di Marino Marini: disegni, litografie, dipinti, sculture, tutte esposte al pubblico sui quattro livelli del museo. La loro disposizione è piuttosto tematica che cronologica, intendendosi come «tema» più uno stato d'animo che un soggetto iconografico: essa ruota intorno all'imponente gruppo equestre dell'Aja (1957-58) collocato nell'epicentro dell'antico spazio liturgico e immerso nella luce naturale proveniente dalla grande vetrata absidale. Nel corso del 2007 la Fondazione ha organizzato i seguenti progetti espositivi: «Gianni Rodari nel mondo» in collaborazione con l'Assessorato alla Pubblica Istruzione del Comune di Firenze; «Agnese Parronchi. Sculture»; «Poi piove dentro a l'alta fantasia»; «Neri Fadiati. Fotografie 1997-2007»; «Birdlitting, performance di Letizia Renzini; Giovanni Ragusa. Via mare. Rotte impossibili»; infine la mostra «Alain Bonnelotti. Nudes» rimasta aperta fino al 2 febbraio 2008.

□ Consiglio di Amministrazione: **Carlo Sisi, Sauro Massa, Alfredo Coen, Anna Maria Manetti, Paolo Pedrazzini, Gaetano Viciconte**

### Fondazione Memmo

Palazzo Ruspoli - Via di Fontanella Borghese, 56, 186 Roma (RM) □ Tel. 06 6832179 □ Fax 06 6832177 □ [www.fondazionememmo.it](http://www.fondazionememmo.it) □ [fondazionememmo@palazzoruspoli.it](mailto:fondazionememmo@palazzoruspoli.it) □ Fonte di finanziamento: Contributi privati □ Presidente: **Daniela Memmo d'Amelio** □ Presidente: **Patrizia Memmo Ruspoli** □ Presidente Onorario: **Roberto Memmo**

La Fondazione Memmo nasce per volontà del suo fondatore l'avv. Roberto Memmo, famoso collezionista e appassionato d'arte, con la finalità di avvicinare i giovani e il vasto pubblico al mondo dell'arte attraverso la diretta conoscenza di capolavori di tutti i tempi e delle più varie civiltà.

Una scelta, quella di dar vita alla Fondazione, che diventa un gesto di amore per l'arte da condividere con gli altri. La Fondazione «ha lo scopo di favorire e sviluppare lo studio dell'arte e della cultura, realizzando le iniziative ritenute più opportune per la diffusione, a livello nazionale e internazionale, delle scienze artistiche, culturali e sociali...».

Le finalità statutarie sono realizzate mediante il sostegno della ricerca scientifica, la conservazione e il restauro delle opere d'arte, la divulgazione e l'organizzazione diretta o indiretta di convegni, seminari e mostre, anche in collaborazione con musei, università e imprese pubbliche e private.

La sede principale della Fondazione è il prestigioso Palazzo Ruspoli in Roma, un importante centro di promozione per attività culturali, per la realizzazione di mostre internazionali e un punto di riferimento per la costante e impegnata opera di diffusione e divulgazione culturale.

A partire dal 1990, le iniziative culturali promosse dalla Fondazione si sono moltiplicate e il pubblico, non solo romano, ha dimostrato di apprezzare in maniera particolare le mostre d'arte che si sono succedute. Nel 2007 la Fondazione ha organizzato a Palazzo Ruspoli la grande mostra: «Da Cranach a Monet. Capolavori dalla collezione Pérez Simón». I 57 dipinti presentati al pubblico sono stati solo un esempio della ricchezza della collezione, della quale la scelta costituiva un riflesso fedele. Il percorso proposto partiva dal XIV secolo, con opere della scuola italiana, per terminare con il XIX secolo, uno dei punti di forza della collezione messicana.

Oltre allo spazio espositivo di Palazzo Ruspoli, la Fondazione dispone di altre tre sedi: lo Spazio Etolie-Centro Congressi (Roma), Palazzo Memmo (Lecce) e Palazzo Cappello (Venezia).

□ Consiglio di Amministrazione: **Daniela Memmo d'Amelio, Patrizia Memmo Ruspoli, Roberto Memmo**

### Fondazione Merz

Via Limone, 24, 10141 Torino (TO) □ Sede legale: Via Santa Chiara 30/F, 10122 Torino □ Tel. 011 19719437 □ Fax 011 19719805 □ [www.fondazionemerz.org](http://www.fondazionemerz.org) □ [info@fondazionemerz.org](mailto:info@fondazionemerz.org) □ Patrimonio netto al 31.12.2007: da 500.000 a 2 mln di euro □ Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007: da 200.001 a 1 mln di euro □ Fonte di finanziamento: Contributi privati □ Presidente e Direttore: **Beatrice Merz** □ Referente: **Nadia Biscaldi**

La Fondazione, nata per volontà di Mario e Beatrice Merz, ha aperto ufficialmente i suoi spazi espositivi nell'aprile del 2005. Ospita il fondo di opere di Mario Merz con lo scopo di conservarlo, tutelarlo e renderlo accessibile al pubblico; sostiene la ricerca sull'arte contemporanea attraverso un centro studi comprendente una biblioteca e un archivio; promuove iniziative culturali. Alle mostre della collezione si alternano progetti espositivi temporanei di artisti invitati a dialogare e confrontarsi con lo spazio e i lavori di Mario Merz. Le esposizioni nascono dall'importanza che il luogo e la sua intensa memoria rivestono nell'accogliere le opere e nell'interagire con esse. Nel corso del 2007 la Fondazione Merz ha presentato le seguenti esposizioni: dal 9 novembre 2006 al 4 febbraio 2007 la Fondazione ha ospitato «Tanatosi», mostra dell'artista Marzia Migliora, primo «esperimento» con un progetto di un giovane artista; «Mario Merz Disegni», un'importante retrospettiva con oltre 200 disegni dell'artista, mostra realizzata in collaborazione con il Kunstmuseum di Winterthur; dal 7 novembre una retrospettiva dedicata a **Giuseppe De Dominicis** che ha offerto la rara opportunità di vedere dal vivo quaranta opere del noto artista. Il Dipartimento Educativo della Fondazione presenta la rassegna «Una domenica lunghissima», una serie di incontri domenicali dedicati alle famiglie, per raccontare opere e artisti del nostro tempo attraverso la lettura animata di libri che legano insieme l'arte della scrittura alle arti visive. Ha infine partecipato alle attività didattiche dello Spazio Ragazzi al Salone di Libro 2007 e a diverse iniziative pubbliche, oltre alla quotidiana accoglienza di gruppi scolastici e alla gestione di laboratori didattici.

□ Consiglio di Amministrazione: **Stefano Ponchia, Patrizio Tosetto, Beatrice Merz**

### Fondazione Miniscalchi-Erizzo

Via San Mammaso, 2/a, 37121 Verona (VR) □ Tel. 045 8032484 □ Fax 045 8032484 □ [www.museo-miniscalchi.it](http://www.museo-miniscalchi.it) □ [info@museo-miniscalchi.it](mailto:info@museo-miniscalchi.it) □ Fonte di finanziamento: Reddito patrimoniale □ Presidente: **Bonifacio Spinola Miniscalchi-Erizzo** □ Direttore: **Gian Paolo Marchini**

