

Dossier
Economia della cultura

L'Art bonus batte la crisi: in otto anni donazioni per oltre 690 milioni

Mecenatismo. Il flusso di erogazioni liberali non si è interrotto neppure durante la pandemia: uno strumento prezioso per l'Italia, che concentra il maggior numero di beni artistici e culturali del mondo ma fatica a raccogliere le risorse per tutelarli al meglio

Giovanna Mancini

Introdotta ormai otto anni fa (con la legge 106 del 2014) l'Art bonus non soltanto mantiene la sua attrattiva, ma anzi la accresce di anno in anno. Persino durante la pandemia. Dalla sua introduzione a oggi, questo strumento (che incentiva le donazioni a favore della cultura attraverso un beneficio fiscale del 65%) ha permesso di raccogliere erogazioni liberali per un totale di 692,6 milioni di euro, donate da oltre 28 mila mecenati (per il 63% persone fisiche, anche se la quasi totalità delle risorse proviene da imprese ed enti) a favore di 2.973 beni artistici e culturali in tutto il Paese, con una maggiore concentrazione al Centro-Nord.

Nel 2020 e 2021, nel pieno della pandemia da Covid-19, il flusso delle erogazioni non si è interrotto, conferma Carolina Botti, direttrice di Ales, la società del ministero per i Beni culturali incaricata della gestione di questo strumento. C'è stata una lieve flessione nei ritmi di crescita, ma le erogazioni sono comunque aumentate dai 451,6 milioni del 2019 ai 557,1 di fine 2020 e poi hanno ripreso a correre fino a quota 664,5 nel 2021. E questo è importantissimo in un Paese come il

nostro, che concentra il maggior numero di beni artistici e culturali al mondo (con 55 siti Unesco e circa 5 mila istituzioni tra musei, aree archeologiche e monumenti statali), ma che non sempre sa o vuole trovare le risorse per tutelarli e valorizzarli come meriterebbe. Il problema principale riguarda il mantenimento e l'ammodernamento delle strutture e non a caso la maggior parte delle erogazioni liberali veicolate tramite Art bonus è destinata proprio a opere di manutenzione e restauro. Tuttavia, stanno aumentando le risorse stanziare per interventi a favore di servizi, comunicazione e uso del digitale, che proprio durante la pandemia si è ri-

velato fondamentale e ha ricevuto una forte accelerazione. Il merito del successo di questo strumento va ricercato nella sua validità, osserva Carolina Botti: «L'Art bonus ha mantenuto quelle caratteristiche di convenienza, semplicità e trasparenza che lo hanno fatto apprezzare sin dall'inizio». Ma anche nella sua capacità di adeguarsi ai bisogni specifici delle diverse realtà, «o meglio ancora: le diverse realtà hanno capito come adeguarlo alle proprie esigenze», precisa Botti. Esiste ormai una grande varietà nelle tipologie di raccolta fondi, ovviamente tutte rientranti nelle tre categorie ammesse: manutenzione, protezione e restauro; sostegno ai luoghi della cultura; costruzione o restauro e potenziamento di edifici adibiti ad attività di spettacolo.

Sicuramente hanno contribuito alla sua diffusione alcune azioni di promozione dell'Art bonus stesso (e dei suoi risultati) come il Concorso «Progetto Art bonus dell'anno» istituito nel 2016, che nell'ultima edizione ha registrato una vera impennata delle votazioni da parte dei cittadini, grazie soprattutto a un utilizzo più «aggressivo» ed efficace dei canali social: 262.028 voti complessivi nell'edizione 2021 (per 365 progetti),

LO STATO DELL'ARTE

2.973

I beni beneficiari

Nei primi otto anni di applicazione, l'Art Bonus è stato utilizzato per salvaguardare quasi 3 mila beni in tutta Italia, da Nord a Sud. Il maggior numero di interventi si concentra tuttavia nel Centro-Nord

324,3

Contributo delle imprese

Sul totale di 28.026 mecenati, la maggioranza (17.864) sono privati cittadini, ma sono le imprese (6.651 in totale) ad aver dato il contributo economico maggiore, con 324,3 milioni di euro su un totale di 692,6, seguite dagli enti (336,3 milioni di euro)

contro i 23.221 voti del 2020 (210 progetti) e i 2.056 voti del primo anno (77 iniziative). «Pur non essendoci alcun premio economico, ma solo un riconoscimento formale, la partecipazione è stata molto elevata – osserva Botti – e questo è fondamentale per raggiungere un ulteriore obiettivo, quello di coinvolgere la popolazione. Non tanto per raccogliere più fondi, quanto soprattutto per far conoscere i beni restaurati e quindi, indirettamente, fare un'azione di politica culturale, un'operazione di conoscenza».

