



PIETRO SALINI

L'inchiesta

Così la filantropia si è fatta business

PAOLA PILATI → pagina 10

Prendi l'arte e mettila in bilancio la filantropia è diventata business

PAOLA PILATI, ROMA

Fondazioni, musei, recuperi di borghi e palazzi: dall'Enel all'Eni, da Salini a Ferrero, i grandi gruppi puntano a legare i marchi alla cultura. E guadagnano in reputazione

Fondazioni corporate, fondazioni di famiglia, musei d'impresa, B-corp, fondazioni di comunità, sponsorizzazioni... Le forme per fare cultura da parte di chi gestisce un business votato al profitto sono sempre di più. E sempre più numerosi i partecipanti a questa missione, che non è solo il desiderio di legare il proprio nome a qualcosa di bello, ma spesso è condita di solidarietà, sensibilità sociale, e speranza di sopravvivere, nel proprio territorio e nel proprio business, all'usura del tempo e della concorrenza. Perché è il termine cultura che ha assunto nuovi significati: «Cultura è tutto ciò che ha a che fare con contenuti simbolici», dice Domenico Sturabotti, direttore della Fondazione **Symbola**, «i quali servono come mezzi di comunicazione, in un codice comune». Quindi comprende non solo l'arte in senso stretto, ma anche l'innovazione tecnologica, che racconta della ricerca della qualità e della voglia di migliorare. E l'impegno ai bisogni della propria comunità, che indica la voglia di «restituire» parte della pro-

pria ricchezza. O, per dirla con Stefania Mancini, vicedirettore di Assifero, che associa novanta enti filantropici con 350 milioni di dono, «cultura non è fare qualcosa per il proprio interesse, ma offrire gli strumenti per dare accesso alla cultura».

L'ART FACTOR

Secondo la ricerca "Corporate giving in Italy" di Dynamo Academy, nel 2018 le imprese confermano che il "giving" fa ormai parte della strategia aziendale. Non solo i big, ma anche le piccole e medie imprese, sono consapevoli che l'"art factor" ha ripercussioni economiche positive. Lo conferma Francesco Moneta, presidente del Premio Cultura+Impresa, che quest'anno ha toccato il massimo storico di partecipanti. Ma come fare giving? Le strade sono molto diverse. C'è chi preferisce azioni mirate, e chi usa una Fondazione. C'è chi si muove come l'impresa Salini-Impregilo, gigante internazionale delle costruzioni, che inventa grandi eventi culturali ogni volta che sbarca in un nuovo territorio. Lo ha fatto con i concerti e un libro per celebrare Arturo Toscanini quando ha comprato una società negli Usa, dove la figura del direttore d'orchestra è venerata, e lo ha fatto con le mostra Cyclopica alla Triennale di Milano sulle grandi infrastrutture, e come sta progettando di fare in Australia, dove

Salini ha appena firmato un contratto, e negli Usa, dove costruirà l'alta velocità. Sulla stessa linea si muove il Cantiere San Lorenzo di Massimo Perotti: oltre ad arredare i suoi yacht con artisti contemporanei, ha puntato su grandi eventi come Art Basel, Biennale Arte di Venezia, o Triennale di Mi-

lano, per promuovere esposizioni d'arte e design italiani. «Non lo facciamo per vendere, ma per collocare il nostro brand in grandi occasioni del talento made in Italy», dice lo style director Sergio Buttiglieri.

LE BENEFIT CORPORATION

L'attività culturale, per le imprese globali, crea reputazione. Valore che, per i fondi che investono, comincia ad avere la stessa importanza dei valori "Esg", quelli della sostenibilità ambientale, o quelli della Csr, la corporate responsibility. Perciò chi vuole segnalare il suo impegno nel bene comune, può scegliere di diventare addirittura una b-corp, una benefit corporation, forma giuridica che identifica la disponibilità all'azione benefica.

«Notiamo un passaggio dall'azione caritatevole al pensiero strategico, vuoi nella cultura vuoi nei bisogni sociali», dice Serena Porcari, ceo di Fondazione Dynamo e di Dynamo Camp, che offre terapia ricreativa per bambini malati e fa parte del network benefico fondato dall'attore Paul Newman: «prima si davano soldi in cambio della visibilità al brand, oggi si coinvolge la propria organizzazione». In che modo? Affiancando all'impresa una fondazione, strumento no profit.

In Italia ce ne sono una settantina, a partire dai big della Borsa. Una delle ultime nate è stata la Fondazione Leonardo, creata dalla holding omonima guidata da Alessandro Profumo, che opera nell'aerospazio e nella difesa. Il suo campo d'azione è coniugare tecnologia e cultura, partendo da mostre e valorizzazione degli archivi industriali. Contributi a organizzazioni che si muovono sul sociale da un lato - come la lot-

ta alla dislessia - e dall'altro sul recupero del patrimonio artistico, sono gli obiettivi della Fondazione Tim.

L'Enel di fondazioni ne ha due: una si occupa di progetti di sviluppo in Africa, l'altra, Enel cuore, si dedica a migliorare in Italia l'ambiente scolastico. Il gruppo finanziario assicurativo Allianz, con la Fondazione Umana mente (staccato), dedica risorse ai ragazzi con storie difficili che devono imparare un mestiere, e che hanno dato vita al murale più grande del mondo, dipinto lungo le scale della torre Allianz. La Fondazione Snam promuove progetti d'impresa under 35, e dona alle comunità i terreni vicini ai propri impianti per uso agricolo.

Per fare filantropia molti imprenditori preferiscono invece usare la fondazione di famiglia, attualmente una cinquantina. Dalla Fondazione Ermanno Casoli, il fondatore delle cappe Elica, che lavora sul rapporto creatività artistica e impresa, alla Fondazione Bonotto, che mantiene viva la passione del titolare per l'arte e il suo legame con la produzione, alla Fondazione Marcegaglia, la cui mission è il sostegno alle donne e alla loro crescita, alla Fondazione Boroli-DeAgostini, a fianco dei bisogni dei più deboli, e impegnata anche in progetti per la città di Novara. Come pure la Fondazione Ferrero, Benetton, Zegna, o Paideia, fondazione per l'intervento nella disabilità della famiglia Giubergia.

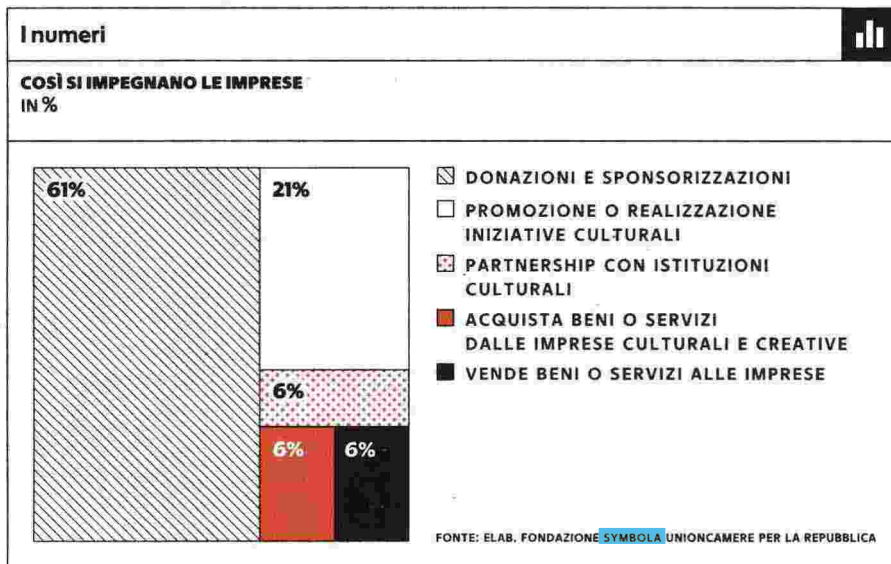
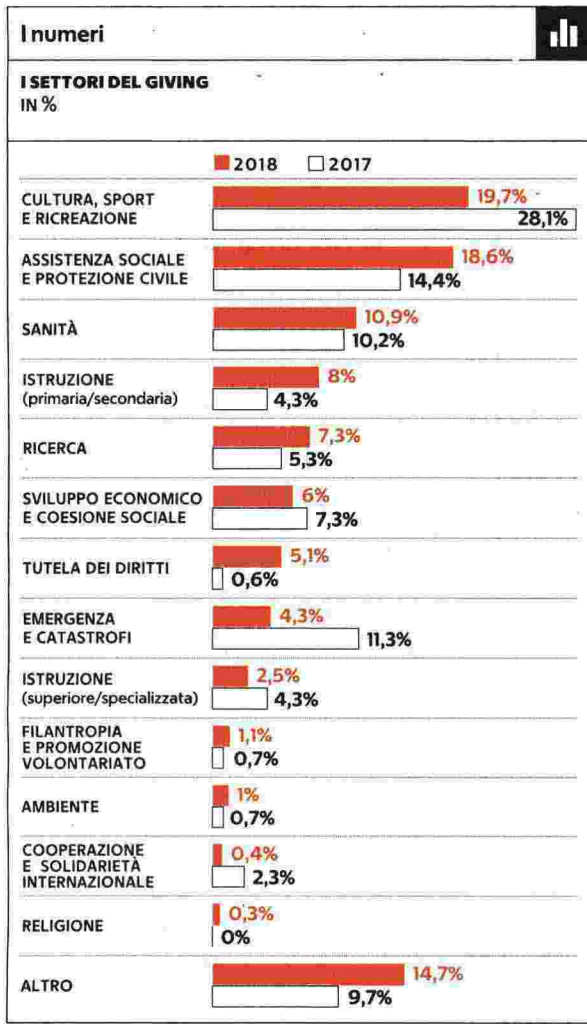
MUSEI D'IMPRESA