Il Museo Miniscalchi-Erizzo è proprietà dell'omonima Fondazione, ente morale riconosciuto con decreto presidenziale nel 1965 che ha sede in un complesso di edifici contigui nel cuore della città. Il corpo di fabbrica da cui si accede al Museo è un importante esempio di architettura tardo-gotica, unico nel contesto urbano veronese. La facciata, impostata su tre registri è segnata, in particolare, da un prezioso portale archi-acuto strombato in tricromia marmorea e da due grandi bifore che si aprono al centro del piano nobile. La costruzione dell'edificio risale all'ultimo quarto del XV secolo ed è attribuita al lapicida lombardo Angelo di Giovanni. Verso il 1590 la facciata viene affrescata, secondo un gusto molto diffuso nella Verona del Cinquecento: la composizione pittorica è rispettosa delle scansioni architettoniche: il registro inferiore della facciata è decorato da un fregio continuo a tralci policromi animati da putti che cavalcano pantere: ne è autore Tullio India il Vecchio (1550 ca.-1624); tra le due bifore si legge ancora «Il banchetto di Damocle»; al secondo piano «Il giudizio di Salomone»; ai lati una figura allegorica di «Minerva» e una di «Marte», il tutto scandito da finte nicchie, lesene, festoni di frutta e di fiori con mascheroni. Autore delle pitture è Michelangelo Aliprandi (1527 ca.-1595), un imitatore di Paolo Veronese. Attraverso un ampio atrio, ricco di testimonianze dell'originaria struttura dell'edificio quattrocentesco, si accede allo scalone neoclassico che conduce al primo piano, dove, attraverso quindici sale, è allestito il Museo. Al piano terreno si apre anche uno spazio, ricavato

**FONDAZIONE DE FORNARIS**

**Dal 1982 al fianco della GAM.**

Nata in seguito al lascito del collezionista e mecenate Ettore De Fornaris, la Fondazione da venticinque anni incrementa con acquisti e donazioni le raccolte della GAM – Galleria d'Arte Moderna e Contemporanea di Torino. Più di mille le opere dell'Otto e Novecento e contemporanee acquisite: numerose di queste sono visibili nell'attuale allestimento del museo.

La Fondazione De Fornaris promuove pubblicazioni e organizza eventi e incontri: i *Lunedì dell'arte* sono dal '96 un appuntamento fisso con la città.

**Fondazione Guido ed Ettore De Fornaris**  
via Magenta 31 - 10128 Torino  
tel. e fax 011.542491  
[fdf@fondazionedefornaris.it](mailto:fdf@fondazionedefornaris.it)  
[www.fondazionedefornaris.it](http://www.fondazionedefornaris.it)



























La Fondazione Nobile Famiglia Spinola ha origini molto lontane ricollegabili alle antiche adunanze di casa Spinola. Dal 1990 essa si è data un nuovo statuto e nel 1991 ha ottenuto il riconoscimento della Regione Liguria. Fin dagli inizi, gli scopi principali della Fondazione sono stati la cura e l'amministrazione della **Chiesa di San Luca in Genova**, da sempre parrocchia gentilizia della famiglia Spinola. La Fondazione intende, inoltre, promuovere attività culturali in campo storico, artistico, musicale e attività di studio, e si propone come un significativo punto di riferimento nel panorama culturale cittadino e nazionale, organizzando o favorendo convegni e seminari e concedendo sovvenzioni, premi e borse di studio per lavori su temi riguardanti la storia della famiglia e della città di Genova. Nel corso del 2007, la Fondazione ha intensificato il suo impegno nei confronti della Chiesa di San Luca, garantendone sia la quotidiana apertura sia il regolare svolgimento del culto e organizzando momenti musicali pomeridiani con visite guidate gratuite al centro storico per i turisti. La Fondazione ha inoltre allargato le proprie attività ad aiuti e sostegni in campo sociale. Ha inoltre dedicato, come già in passato, una speciale attenzione all'indagine tra poesia e musica con la quarta edizione del canto letterario rivolta quest'anno al repertorio di compositori russi. Durante questi incontri, con il sostegno tecnico d'InfoMus a Casa Paganini, la formula del confronto tra le stesse poesie interpretate nella versione musicale e in quella puramente letteraria ha approfondito l'idea di «gesto vocale» arricchendosi inoltre di un dialogo tra pubblico e interpreti.

### Fondazione Studio Marangoni

**Sede legale: Via San Zanobi 32/R, 50129 Firenze** □ **Sede espositiva: Via San Zanobi 19/R e 32/R, 50129 Firenze (FI)** □ **Tel. 055 280368** □ **Fax 055 215052** □ **www.studiomarangoni.it** □ **info@studiomarangoni.it** □ **Patrimonio netto al 31.12.2007: fino a 100.000 euro** □ **Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007: 90.000 € (47% della spesa totale)** □ **Fonte di finanziamento: Vendita di prodotti e servizi** □ **Presidente: Martino Marangoni** □ **Vice Presidente: Alessandra Capodacqua** □ **Referente: Alessandra Capodacqua**

Lo Studio Marangoni ha avviato la sua attività nel 1989 come centro di iniziative culturali nell'ambito della fotografia contemporanea. Nel 1992 è stata creata la Fondazione Studio Marangoni, riconosciuta come ente morale dal Ministero dell'Interno, con l'intento di promuovere la ricerca, la documentazione e lo studio della fotografia contemporanea. Gli studi di fotografia vengono incentivati anche attraverso la concessione di borse di studio e premi speciali. Nel 1996 negli Stati Uniti è stata creata l'organizzazione «No-profit Friends of Studio Marangoni» il cui scopo è instaurare un'approfondita collaborazione tra singoli artisti, istituzioni e scuole italiane e americane attraverso l'organizzazione di mostre, conferenze, seminari e borse di studio. Dal 1997 è iniziata una collaborazione con il British Council per presentare al pubblico italiano, attraverso un ciclo di mostre, conferenze e workshop, il lavoro di giovani ma affermati fotografi inglesi. L'attività di promozione della fotografia contemporanea in questi anni viene concretizzata nella cura e organizzazione della **Biennale di Fotografia a Firenze (Firenze Fotografia 2000 e Toscana Fotografia 2002)** e con **Focus On Italy Biennale di Fotografia italiana a New York** (1999 e 2001) e nella compartecipazione all'organizzazione di festival ed eventi di fotografia all'estero. In particolare, il **FotoFest** di Houston (USA); i **Rencontres Internationales de la Photographie d'Arles** (Francia); la **Triennale di Fotografia Backlight** a Tampere (Finlandia); la mostra **«Tempi in Scena. Momenti della fotografia italiana»** alla Galleria Nei Licht di Dudelange (Lussemburgo); il **Festival Internazionale di Fotografia di Plovdiv**, Bulgaria. L'attività didattica riveste un ruolo di particolare importanza con il Corso Triennale di Fotografia, corsi brevi di fotografia corsi di fotografia in lingua inglese in collaborazione con New York University, Stanford University e Sarah Lawrence College. Parallelamente vengono svolti seminari, conferenze e mostre con autori di fama internazionale fra cui ricor-

diamo Martin Parr, Gabriele Basilico, Philip-Lorca diCorcia, John Davis, Ferdinando Scianna, Nick Waplington, Guido Guidi, Arnaud Claass, Paul Seawright, Toni Thorimbert, Mimmo Jodice, Philip Perkis.

Prosegue l'attività di seminari e conferenze sulla fotografia e l'arte contemporanea nelle stagioni 2006-07 e 2007-08; sono stati invitati Martin Breindl/alien productions ed Eva Brunner-Szabo (Austria), Cesare Pietroiusti, Mathieu Bernard-Reymond (Svizzera), Arnaud Claass (Francia), Paolo Verzone, Edward Rozzo, Nathalie Krag, Andrea Lissoni, Luca Molinari, Paul di Felice (Lussemburgo), Paolo Woods, Guido Guidi, Nathalie Krag, Mario Cresci, Luca Campigotto, Silvio Wolf, Marco Ugolini, Antonello Frongia, Marzia Migliora, Jay Wolke (USA), William Guerrieri. Il nuovo spazio espositivo FSMGallery in via San Zanobi 19/R, inaugurato il 1° aprile 2006 a pochi metri dalla sede centrale, ospita un'intensa attività espositiva. Queste le mostre di maggiore rilievo: Mathieu Bernard-Reymond e Loan Nguyen, **«Fotografie»**, in collaborazione con l'Istituto Francese di Firenze; **«Pointers»**, in collaborazione con il Fondo Finlandese per lo Scambio Artistico (FRAME) e la Comunità Europea; **«Taboo: 6 photographers from Austria»**, in collaborazione con Fluss Nö Fotoiniative e il Forum Austriaco di Cultura di Roma; **«Zone di Frontiera Urbana - Cantieri Fotografici»**, in collaborazione con la Fondazione Michelucci; **«La Stagione della Fotografia Spagnola»**: Jordi Bernadó, **«True Loving»**, Joan Fontcuberta, **«Googlegrams»**, Chema Madoz, **«Poetica»**, in collaborazione con l'Istituto Cervantes di Milano; **Premio Fotografico Atlante Italiano 007. Rischio paesaggio**, in collaborazione con il MAXXI di Roma.