Un altro aspetto interessante nell'evoluzione dell'Art bonus in questi otto anni è il risvolto anche sociale che, sempre più spesso, le istituzioni culturali e dello spettacolo hanno saputo dare a queste raccolte fondi. «Accanto ai beni di maggior prestigio e notorietà, che sono sempre in testa alle classifiche delle erogazioni, troviamo una miriade di piccole iniziative che hanno un grande valore sociale, simbolico e identitario per le comunità che le promuovono», dice Carolina Botti, citando tra i tanti esempi l'Ipogeo di San Michele delle Grotte ad Altamura, che si è classificato quinto nell'ultima edizione del Concorso Art bonus.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

28mila

I MECENATI

Anche se il 63% dei mecenati sono persone fisiche, la quasi totalità delle risorse proviene da imprese ed enti



Prima classificata. L'Arena di Verona ha vinto il Concorso Art Bonus 2021 con il progetto «67 Colonne». Nella foto, una scena dalla «Carmen» di Georges Bizet che lo scorso 17 giugno ha inaugurato la stagione 2022

L'Arena di Verona vince il premio «miglior iniziativa»

Il caso
Progetto 67 Colonne

Quello che si chiude domani è stato un mese intenso per l'Arena di Verona, che ha inaugurato lo scorso 17 giugno la 99esima stagione lirica (con la «Carmen» di Bizet nell'immane regia di Franco Zeffirelli).

Già lo scorso 9 giugno l'Arena e i suoi appassionati sostenitori e frequentatori si erano incontrati per festeggiare il primo posto ottenuto nella sesta edizione del Concorso Art bonus, nato nel 2016. La Fondazione Arena di Verona, infatti, è arrivata prima per numero di voti: 38.499 su un totale di 262.028 per 158 progetti italiani giunti in finale su 365 concorrenti iniziali. Sul gradino più alto del podio c'è quindi il progetto collettivo «67 Colonne per l'Arena di Verona», nato in piena pandemia per

sostenere la fondazione. Il nome nasce dall'idea di contribuire idealmente a ricostruire i 67 pilastri dell'anfiteatro, crollati nel terremoto del 1117, con l'obiettivo di coinvolgere la comunità veronese attorno a questo monumento e alla fondazione lirica, che tanto valore generano per il territorio, sostenendone l'attività. Uno studio di Confindustria Veneto condotto prima della pandemia stimava infatti l'indotto economico generato dall'Arena in oltre 400 milioni di euro l'anno, pari a circa lo 0,5% del Pil provinciale. Dopo lo stop dovuto al Covid, tra l'altro, è ripartita l'attività di incontri con i media all'estero: dopo Berlino, Parigi e Madrid, l'anno prossimo l'Arena farà tappa a New York.

Il territorio ha dimostrato di comprendere questo valore e ha risposto con entusiasmo alla «chiamata», trainata anche dall'autorevolezza dei due fondatori e ambasciatori dell'iniziativa: Sandro Veronesi, presidente di Calzedonia, e Gian Luca Rana, ceo

del pastificio Giovanni Rana. Nel primo anno di attività (2021) il progetto ha raccolto 1,5 milioni di euro, mentre nella sua seconda edizione ha già raccolto 1,6 milioni. La caratteristica innovativa e la forza di questo progetto risiedono nel suo carattere collettivo, che ha visto l'impegno di circa 50 imprese accanto ai due ambasciatori, oltre a tanti privati, per un totale di 128 mecenati nel 2021. Una nuova formula che si fonda sulla capacità di coinvolgere un intero territorio: non è più solo il singolo che dà, ma un intero sistema che si mette in moto. Il modello è destinato a consolidarsi nei prossimi anni, affiancandosi all'indispensabile sostegno che proviene dagli storici sponsor e partner dell'Arena di Verona, in primis Unicredit (major partner da 25 anni dell'Opera Festival), ma anche Volkswagen Group Italia, DB Bahn, Rtl 102,5.