In alcuni casi alla fondazione è affidato anche il museo d'impresa, quando i capitani d'industria decidono di condividere con la comunità la propria collezione d'arte, come la Collezione La Gaia o Maramotti: secondo Alessia Zorloni, docente allo Iulm, che li ha censiti, l'Italia è seconda al mondo con 40 musei privati, il 60% nati dopo il Duemila. Anche questo un modo per comunicare i valori della famiglia e dell'azienda.

Infine c'è la forma più avanzata d'impegno nella filantropia mista all'arte: la Fondazione di Comunità, quella che chiama a raccolta privato e pubblico per migliorare la vita di un territorio. Assifero ne conta 35. Una delle ultime, Farm Cultural Park, creata dal notaio Adrea Bartoli a Favara, provincia di Agrigento, scommettendo sulla rigenerazione urbana con la cultura, dimostra che ci

si può riuscire.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



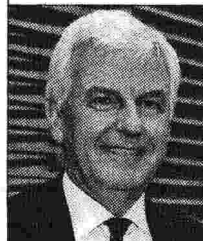
Le strategie

**SALINI
CONCERTI**

Il gruppo delle costruzioni inventa grandi eventi culturali ogni volta che sbarca in un nuovo territorio. Lo ha fatto con i concerti e un libro per celebrare Arturo Toscanini quando ha comprato una società negli Usa, dove la figura del direttore d'orchestra è venerata



Francesco Starace
ad del gruppo Enel



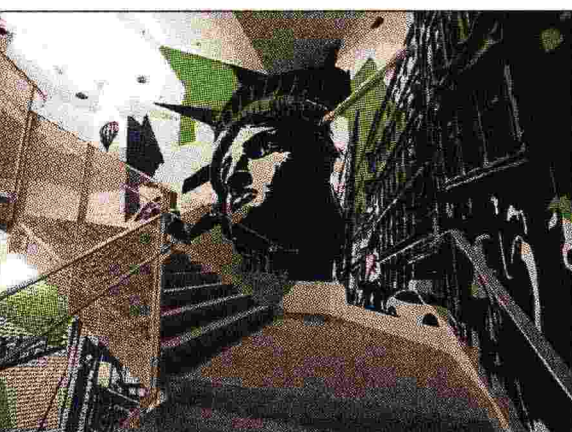
Alessandro Profumo
ad del gruppo Leonardo



Giovanni Ferrero
presidente del gruppo Ferrero



Luciano Benetton
presidente della Fondazione Benetton



**ALLIANZ
I MURALES
NELLA TORRE**

Il gruppo assicurativo opera nel settore del "giving" tramite la "Fondazione Umanamente" che dedica risorse ai ragazzi con storie difficili che devono imparare un mestiere, e che hanno dato vita al murale più grande del mondo, dipinto lungo le scale della torre Allianz a Milano

**MARAMOTTI
MUSEI PRIVATI**
La Collezione Maramotti è una collezione di arte contemporanea privata che ha aperto al pubblico nel 2007, nella sede storica della società Max Mara, a Reggio Emilia. L'Italia è il secondo Paese al mondo per musei privati: ne conta ben 40, il 60% dei quali nati dopo il Duemila



**FARM CULTURAL PARK
RIGENERAZIONE
URBANA**

Si chiamano Fondazioni di Comunità e chiamano a raccolta privato e pubblico per migliorare la vita di un territorio. Una delle ultime è Farm Cultural Park, creata dal notaio Adrea Bartoli a Favara, provincia di Agrigento, scommettendo sulla rigenerazione urbana con la cultura



I numeri

350

MILIONI DI EURO

È quanto hanno investito nel 2018 i 90 enti filantropici che aderiscono alla associazione Assifero