### Fondazione Vittorio e Piero Alinari

**Via Fiume, 8, 50123 Firenze (FI)** □ **Tel. 055 2302057** □ **Fax 055 2302057** □ **www.fondazionealinari.it** □ **info@fondazionealinari.it** □ **Patrimonio netto al 31.12.2007: da 500.000 a 2 mln di euro** □ **Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007: fino a 10.000 euro** □ **Fonte di finanziamento: Reddito patrimoniale** □ **Presidente: Simone Magherini**

La Fondazione Vittorio e Piero Alinari nasce il 12 febbraio 1974 per volontà testamentaria di Anna Maria, ultima discendente della grande famiglia di fotografi. Senza fini di lucro, la Fondazione si propone di attivare e promuovere tutte le iniziative tese allo sviluppo della cultura artistica e letteraria italiana. Utilizzando le rendite del proprio patrimonio, la Fondazione bandisce due premi o borse di studio intitolati a **Vittorio Alinari** «da assegnarsi ad un autore che si sia particolarmente distinto nella realizzazione di un'opera pittorica o di scultura». A Piero Alinari è invece intitolato un premio o borsa di studio «da assegnarsi all'autore di un'opera inedita di carattere storico, letterario, scientifico o politico».

I riconoscimenti possono essere annuali o biennali. «Approfondire e diffondere la conoscenza e l'amore per l'arte e per la letteratura» è l'altro importante scopo che la Fondazione persegue attraverso l'organizzazione di convegni, manifestazioni, seminari e gruppi di lavoro.

La Fondazione, divenuta operativa nel 1985 dopo aver ricevuto il riconoscimento giuridico, è stata inizialmente guidata da Luciano Bausi, già senatore della Repubblica. Alla sua morte, avvenuta nel marzo del 1995, il Sindaco di Firenze ha nominato Presidente Simone Magherini, ricercatore di letteratura italiana presso il Dipartimento di Italianistica dell'Università degli Studi di Firenze.

Per il 2007-2008 è stato bandito il Concorso Piero Alinari, **«Verso l'alto, con i piedi per terra» - Torri e campanili di Toscana**, e si è rivolto a opere inedite di arte visiva (fotografia analogica e digitale, pittura, scultura, video, grafica e nuove tecnologie in genere). L'opera vincitrice (il premio ammonta a 2000 €), insieme a quelle menzionate come più meritevoli, saranno pubblicate nella collana «Arte e Letteratura» della Fondazione, grazie anche al contributo dell'Ente Cassa di Risparmio di Firenze.

□ **Consiglio di Amministrazione: Simone Magherini, Licia Bertani, Mariapia Cattolico, Beatrice Paolozzi Strozzi, Andrea Ulivi, Laura Bernetti**

### Fondazione Volume!

**Spazio espositivo: Via S. Francesco di Sales, 86/88, 165 Roma (RM)** □ **Uffici: Via Santa Maria Dell'Anima 15, 00186 Roma** □ **Tel. 06 6892431** □ **Fax 06 6892431** □ **www.fondazionevolume.com** □ **press@fondazionevolume.com** □ **Patrimonio netto al 31.12.2007: da 500.000 a 2 mln di euro** □ **Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007: da 50.001 a 200.000 euro** □ **Fonte di finanziamento: Contributi privati** □ **Presidente: Francesco Nucci** □ **Referente: Silvia Marsano** □ **Referente: Marilena Borriello**

La Fondazione Volume! nasce nel 1997 come associazione culturale non profit. Grazie al sostegno di un gruppo di intellettuali romani, da ex veteraria nel cuore di Trastevere, è diventata un **laboratorio di idee** in cui gli artisti si confrontano con lo spazio modificandolo secondo le proprie esigenze espressive e offrendolo come stimolo all'immaginazione. Sostenere l'idea di una cultura pubblica e ristabilire una relazione tra l'arte e gli altri ambiti del sapere sono gli obiettivi principali della Fondazione. Nel corso dei suoi dieci anni di attività si sono alternati interventi di oltre **50 artisti di fama internazionale** la cui presenza è stata occasione di convegni e incontri. Il percorso creativo di costruzione e allestimento dell'evento è, per Volume!, un aspetto importante che dà agli studenti di varie facoltà universitarie e istituti di cultura stranieri l'opportunità di partecipazione e di diretto confronto con l'artista. Negli anni si è creata un'ampia **documentazione fotografica, di video e di libri** e molta attenzione è stata e continua a essere indirizzata alla collaborazione con musei e istituti di cultura italiani e stranieri. I diversi interventi che si sono susseguiti nel corso del 2007 hanno interpretato gli spazi di Volume! in modo diverso suggerendo differenti piani di riflessione: il lavoro dell'artista portoghese Rui Chafes **«Onde estou?»** ha aperto il 2007, trasformando lo spazio espositivo in un tunnel di ferro, esperienza fisica e mentale; successivamente, Bruno Ceccobelli, artista romano del gruppo di S. Lorenzo, costruisce un percorso simbolico, rappresentando la sua **«Longamarcia post temporale»** inaugurata a marzo dello stesso anno. A giugno si inaugura **«Templum: il sacro, il profano ed altro»**, installazione con cui Jimmie Durham reinterpretava gli spazi della fondazione secondo una riflessione-critica che si sviluppa attraverso la potenza espressiva che caratterizza l'intera attività dell'artista nativo americano. La performance di Regina José Galindo, **«Cepo»**, ripropone la collaborazione con l'Istituto di cultura del Guatemala, con cui Volume! aveva già cooperato in precedenti esperienze, mentre, con l'Accademia Americana a Roma, sostiene gli interventi che Jenny Holzer mette in atto in vari luoghi della città. In occasione dei suoi dieci anni di attività, la Fondazione Volume! apre il suo archivio video proiettando, all'interno della manifestazione «Invito alla lettura» presso Castel Sant'Angelo, una selezione di brevi video che ne ripercorrono le attività svolte; ancora i video hanno illustrato il forte legame tra arte e architettura che l'attività di Volume! ha evidenziato negli anni, all'interno di un incontro tenutosi alla facoltà di architettura «Ludovico Quaroni». A settembre, l'intervento dell'artista argentina Graciela Sacco, **«m2 espacio minimo vital»**, consolida i rapporti che già in passato avevano visto coinvolta la Fondazione Volume! e il Sud America. A chiusura del programma espositivo 2007, Carsten Nicolai, giovane artista tedesco, interpreta lo spazio espositivo con l'installazione **«334m/s»**, opera-esperimento di forte impatto emotivo. La Fondazione garantisce, inoltre, ampio spazio alla promozione di giovani artisti internazionali, creando un fondo per soggiorni all'estero e per la produzione di lavori. In fase di realizzazione è la creazione di un parco dell'arte che si propone di riqualificare un'area degradata nel tessuto urbano di Roma utilizzando, in modo permanente, alcune opere della collezione e i lavori che saranno realizzati per Volume!, con il fine di attuare un dialogo tra arte e passaggio. La divulgazione delle attività è affidata a pubblicazioni periodiche e a una rivista annuale cui collaborano protagonisti della cultura internazionale confrontandosi su tematiche centrali della scena culturale corrente. Dal 2008 la Fondazione Volume! diventa casa editrice, con il marchio «Edizioni Volume!», suggerendo l'attività editoriale che ha da sempre caratterizzato il suo lavoro.