Un impegno che trova la sua ragione d'essere sulla solidità dei conti del teatro che, dopo alcuni anni di

difficoltà, ha ritrovato nel 2018 l'equilibrio economico, chiudendo in utile anche il 2021, nonostante la pandemia. «Gli ultimi due anni ci hanno costretti a mettere in campo risorse che a volte non pensavamo nemmeno di avere – ha detto la sovrintendente e direttrice artistica Cecilia Gasdia –. Questo progetto ne è l'esempio migliore».

Ideatori dell'iniziativa sono stati il vicedirettore artistico Stefano Trespidi e il direttore marketing Andrea Compagnucci. «Il progetto 67 colonne dimostra che l'iniziativa economica privata non solo non è in contrasto con l'utilità sociale, ma anzi la stimola e la crea – commenta Trespidi –. Il connubio arte-impresa è fonamen-

tale non solo per il sostegno economico, ma anche perché porta nelle aziende che creano spettacolo una visione imprenditoriale, favorendo un approccio alla gestione aziendale lungimirante e innovativo». Aggiunge Compagnucci: «La membership delle 67 colonne è stata riconosciuta dal ministero come un modello di fundraising fra i più importanti in Italia; è straordinario vedere come le imprese abbiano deciso in questo contesto di rilanciare la sfida sociale e di civiltà rappresentata dal nostro Festival, contribuendo a salvaguardarne il valore economico e aprendo a un dialogo di condivisione con la fondazione, che prima non esisteva».

Altro aspetto rilevante del progetto è stata la sua copertura social, pianificata e perseguita in modo strutturale, che ha portato non a caso 25.947 voti attraverso i canali Facebook e Instagram. Anche questo è un insegnamento per il futuro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Un'iniziativa capace di coinvolgere un intero territorio, anche attraverso l'uso sapiente dei social

Gli interventi

MUSICA LIRICA



Fondazioni pigliatutto

Dalla sua introduzione nel 2014 a oggi, sono le fondazioni lirico-sinfoniche le realtà culturali e artistiche del nostro Paese che hanno ricevuto i contributi maggiori. In testa la Scala di Milano (foto), 147,3 milioni di euro di erogazioni liberali ricevute. Al secondo posto, con cifra molto inferiore (23,7 milioni) il Teatro Regio di Torino, seguito dall'Arena di Verona, dal Maggio Musicale Fiorentino e dal Teatro Regio di Parma.

CONCORSO ART BONUS



Boom di votazioni nel 2021

Nato nel 2016 con l'obiettivo di premiare quanti (beneficiari e mecenati) rendono possibile questa misura, il Concorso Art Bonus ha visto nel 2021 una vera impennata dei votanti, grazie soprattutto a un uso efficace dei social: 262.028 votanti per 365 progetti, contro i 23.221 votanti del 2020 e i 2.056 del 2016. Il progetto più votato (con 38.499 voti, di cui 25.947 via social) è stato quello dell'Arena di Verona (foto).

ART BONUS REGIONALI



Toscana e Friuli apripista

Accanto allo strumento nazionale, alcune Regioni hanno aggiunto anche misure regionali. Come la Toscana, che si è dotata di una specifica normativa nel 2017, e il Friuli-Venezia Giulia, che ha introdotto la norma nel 2019. La Toscana è anche la regione che concentra il maggior numero di beni destinatari di erogazioni (469, tra cui Palazzo Strozzi a Firenze, nella foto), seguita da Piemonte (342) e Lombardia (339).

PICCOLI INTERVENTI



Valore identitario

Accanto alle grandi istituzioni culturali e artistiche, che assorbono la stragrande maggioranza delle erogazioni liberali, ci sono tanti piccoli progetti in giro per l'Italia che hanno beneficiato con l'Art Bonus, spesso con un valore simbolico, sociale e identitario importante. Come l'Ipogeo di San Michele delle Grotte ad Altamura (foto), che è arrivato quinto nel Concorso Art Bonus 2021, con 10.873 voti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA