



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea Magistrale in Economia e
Gestione delle Arti e delle Attività Culturali

Tesi di Laurea

**Mecenatismo:
motivazioni e modalità dal passato ad
oggi**

Relatore

Ch. Prof. Valeria Maggian

Correlatore

Ch. Prof. Fabrizio Panozzo

Laureanda

Francesca
Berton
Matricola
871999

Anno Accademico

2019 / 2020

Indice

Introduzione	1
1 Il mecenatismo nel passato e le sue finalità	2
1.1 Il Mecenatismo	2
1.2 L'uso dell'arte a Roma prima e dopo Mecenate	2
1.3 Mecenatismo come affermazione del proprio patrimonio economico: i banchieri Borgherini	9
1.4 Dimostrazione del potere di una famiglia attraverso l'arte e i possedimenti: i Manelli	17
1.5 Una vita per l'arte: Peggy Guggenheim	21
2 Motivazioni e cause del Mecenatismo del mecenatismo contemporaneo	25
2.1 Aziende e strategie filantropiche	25
2.1.1 Crisi economica e riduzione dei finanziamenti	27
2.1.2 Arm's length: come la Gran Bretagna affrontò la crisi	28
2.2 Nuovi protagonisti dei finanziamenti	31
2.2.1 I finanziamenti di fondazioni bancarie	32
2.2.2 Introiti aggiuntivi per la cultura	35
2.3 Sovvenzioni pubbliche e private: come avvengono	37
2.4 Due modelli di finanziamento per musei ed enti culturali: il modello europeo-continentale ed il modello statunitense	38
2.4.1 Modello europeo-continentale: il caso della Francia	40
2.4.2 Modello Statunitense	41
2.5 Il mecenatismo dei musei d'impresa	42
2.5.1 Dal museo d'impresa al museo nell'impresa	46
3 L'era digitale e le nuove forme di raccolta fondi: il caso di Art fund a Londra	49
3.1 presentazione del caso studio	49
3.1.1 Crowdfunding	49
3.2 Mecenatismo tra passato e presente: l'Art fund	51
3.2.1 La storia dell'Art fund	51
3.2.2 L'organizzazione e la gestione del rischio	54

3.2.3 Dagli incrementi del 2019 alla pandemia di Sars-cov2.	56
3.2.4 Metodi di raccolta fondi dell'Art fund	57
Conclusioni	59
Bibliografia	61
Sitografia	63

Introduzione

Sin dalla Roma Antica son presenti documenti riguardanti aste di opere trafugate durante le campagne di conquista e di finanziamenti, pubblici e privati, per la costruzione d'opere d'arte in tutto l'Impero Romano (Becatti,1995).

Cosa portò però un popolo che sosteneva che “Amor ingenii nemem unquam divitem fecit” (Petronio, Satyricon 83,9) a sovvenzionare espressioni artistico-culturali?

L'obbiettivo di questo elaborato si identifica nel desiderio di analizzare il perché dei finanziamenti in campo artistico, quali dinamiche nel corso dei secoli spinsero gli uomini al mecenatismo e come si sono evolute.

Nel primo capitolo si vuole innanzitutto tener conto di cosa significasse in passato investire in opere d'arte pubbliche e/o private. Questo perché ogni mecenatismo si basa su uno spirito diverso.

Si prosegue poi nel secondo capitolo osservando come dalla seconda metà del secolo scorso il mondo dei finanziamenti e delle donazioni sia cambiato. Come prima una crisi economica, causata dall'aumento del terrorismo e dalla crisi petrolifera, e poi nuove consapevolezze etiche abbiano introdotto nuovi modi d'agire. Inoltre, si osserveranno anche varie realtà e forme di supporto agli enti culturali in diverse nazioni.

A seguito di questo quadro generale, si passerà ad osservare nel terzo capitolo la realtà dell'Art fund. L'ente di raccolta fondi, nato ad inizio Novecento, ha da sempre l'obbiettivo di preservare la cultura in ogni sua forma.

Come si potrà osservare il supporto al mondo della cultura dell'Art fund avrà come protagonista l'abilità di creare raccolte fondi sempre all'avanguardia e molto efficaci, sfruttando al meglio qualsiasi risorsa abbiano a disposizione.

1 IL MECENATISMO NEL PASSATO E LE SUE FINALITÀ

1.1 Il Mecenatismo.

Nell'universo culturale è assai difficile stabilire delle verità perenni per le sue definizioni, ogni risposta è varia a seconda dell'epoca considerata poiché ogni contesto sociale tende ad offrire la propria definizione dei termini e delle situazioni. Pertanto, tale mutevolezza non è affine solo all'arte in quanto tale ma avvolge pure tutte le realtà che le gravitano attorno: persino i fattori economici e del mercato dell'arte (Pasini, 2013A; Pasini, 2014B).