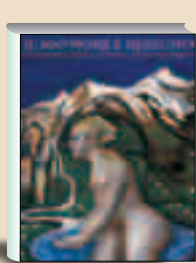
□ **Consiglio di Amministrazione: Francesco Nucci, Achille Bonito Oliva, Daniela Eccher, Lorand Hegyi, Jan Hoet, Patrick Talbot, Angelo Capasso, Emanuela Nobile Mino**

# Ditelo con il catalogo!

Non è vero che tutti i cataloghi sono uguali: il catalogo della vostra mostra dice subito chi siete. Dite forte chi siete con un catalogo di qualità «firmato» Allemandi



**Opere di scultura contemporanea nello scenario del Castello di Agliè**  
**Scultura Natura. Oriente Occidente**  
A cura di Luciano Caramel  
ISBN 978-88-422-1658-2  
[Castello Ducale di Agliè dal 1 giugno al 19 ottobre 2008]



**La poesia spontanea e le invenzioni dei pittori della domenica**  
**Il mio nome è nessuno.**  
Marcovinicio  
ISBN 978-88-422-1651-3  
[Palazzo Silva, Domodossola, dal 6 luglio al 21 settembre 2008]



**Due straordinari artisti in ceramica**  
**Bertozzi & Casoni.**  
A cura di Franco Bertoni  
ISBN 978-88-422-1657-5  
[Castello Sforzesco, Milano dal 4 luglio al 7 settembre 2008]



**Il design impegnato in progetti e materiali flessibili in una mostra di Torino World Design Capital Flexibility.**  
ISBN 978-88-422-1656-8  
[Carceri «Le Nuove», Torino dal 28 giugno al 12 ottobre 2008]



**Un modello vincente di progettazione dell'architettura residenziale pubblica in una grande capitale**  
**Madrid in progress. Developing social housing**  
Alessandro Allemandi Mirò e Gaia Caramellino  
ISBN 978-88-422-1669-8



**Tutte le celebri incisioni di Chagall per le «Le anime morte» di Gogol Chagall**  
A cura di Flavio Arensi  
ISBN 978-88-422-1672-8  
[Palazzo Penotti Ubertini, Orta San Giulio (No) dal 27 luglio al 9 novembre 2008]



**1983-2008: Allemandi & C. venticinquesimo anniversario**

**UMBERTO ALLEMANDI & C.**  
TORINO ~ LONDRA ~ VENEZIA ~ NEW YORK

Per informazioni sulla pubblicazione di cataloghi scrivere a francesco.mandresis@allemandi.com oppure telefonare al n. 011 8199155



**Le architetture e le politiche che hanno rinnovato Torino 1984-2008 Atlante dell'architettura**  
Realizzato con Urban Center Metropolitan  
ISBN 978-88-422-1641-4



**Olivetti, l'azienda che ha rappresentato un primato e un modello italiano nel mondo.**  
**Una bella società**  
A cura di Manolo De Giorgi ed Enrico Morto  
ISBN 978-88-422-1655-1



**Una regione esplora e cataloga la sua architettura di un secolo Guida all'architettura del Novecento in Piemonte 1902-2006**  
Maria Adriana Giusti e Rosa Tamborrino  
ISBN 978-88-422-1638-4  
Realizzata con la Regione Piemonte, guida ufficiale del XXIII Congresso Mondiale degli Architetti UIA Torino 2008

I Cataloghi Allemandi. Investimenti in cultura professionale







## Categoria F

### Fondazioni per l'organizzazione di rassegne, festival e manifestazioni di natura artistico-culturale non esclusivamente riservate alle visual arts

stituzioni che promuovono, organizzano e curano programmi di attività culturali a carattere divulgativo e di intrattenimento, di natura temporanea e coinvolgenti svariate forme artistiche e tipologie di eventi.

<b>Edoardo Garrone</b>	Genova	/D	p. 41
<b>Fabbrica Europa per le Arti Contemporanee - F.F.E.A.C</b>	Firenze		p. 41
<b>Istituto di Alta Cultura</b>			
<b>Orestadi ONLUS</b>	Gibellina (TP)	/E	p. 42
<b>La Triennale di Milano</b>	Milano	/B	p. 42
<b>Nicola Trussardi</b>	Milano		p. 42
<b>Pitti Immagine Discovery</b>	Firenze	/E	p. 42
<b>Prada</b>	Milano		p. 42
<b>RomaEuropa - Arte e Cultura</b>	Roma	/D/E	p. 42
<b>Teatro Civico Schio</b>	Schio (VI)		p. 43
<b>Tesco per l'Arte</b>	Pisa	/A	p. 43
<b>Vittorio Mazzucconi</b>	Milano	/B	p. 43

#### Fondazione Edoardo Garrone

Via San Luca 2, 16124 Genova (GE) □ Tel. 010 8681530 □ Fax 010 8681539 □ www.fondazioneedoardogarrone.it □ info@fondazioneedoardogarrone.it □ Patrimonio netto al 31.12.2007: da 500.000 a 2 mln di euro □ Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007: da 200.001 a 1 mln di euro □ Fonte di finanziamento: Contributi privati □ Presidente: Riccardo Garrone □ Segretario Generale: Maurizio Luvizone □ Referente: Maurizio Luvizone

La Fondazione Edoardo Garrone è una fondazione culturale di tipo operativo. Dedicata a Edoardo Garrone che, nel 1938, avviò l'attività del gruppo ERG, è stata costituita a Genova nel 2004, da San Quirico Spa e da ERG Spa. È presente nel dibattito culturale con lo scopo di contribuire alla comprensione e diffusione della cultura, dell'arte, della scienza e delle loro più significative forme di espressione. Offre un concreto contributo di idee e risorse a programmi di ricerca, comunicazione culturale, tutela e promozione del patrimonio artistico. In tutte le sue aree di interesse, dedica particolare attenzione all'educazione e ai giovani e si rivolge con responsabilità ai problemi dello sviluppo e del sociale. L'anno passato, nella propria sede di Genova, il cinquecentesco **Palazzo Ambrogio Di Negro in Banchi**, la Fondazione ha realizzato mostre, rassegne e conferenze, tra cui «**Librarium**», mostra del fotografo Fulvio Magurno, e la seconda edizione de «**Le Virtù Repubblicane**», ciclo di conferenze sulla Costituzione e i principi fondamentali con la partecipazione di esperti e nomi di eccellenza del panorama intellettuale, centrato per il 2007, anno europeo delle pari opportunità, sul tema dei **diritti delle donne**. Sempre nel 2007, la Fondazione ha avviato e consolidato partnership in ambito culturale e artistico. Con il Teatro dell'Archivolto di Genova ha proposto i «**Lunedì FEG // Le parole tra noi**»: conversazioni sui libri della vita in compagnia di grandi personaggi del mondo della cultura (Nick Hornby, Dacia Maraini, Michele Serra, Corrado Augias), curate dalla giornalista Giovanna Zucconi. Con la Fondazione Sandretto Re Rebaudengo ha realizzato la «**Residenza per giovani curatori**», progetto per le pratiche curatoriali e la promozione dell'arte contemporanea unico in Italia. L'idea coinvolge in linea diretta giovani curatori stranieri che, dopo essere ospitati per un breve soggiorno in Italia, sono invitati a realizzare mostre e commissioni con il coinvolgimento di artisti italiani. Nell'ambito del progetto-quadro **Siracusa Futuro**, nel 2007 la Fondazione Garrone ha confermato il proprio impegno nella provincia di Siracusa, dove opera in stretta collaborazione con interlocutori pubblici e privati nel campo del marketing territoriale e della valorizzazione culturale. Nella città di Archimede, ha realizzato la seconda edizione della **Scuola di Alti Studi in Economia del Turismo Culturale «Cattedra Edoardo Garrone»**, il corso di specializzazione in Management del Turismo Culturale per neolaureati e professionisti, che, strutturato secondo una formula innovativa, offre in 6 settimane un percorso formativo completo (comprensivo di lezioni frontali, lectio magistralis, case histories ed escursioni di studio). Dato il riscontro ottenuto, è già in programma la prossima edizione della Scuola, che si terrà a Siracusa dal 13 ottobre al 22 novembre 2008.



Il fine della Fondazione Prada è stato di mettere a disposizione degli artisti uno strumento operativo per realizzare degli eventi unici. Da qui la decisione di non esporre opere già prodotte in studio, ma di collaborare come co-produttori di un progetto che l'artista ha sempre sognato di costruire. Da questo principio sono nate le installazioni e le architetture uniche per scala e originalità. Nella foto, Nella foto, «The Island», 2006, di Tom Sachs

#### Fondazione Fabbrica Europea per le Arti Contemporanee - F.F.E.A.C

Borgo degli Albizi 15, 50122 Firenze (FI) □ Tel. 055 2480515/2638480 □ Fax 055 2479757 □ www.ffeac.org; www.fabbricaeuropa.net □ fondazione@fabbricaeuropa.net □ Patrimonio netto al 31.12.2007: 60.367 € □ Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007: 85.847 € □ Fonte di finanziamento: Contributi pubblici □ Presidente: Luca Dini □ Referente: Marina Bistolfi

Fabbrica Europa, nata nel 1994 dalla volontà di un gruppo di operatori e artisti di creare a Firenze una casa per la cultura di tutta Europa, è un cantiere permanente per l'elaborazione di nuovi materiali, linguaggi, intrecci tra le arti sceniche, la cultura visiva e il patrimonio intellettuale di un intero continente; è il dialogo interdisciplinare, che chiama allo stesso tavolo interlocutori di formazioni diverse e remotissime tra loro; è la scena aperta, la continuità territoriale e cosmopolita per tutti gli artisti e per il loro lavoro, al di là dei confini degli stati. La Fondazione Fabbrica Europa per le Arti Contemporanee è nata nel gennaio 2003 per iniziativa dell'Associazione Fabbrica Europa, della Fondazione Pontedera Teatro e dell'Associazione Music Pool.

Nel 2006 e nel 2008 ha ottenuto il riconoscimento dell'Unione Europea come organismo culturale che persegue obiettivi culturali di interesse europeo. Attività principale del 2007 è stata la realizzazione della XIV edizione del **Festival Fabbrica Europa** (28 aprile - 26 maggio, Firenze, Stazione Leopolda e altri spazi) che ha indagato le «geometrie variabili» dei confini europei (territoriali, linguistici, culturali, geografici e simbolici) con un programma di **60 spettacoli tra teatro, danza, musica e mixed media**, incontri e conferenze, cui hanno partecipato oltre 250 artisti provenienti da 35 paesi diversi, e vi hanno assistito circa 80mila spettatori.

Per la **danza** sono stati presentati: Maria Donata d'Urso con la nuova creazione «Lapsus»; la slovena Mateja Bucar con la coproduzione internazionale «Brothers Karamazov»; la belga Michèle Anne De Mey con un nuovo allestimento della sua «Sinfonia Eroica»; i danesi Next Zone con «Cinematic Movies # 3 - Cartoons»; la canadese Louise Lecavalier con «I is memory, Lone Epic», e «Lula and the Sailor»; il progetto «Karahunge. Voci di Basalto» di Angela Torriani Evangelisti e Leonardo Filastò; Giorgio Rossi di Sosta Palmizi con la nuova creazione «Rami, Come Quando Fuori Piove»; la compagnia italo-francese Silenda con «...Ponts, Courants...»; l'americana Lucinda Childs con «Daphnis et Chloé»; e la nuova creazione per Maggiodanza Symphony of Psalms; la creazione equestre della francese Karine Saporta che ha visto protagonisti la cavallerizza Eva Schakmundès e il danzatore africano Jean Kouassi Konan. Per il **teatro** sono andati in scena: la Societas Raffaello Sanzio, una delle compagnie italiane di teatro più acclamate a livello internazionale, con «Hey Girl!»; Teatro minimo con una rivisitazione dell'«Amleto», Fortebraccio teatro con «Ubu incatenato» di Alfred Jarry; la Compagnia Laboratorio di Pontedera con «Aspettando Godot», diretto da Roberto Bacci; il gruppo polacco Teatr Zar con «Taglio cesareo. Prove sul suicidio»; la produzione internazionale «Tito, certain diagrams of desire», diretta dai macedoni Martin Kocovski, Dejan Proikovski, Dean Damjanovski e dalla coreografa russa Olga Pona. La **musica** ha visto sul palco numerosi artisti di fama internazionale: la capoverdiana Sara Tavares che ha presentato: «Balancé»; il violinista e compositore rumeno Alexander Balanescu con la sua nuova creazione «Maria T»; il Dave Burrell Trio con «La vie de Bohème»; il gruppo musicale Kassina+2, costituito da Alexander Kassina, Moreno Veloso e Domenico Lancellotti; Peter Brötzmann e Joe McPhee, esponenti di punta del new jazz internazionale. Un ulteriore progetto sulla musica è stato «Musipolitana» che ha coinvolto giovani musicisti che hanno partecipato al progetto europeo Roots&Routes, in scena con L'Orchestra Laboratorio Multietnica e Multiculturale dell'Area Metropolitana Fiorentina. Fabbrica Europa, in collaborazione con l'Antenna Europe Direct di Firenze, ha promosso la Festa dell'Europa, due giornate di dibattiti, conferenze, desk informativi e incontri con artisti. Nel 2007 è giunto alla III edizione «**Moving movimento**», progetto di residenze coreografiche che sostiene e promuove la giovane coreografia italiana contemporanea. Fabbrica Europa ha così ospitato: Bava di Giulia Mureddu, Over di Luca Nava, Verso la Luce di Leonardo Diana e Tracce verso il nullo del gruppo Nanou.

□ Consiglio di Amministrazione: Luca Dini, Tuccio Francesco Guicciardini, Andrés Morte, Daniela Pampaloni, Francesco Piccione

Chi non c'è non c'è. Voi ci siete? (Se la prossima volta volete esserci, ditelo adesso: fate vedere che cosa fate, fate vedere che ci siete)

Con «Il Giornale dell'Arte»:

□ In **ottobre** nel supplemento «**Mostre d'autunno**»: tutte le mostre da vedere nel mondo (la vostra mostra c'è?)

□ In **novembre** nel Rapporto Annuale «**Fotografia**» la selezione di tutto quello che veramente occorre sapere: quello che è avvenuto, quello che sta per avvenire

Dite quello che fate. Ditelo nel Rapporto del vostro settore: chi c'è c'è.

I Rapporti Annuali. Investimenti in cultura professionale

I RAPPORTI ANNUALI DELL'ARTE sono giornali monografici dedicati ai rispettivi settori specialistici.

Rapporti Annuali e Supplementi Mostre

Gennaio	Tutte le Mostre dell'anno
Febbraio	Arte Contemporanea
Marzo	Restauro
Aprile	Leggi
Maggio	Antiquariato e Ottocento
Giugno	Design
Lug./Ago.	Mostre dell'estate
Settembre	Fondazioni e Sponsor
Ottobre	Mostre d'autunno
Novembre	Fotografia / Regioni e città
Dicembre	Libri



1983-2008: Allemandi & C. venticinquesimo anniversario  
UMBERTO ALLEMANDI & C.  
TORINO~LONDRA~VENEZIA~NEW YORK

Istruzioni per esserci. Comunicate subito la vostra attività alla redazione dei Rapporti Annuali al seguente indirizzo: via Mancini 8, 10131 Torino; e-mail: economia.arte@allemandi.com; tel. 011/8199150-107; fax 011/8193090. Per la visualizzazione e la valorizzazione pubblicitaria della vostra attività tel. 011/8199118; oppure via e-mail: gda.pub@allemandi.com



La Fondazione Romaeuropa è un'istituzione per la promozione e la diffusione dell'arte, del teatro, della danza e della musica contemporanea. Nata 23 anni fa come Associazione degli Amici di Villa Medici, frutto di un'iniziativa italo-francese, la Fondazione è ormai un crocevia degli scambi culturali con il mondo intero (attualmente sono 26 i paesi europei che vi aderiscono) ed è associata alle grandi reti culturali europee. La Fondazione riceve il sostegno della Presidenza del Consiglio dei Ministri, del Ministero degli Affari Esteri, del Comune di Roma, della Regione Lazio, della Provincia di Roma, della Camera di Commercio di Roma, dell'Unione Europea, dell'Università Roma 3 e dei diversi ministeri della cultura europei, tutti rappresentati nel consiglio d'amministrazione della Fondazione.

Il lavoro della Fondazione non si svolge solo attraverso il Festival, ormai un punto di riferimento per la scena culturale internazionale, ma anche con la gestione del Teatro Palladium Università Roma Tre, con Romaeuropa Promozione Danza e Romaeuropa Cultura. Giunto nel 2008 alla sua XXIII edizione, il **Romaeuropa Festival** è ormai il più importante festival italiano di creazione contemporanea. L'ultima edizione, nell'autunno 2007, ha portato in platea 52.000 spettatori. Sono stati 27 i diversi spettacoli andati in scena di cui 16 in prima nazionale, per circa 45 rappresentazioni in diverse location. Dall'hip-hop alla musica elettronica, dalla rilettura di un capolavoro della letteratura americana da parte di Alessandro Baricco alle ultime sperimentazioni del teatro cinese.

Dal 2004 Romaeuropa ha ricevuto dall'Università Roma Tre la direzione artistica e la gestione del **Teatro Palladium**. Proponendo generi diversi, il Palladium è divenuto un punto di riferimento per la scena romana, capace di guidare il suo pubblico attraverso la varietà della sua programmazione.

**Romaeuropa Promozione Danza** è un Ente riconosciuto dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri - Dipartimento dello Spettacolo. Dal 2002 ha lavorato alla realizzazione della **Piattaforma Multimediale della Danza Contemporanea** (100.000 copie complessive distribuite su CD-ROM), una guida al mondo della danza italiana, uno strumento divulgativo indispensabile per tutti gli operatori culturali. Per questo progetto Romaeuropa si è avvalsa di un eccezionale archivio video di 1680 titoli. La Fondazione Romaeuropa, attraverso **Romaeuropa Cultura**, coorganizza e partecipa a incontri di scambio culturale tra paesi europei.

La nuova sede della Fondazione Romaeuropa, **Opificio - spazio contemporaneo**, è uno spazio dedicato alla creazione contemporanea. Un luogo aperto nel quale possano convivere diversi soggetti creativi, nel quale si possa progettare e presentare, dove si incrociano il lavoro di organizzazione della cultura, gallerie, atelier d'artisti, incontri pubblici, proiezioni, conferenze, performance, centro di documentazione.

### Fondazione Teatro Civico Schio

Via Maraschin 19, 36015 Schio (VI) □ Tel. 0445 525577 □ Fax 0445 504124  
 □ www.teatrocivicoschio.it □ info@teatrocivicoschio.it □ Patrimonio netto al 31.12.2007: 200.381 € □ Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007: 171.975 € □ Fonte di finanziamento: Contributi da enti fondatori □ Presidente: Luigi Dalla Via □ Segretario Generale: Cristiano Eberle □ Referente: Marina Dal Maistro

La Fondazione Teatro Civico nasce il 30 luglio 1993, per volontà dell'Amministrazione Comunale di Schio. Scopo della Fondazione è operare per **restituire il Teatro Civico** alla Città, promuovendone il restauro. Oltre a questo fondamentale obiettivo, alla Fondazione vengono inoltre affidati compiti di **progettazione e promozione della cultura teatrale**, anche con finalità sociali.

Nella stagione teatrale 1994-1995, fino a quel momento affidata al Club Amici del Teatro, la Fondazione presenta alla città il suo primo cartellone. Fra il 1994 e il 1997 il Comune di Schio restaura parte del Teatro Civico e restituisce alla città la Sala del ridotto che viene intitolata al professor Calendoli. Oltre al ridotto vengono restaurati anche il foyer, l'entrata, gli uffici e la facciata del teatro.

Negli anni la Fondazione organizza e promuove stagioni di teatro di assoluto rilievo, progetti di teatro per ragazzi e stagioni musicali; nel 2001 assume l'organizzazione di **Schio-Festivaldagno**, il premio di teatro amatoriale promosso da Schio Teatro 80, ampiamente riconosciuto in Italia e che giunge, nel 2002, a celebrare il ventennale ma anche la sua ultima edizione; nel 2002 riapre il Teatro Civico al pubblico, ospitando due eventi speciali «Comœdia: in una selva oscura», una multivisione che racconta un viaggio ispirato all'Inferno di Dante e «Babele: percorso nel suono e nella poesia» per la regia di Piergiorgio Piccoli.

Il fascino del Teatro Civico, questo grande spazio vuoto e silenzioso, abbandonato ma vivo, richiama via via sempre nuovi eventi. Nel 2003 per il festival Schio Textures, il Civico ospita la nuova danza italiana con Aldes diretto da Roberto Castello e Kinkaleri; nello stesso anno Marco Paolini presenta i suoi «Racconti d'estate» che diventano poi sei pun-

tate di Report, la nota trasmissione Rai, e sono pubblicati in un cofanetto dal titolo «Teatro Civico».

Nel 2003-2004 l'amministrazione comunale promuove l'istituzione di un gruppo di lavoro misto, costituito da esperti nei settori della regia teatrale, dell'architettura, delle tecnologie teatrali, con il compito di mettere a confronto idee ed esperienze, valutare i caratteri architettonici da salvaguardare e la capacità del teatro a soddisfare nuove esigenze. Il gruppo di lavoro propone di sperimentare un percorso di riabilitazione che prende avvio dalla realizzazione di alcuni interventi di messa in sicurezza, in grado di fermare il degrado del teatro. Da questo percorso nasce il progetto: «Lotto Zero» e inizia il percorso di recupero e restauro del Teatro scledense.

Nel 2007 la Fondazione acquisisce una gestione parziale del Teatro Astra. Oggi, mentre si è in attesa dell'avvio del cantiere per il restauro del teatro, l'attività della Fondazione Teatro Civico si svolge presso il Teatro Astra (sala di 880 posti), presso il Cinema Teatro Pasubio (440 posti) e per le attività di conferenza e piccoli spettacoli presso la Sala Calendoli.

Le linee di attività consolidate sono: il cartellone **Schio Grande Teatro** che ospita proposte per lo più di teatro contemporaneo e spettacoli dal vivo legati all'arte scenica; **Schio Teatro Veneto**, teatro popolare, di radice regionale la cui prima edizione avviene nella stagione 2007-2008; **Volare Alto** percorsi di educazione al teatro per le giovani generazioni che includono sia spettacoli sia laboratori di formazione teatrale; «M'illumino di Meno» iniziativa del Comune di Schio affidata alla Fondazione e che aderisce all'omonimo progetto proposto da Caterpillar, trasmissione radio Rai. Oltre a questo, di stagione in stagione, la Fondazione effettua servizi di progettazione, organizzazione di altre attività ed eventi, fra questi: «Schio Comedians», una tre giorni sulla comicità veneta e i nuovi talenti diretta e condotta da Natalino Balasso, andata in scena al Civico e nel cortile di Fabbrica alta nel giugno 2007 e «Sesamo», un progetto sulla terza età basato su laboratori di teatro per ragazzi e anziani, affidato da La C.a.s.a. alla Fondazione. La Fondazione Teatro Civico ospita ogni anno circa 15.000 spettatori.