Nel primo capitolo analizzeremo quattro esempi di mecenatismo basati su differenti motivazioni in vari periodi storici. Il primo caso sarà quello di Mecenate, le cui azioni verso la cultura per alcuni erano legate a propaganda politica più che all'amore per l'arte; il secondo sarà quello della famiglia Borgherini, che nell'arte vide un'affermazione del proprio status economico e di banchieri; il terzo sarà sulla famiglia Manelli, che con la sua collezione volle non solo ricordare il suo potere politico ma riaffermare il suo status sociale, ed infine da quello di Peggy Guggenheim, il cui mecenatismo era pura dedizione all'arte.

1.2 L'uso dell'arte a Roma prima e dopo Mecenate.

La mutevolezza dei termini dell'arte ha fatto sì che attualmente quando si parla di uomini che finanziano l'arte, facendo da benefattori agli artisti, usiamo il termine "mecenate". Tale termine trova la sua ragione d'essere nel mito dell'antico romano Caio Mecenate¹ (Conte, 2004).

Cosa rappresentavano però queste figure di benefattori in una civiltà in cui gli artisti erano considerati "*ministri luxuri*"²? Perché un uomo così vicino all'imperatore avrebbe dovuto

¹ Mecenate, Caio Clinio (n. 69 a.C – m. 8 a.C) fu un cavaliere di Roma originario di una nobile famiglia etrusca d'Arezzo, fu fra i più intimi consiglieri d'Ottaviano. Quando Ottaviano divenne Augusto Mecenate conservò un ruolo di intermediario tra il principe e il mondo letterario (Conte, 2004).

² Tale considerazione trova motivazione nello storico Seneca che nella sua opera *De brevitate vitae*, lavoro sulla brevità della vita, considera l'arte uno svago per fanciulli, egli la mette fra i vizi che "*inclinano e cingono d'assedio da ogni parte e non permettono di rialzarsi*" agli uomini.

finanziare l'arte e supportare economicamente gli artisti? Per comprendere meglio questo legame fra cultura e potere, bisogna capire la mentalità del popolo romano. Per farlo è necessario iniziare parlando della situazione precedente a Mecenate (Bandinelli, 1966).

All'inizio l'arte a Roma non godeva di molta considerazione, l'apporto ellenistico fece molta più fatica qui ad essere accolto ed assimilato che nel resto del bacino mediterraneo. Nella biografia del generale Marcello (Marcello, 21), Plutarco³ fece notare come, prima dello spoglio della città di Siracusa risalente al 212 a.C, Roma “*non possedeva né conosceva prima di allora nessuno di quegli oggetti di lusso e raffinatezza*”. Questo perché per la mentalità presente nella città di Roma, l'arte non era altro che un'occupazione corruttrice e quindi indegna del *civis Romanus*. Al contrario però prese piede la letteratura e l'arte dell'eloquenza poiché la prima permetteva la documentazione e la rievocazione dei fatti della storia dell'Urbe e, per mezzo della seconda, si poteva ridare vigore e nobiltà alle lotte politiche (Becatti, 1995).

Nonostante tutto, però, durante il III e il II sec. a.C si assiste ad un crescente afflusso d'opere d'arte greca (proveniente per lo più dai bottini di guerra). In parallelo all'aumento dell'arte in città iniziarono a rafforzarsi le antiche professioni di *virtus e pietas*⁴ in opposizione a qualsiasi sentimento di compiacimento estetico. Se da un lato parte dei cittadini acclamavano quei generali che riportavano in Patria opere d'arte poiché avevano “*arricchito la città di uno spettacolo di piacere*” (Bandinelli, 1966), altri supportavano i generali che la pensavano in modo totalmente opposto e come bottino riportavano in patria solo ricchezze e denaro “*lasciando al suo posto le statue [...] e quegli dei irati*”⁵ (Plutarco). In realtà si hanno testimonianze, grazie allo scrittore Plinio, di generali romani che videro una possibilità di ritorno economico grazie all'arte, un esempio narrato dallo storico descrive un'asta del 146 a.C a Corinto, in cui vennero “battute” molte opere. A tale evento partecipò come acquirente anche il re di Pergamo, Attalo II (Plinio XXXV, 24).

Così, nonostante il disprezzo iniziale per le sculture e per la ricerca di un piacere estetico come riportato nel volume redatto da Becatti G. (2013) “*L'arte dell'età classica*”, durante il

³ Scrittore greco, nacque in Beozia nel 50 a.C. studiò ad Atene presso il platonico Ammonio, nella sua vita ebbe molti incarichi politici (Conte, 2004).

⁴ Rappresentano la somma di tutte le virtù dell'uomo che rese grande Roma, viene citata anche da Cicerone, Livio ed Orazio (Enc. Treccani, 2020).