### Fondazione Teseco per l'Arte

Via S. Andrea 50, 56127 Pisa (PI) □ Tel. 050 543222 □ Fax 050 571790  
 □ www.teseco.it/fondazione □ tesarte@mariapaoletti.it □ Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007: da 50.001 a 200.000 euro □ Fonte di finanziamento: Contributi privati □ Presidente: Maria Paoletti Masini □ Referente: Ilaria Mariotti

La Fondazione è stata costituita nel 1998 al fine di indirizzare e organizzare su un piano organico le numerose attività culturali realizzate o sostenute dal Gruppo Teseco. Essa nasce per proseguire, anche in ambito culturale, gli obiettivi presenti nella mission del Gruppo, ovvero protezione dell'ambiente, sperimentazione d'avanguardia e ricerca verso soluzioni di sviluppo sostenibile, nell'ottica di una compenetrazione costante tra Impresa e Cultura e di una necessaria convergenza tra le rispettive linee d'azione.

La Fondazione possiede una **collezione d'arte contemporanea** (curata da Gail Cochran) in continuo aggiornamento e le cui le opere sono installate all'interno dei locali di lavoro del Gruppo Teseco (aperta al pubblico il primo e terzo martedì del mese o su appuntamento).

L'allestimento ruota frequentemente e intende portare la cultura visiva del presente a contatto con il personale dell'azienda.

Le attività temporanee sono svolte presso il LAC (Laboratorio per l'Arte Contemporanea), concepito come luogo di esposizione e di incontro tra tecniche e modalità espressive differenti, quali video, computer art, teatro e danza. Nel 2000, a riconoscimento dell'impegno e dei risultati ottenuti, il Gruppo Teseco ha vinto il Primo **Premio Guggenheim «Impresa e Cultura»**. Nel corso degli ultimi anni il Gruppo Teseco, attraverso la sua Fondazione, ha aperto un dibattito e una riflessione sul territorio coinvolgendo artisti e partendo dalla zona industriale in cui si trova lo Stabilimento Teseco per allargarsi al resto della città. In questo spirito di ricerca si inserisce **«Cities from Below»**, un progetto a cura di Marco Scotini sviluppatosi tra il 2006 e 2007 con la collaborazione di enti pubblici e altre istituzioni. Il progetto ha visto la presenza sul territorio di artisti internazionali (Dmitri Vilenski per Chto Delat) (RUS) e Odze Acikkol e Gunes Savas per Oda Projesi (TR) nel 2006, Jeon Yongseok per FlyingCity (ROK) e Maria Papadimitriou (GR) per il 2007. Gli artisti sono stati impegnati nella conduzione di laboratori cui hanno partecipato anche i cittadini per interrogarsi sulla possibilità di dotarsi di strumenti per la costruzione della città dal basso o nell'organizzazione di eventi espositivi che sono confluiti nella **«Common House»**, allestita all'interno del Laboratorio per l'Arte Contemporanea e intesa come momento di esposizione e organizzazione dei lavori prodotti nei laboratori. Questa sezione ha parimenti raccolto altri lavori di artisti che operano nel senso della riflessione sulle comunità.

Nel corso del 2007, la «Common House» si è arricchita delle opere di Luca Frei, Maria Papadimitriou, Rainer Ganhal, Oliver Ressler, Bert Theis, Ian Tweedy, nonché dei risultati del laboratorio «Derive Urbane», condotto da FlyingCity e che è nato da un'analisi critica dell'attuale pianificazione della città: artisti, studenti e architetti sono stati stimolati a interpretarne la trasformazione raccolta attraverso video e fotografia e a ridisegnarne l'assetto partendo da un personale approccio psicogeografico e un design sperimentale.

La formazione e l'informazione sul contemporaneo e l'impegno per la sua divulgazione, la comunicazione dell'arte e della cultura contemporanea in un'ottica di informazione e sollecitazione che favorisca il più possibile il contatto con i giovani sono gli obiettivi alla base dei laboratori che la Fondazione organizza per le scuole.

Continuativi dal 2005 sono i **laboratori di scrittura** sul tema del paesaggio e dei miti contemporanei realizzati con una scuola elementare di Castiglioncello nell'ambito delle attività di comunicazione del porto turistico di Cala de' Medici.

Dal 2006 in una parte del LAC, è stata data ospitalità alla compagnia di Teatro di Figura Habanera che qui prova e allestisce i suoi spettacoli e organizza laboratori per bambini e ragazzi. A partire dal 2007 la Fondazione Teseco per l'Arte si è dotata di uno strumento editoriale pubblicando «TxA», newsletter a cadenza semestrale.

### Fondazione Vittorio Mazzucconi

Via Andrea Ponti 1, 20143 Milano (MI) □ Tel. 02 8910251/89125285  
 □ Fax 02 89125825 □ www.vittoriomazzucconi.it □ fondazione@vittoriomazzucconi.it □ Patrimonio netto al 31.12.2007: da 100.000 a 500.000 euro □ Spese nel settore artistico-beni culturali nel 2007: da 10.001 a 50.000 euro □ Fonte di finanziamento: Contributi privati □ Presidente: Vittorio Mazzucconi □ Referente: Pietro Bianchi

La Fondazione Vittorio Mazzucconi è stata costituita nel 1996 con un prevalente interesse per l'arte e anche per una ricerca spirituale che vede il «cammino interiore» come il vero percorso di un uomo e di un artista. In questo cammino, si è molto lontani dal mercato, dalle mode, dalle ideologie, dal design ludico, che producono gran parte dell'arte attuale. Come ha scritto Riccardo Barletta, nel «disfrenamento libidico del nostro tempo, l'opera di Vittorio Mazzucconi costituisce da decenni un argine morale e culturale». Quest'opera si è espressa nella pittura, in alcuni libri, nell'architettura e nello studio della città, portando in tutti questi campi uno spirito di meditazione, di ricerca del divino nel centro del nostro essere. La Fondazione ne porta quindi avanti l'impegno, al servizio dell'arte, della città, della società e, in particolare, della formazione dei giovani.

Tali finalità sono state perseguite in questi anni con diverse manifestazioni culturali, concerti, incontri e mostre fra cui menzioneremo per la pittura: **«Arteanima»**, 1996, concorso-ricerca per pittori, scultori e artisti multimediali; **Arte come cammino interiore**, il ciclo delle opere di Vittorio Mazzucconi donate alla Fondazione; **mostre personali e collettive** (Anselmo, Angelo Froglia, Ieros, Fioretta, Piscopo, Kalechman, Piscopo ecc.).

L'interesse per la città si è invece espresso con alcune manifestazioni di rilievo: **«Una poetica per la Città»**, con cui si è presentata a Milano l'antologica itinerante delle architetture di Vittorio Mazzucconi, già esposta a Parigi, Atene, Firenze, città in cui l'architetto ha operato; **La Cittadella della Cultura**, che porta questo contributo creativo personale su un piano sociale, proponendo un seminario di studio e un concorso internazionale di architettura e di altre arti, centrato sulla proposta di un Museo di Arte Contemporanea a Milano.

Di fronte ai problemi della città e del mondo, ci si pone con questo lavoro la domanda: qual è la funzione che l'arte dovrebbe svolgere oggi? È una funzione al servizio dell'uomo nuovo, ossia l'uomo che, dopo aver vissuto e testimoniato fino in fondo il dramma del nostro tempo, recupera il centro spirituale del proprio essere.

Con la **«Piramide del Palatino»** a Roma, si propone l'idea di una rifondazione della città, un tema non solo urbanistico ma etico, come pensiero fondante di un rinnovamento della nostra civiltà che tragga auspicio dall'antica radice, portandone i frutti in forme contemporanee. Questo stesso sforzo trova il suo fondamento in altri lavori di Vittorio Mazzucconi come «La Città a immagine e somiglianza dell'uomo» (Hoepli 1967) che propone una «filosofia della città» e un radicale progetto per il rinnovamento di Milano e «La Città Nascente» (Dedalo 1985), un progetto per un nuovo Centro di Firenze da dedicare all'arte e alla cultura, con il recupero della radice etrusco-romana della città.

Nel 2007 è stato portato avanti il progetto **«L'Arca del Duomo»**, che propone un intervento architettonico estremamente significativo nella Piazza del Duomo di Milano, con uno sguardo sia al passato della città sia al suo futuro. L'Expo 2015 potrà permetterne la realizzazione. La Fondazione sostiene questi progetti che non sono indirizzati ad alcuna finalità economica o politica, ma costituiscono delle «opere votive» al servizio dell'elevazione dell'uomo. I progetti e le opere sono visibili presso la sede della Fondazione e sul suo sito internet. Le pubblicazioni a essi riferite sono anche acquistabili on-line.

## Per chi opera nel patrimonio culturale italiano



**Creatività e produzione culturale. Un Paese tra declino e progresso. Quinto Rapporto Annuale Federculture 2008**  
 A cura di Roberto Grossi  
 360 pp., 17 x 24 cm, 80 grafici e tabelle  
 Brossura, € 20,00, ISBN 978-88-422-1616-2



**1983-2008: Allemandi & C. venticinquesimo anniversario**  
**UMBERTO ALLEMANDI & C.**  
 TORINO~LONDRA~VENEZIA~NEW YORK  
 Per ricevere i libri a domicilio, scrivere a Umberto Allemandi & C., via Mancini 8 10131 Torino. Oppure inviare un fax al n. 011 8199138. Oppure inviare una e-mail a: ordini.italia@allemandi.com. Oppure telefonare al n. 011 8199155

L'Italia che abbiamo sotto gli occhi sembra ondeggiare pericolosamente tra creatività, produzione culturale, innovazione, competitività ed il suo opposto declino, impoverimento, stasi. Oggi come mai, deve scegliere quale strada imboccare e cultura e creatività, ancora una volta, possono essere fondamentali per ricostruire un disegno generale di sviluppo del Paese, sia per risolvere l'economia che per riaffermare la nostra identità culturale. Anche nella nuova impostazione monografica, il Quinto Rapporto Annuale di Federculture di approfondisce dati e indicatori di settore che consentono di comprendere le dinamiche in atto, offrendo così agli amministratori, agli operatori e ai cittadini un quadro aggiornato di analisi e di informazioni.



























**Bando "Creare e divulgare cultura attraverso gli archivi storici"**

Nell'ambito della valorizzazione del patrimonio culturale, la Fondazione ha inteso porsi l'obiettivo di sostenere e sviluppare progetti di diffusione della conoscenza e della cultura su tematiche storiche, scientifiche, artistiche, politiche, etc. In questo processo di diffusione, il patrimonio materiale rappresentato dalle fonti archivistiche è una fondamentale risorsa per sviluppare conoscenze e favorire la divulgazione dei temi affrontati.



**fondazione  
cariplo**

**CREATIVITA' E INNOVAZIONE:  
DUE OPPORTUNITA' PER DARE UN FUTURO ALLE IDEE**

Fondazione Cariplo ha presentato lo scorso mese di luglio due nuovi bandi a carattere fortemente sperimentale, uno nell'area del patrimonio culturale e l'altro nell'ambito delle attività artistiche e culturali. Il primo, **"Diffondere le tecnologie innovative per la conservazione programmata del patrimonio storico architettonico"**, promuoverà la realizzazione di progetti che dimostrino come l'applicazione congiunta di innovazione tecnologica e di processo rappresenti uno degli strumenti per il miglioramento della qualità dei programmi di conservazione e gestione.

Il secondo, **"Valorizzare la creatività giovanile in campo artistico e culturale"**, sosterrà l'avvio di progetti destinati alle giovani generazioni e finalizzati alla formazione delle capacità creative, alla sperimentazione di nuove forme di creatività e all'accompagnamento delle eccellenze creative.

Entrambi i bandi hanno budget di 1,5 milioni di euro e scadenza 31 ottobre 2008

**Fondazione Cariplo: nel 2007  
contributi per oltre 52 milioni  
di euro per l'Arte e Cultura**

**Bando "Valorizzare il patrimonio culturale:  
verso la creazione di sistemi culturali locali"**

L'obiettivo è stimolare la creazione di sistemi culturali integrati capaci di innescare sviluppo economico locale. I beni culturali e ambientali possono costituire una vera e propria risorsa che, oltre a definire e valorizzare l'identità storica della comunità di riferimento, genera un importante beneficio economico indotto grazie ai servizi, all'offerta culturale proposta e al miglioramento della capacità imprenditoriale dei soggetti che operano nel mondo della cultura.



**PROGETTO Valorizzazione del patrimonio artistico**

La Fondazione Cariplo possiede una raccolta di opere d'arte di notevole pregio storico-artistico, che si compone di 780 dipinti, 118 sculture, 52 oggetti e arredi di epoca compresa tra il primo secolo e la seconda metà del Novecento. Il progetto si propone di restituire alla collettività il godimento di una raccolta di opere d'arte attualmente non fruibile con un processo di divulgazione culturale: a partire dalla valorizzazione della propria collezione, la Fondazione mira a rendere le raccolte di opere d'arte chiave di volta per lo sviluppo della cultura e per la sua diffusione a un pubblico sempre più vasto. Nella sua fase di avvio, il progetto prevede l'allestimento di un sito virtuale - ARTGATE che consentirà ai visitatori di scoprire capolavori d'arte per ora celati al pubblico.



IL PROGETTO DISTRETTI CULTURALI è finalizzato a individuare, promuovere e finanziare la nascita e lo sviluppo di distretti culturali nel territorio lombardo. Per distretto culturale si intende un sistema territorialmente definito, che coincide con un'area ad alta densità di risorse culturali - materiali e immateriali - e ambientali di pregio caratterizzata da un elevato livello di articolazione, qualità e integrazione dei servizi culturali rivolti all'utenza, nonché da un marcato sviluppo delle filiere produttive collegate.

Con il progetto "Distretti culturali" la Fondazione si propone di svolgere un ruolo sempre più significativo a sostegno dello sviluppo delle comunità locali, attraverso il superamento degli ostacoli che impediscono il costituirsi di nuovi sistemi territoriali integrati.

[www.fondazionecariplo.it](http://www.fondazionecariplo.it)

# Trasmettere energia: una metafora contemporanea.

Da un'idea di Terna,  
a cura di Gianluca Marziani e Francesco Cascino.

premio  
**Terna 01**  
arte contemporanea

Il primo concorso ad alta tensione creativa.  
Vogliamo mettere in rete la vostra energia.

Nasce il Premio Terna, un grande progetto italiano dedicato all'arte contemporanea.  
Tutti possono iscriversi gratuitamente. Visita il sito [www.premioterna.it](http://www.premioterna.it)

La Giuria: Achille Bonito Oliva, Dorota Eder, Silvia Bizio, Giuseppe Costantini, Giancarlo Piretti, Maurizio Cattelan, Francesco Casadei, Francesco Marini, Il Comitato d'Onore: (da sinistra) [...] Il Comitato di Presidenza: [...] Il Comitato di Curatori: [...] Il Comitato d'Onore: [...]