⁵ Nell'antica Roma si rimproveravano ai generali di attirare l'odio sulla città di Roma qualora fossero state trafugate statue di divinità da città sottomesse (Becatti, 1995).

III e il II sec. a.C., i Romani capirono la grande utilità che aveva l'arte sia come fonte di reddito sia per la diffusione di un'idea. La possibilità di un elevato tornaconto economico è facilmente riscontrabile dal fatto che Roma nonostante partisse da basi molto parsimoniose, nel giro di una generazione raggiunse in città una delle concentrazioni di capitali maggiori che la storia ricordi. Si iniziò ad osservare come potere politico ed economia, si avvicinassero anche all'arte. I capitali che iniziarono ad entrare finirono in gran parte nelle casse dello Stato ma anche nelle casse di privati⁶, mai in così gran misura il potere politico fu legato alla ricchezza. È in questo clima che emergono personalità di spicco. Un esempio lo si può osservare in Giulio Cesare, che comprese sin da subito il gran tornaconto d'immagine che il finanziamento d'arte, spettacoli ed opere pubbliche comportavano. Egli iniziò a finanziare spettacoli⁷ e a costruire il Foro di Cesare con all'interno un tempio in onore di Venere, il tutto per il popolo. Si creò così una sorta di "*cesarismo*" non una categoria storica universale, ma più che altro un'azione politica, una sorta "*d'arcaica campagna di propaganda*" (Bandinelli, 1966).

Non solo i privati cittadini che aspiravano alla vita politica videro nell'arte un mezzo potente di diffusione d'idee, ma anche i Senatori compresero l'enorme potenziale dell'arte per propagandare il potere di Roma. Essi la utilizzarono quindi nel campo della monetazione. A questo punto la coniazione, sempre più importante all'interno della vita dello Stato, doveva unire ad un fine pratico anche una funzione politica e celebrativa che venne resa possibile dai mezzi offerti dall'arte; per questo motivo dal 269 a.C circa, le monete iniziarono prima a raffigurare soggetti come la biga della Vittoria, i Dioscuri⁸ e la testa di Roma, per poi passare nel II sec. a.C a simboli più legati al potere dell'Urbe (l'aquila legionaria e raffigurazioni delle vittorie militari) (Becatti, 2014).

In realtà la vera diffusione dell'arte tra la popolazione romana si avrà con l'ascesa al potere d'Augusto⁹, in seguito alla vittoria di Azio del 31 a.C. A seguito di quello scontro il condottiero iniziò a gettare le basi di una cooperazione politico-culturale, ove i poeti assunsero un ruolo attivo nel neo-principato. In quegli anni si hanno i primi incontri col nome

⁶ Si stimò ad esempio che Crasso, l'uomo che sedò la rivolta dei gladiatori di Spartaco, alla sua morte lasciò un patrimonio che si può valutare intorno ai due milioni di sterline (Becatti, 2014).

⁷ Nel 65 a.C sosterrà un'ingente spesa per offrire al popolo uno spettacolo con 320 coppie di gladiatori (Bandinelli 1966).

⁸ Nella mitologia erano due dei figli di Zeus (Ovidio, VI libro).

⁹ Appellativo che Ottaviano userà in realtà solo dal 27 a.C (Conte, 2004).

del primo “sostenitore delle arti”: Mecenate¹⁰. Quest’uomo, quasi da subito, ottenne la prestigiosa carica, che oltre a portargli molto fama fece sì che vari artisti, anche sconosciuti, ne ritraessero il volto (*immagine 1*), di “*ministro della propaganda di Augusto*”. Infatti i poeti del suo circolo diffondevano le nuove ideologie grazie ad opere che lui stesso giudicava come le “Odi” oraziane e i capolavori di Virgilio (Conte, 2004).

Però non furono solo i poeti a ritrarre una figura idealizzata dell’imperatore, infatti un perfetto esempio di idealizzazione di Augusto si ha con la statua di “Prima Porta” (*immagine 2*) proveniente da una villa vicino a Roma. Qui l’imperatore è stato raffigurato come innalzato ad una sfera superiore, quasi divina, classicheggiante fredda e pura (Mingazzini, 1936).



Immagine1. Busto di Gaio Clinio Mecenate

(https://it.wikipedia.org/wiki/Gaio_Cilnio_Mecenate#/media/File:Maecenas_Coole_Park.JPG)

¹⁰ In realtà il circolo di Mecenate era attivo già nel 43 a.C come lo dimostra l’opera “Le Bucoliche” che Virgilio scrisse già sotto la sua ala protettiva (Conte, 2004).



Immagine 2. *Augusto di Prima Porta* (<https://www.romafu.it/augusto-prima-porta/>)

Sull’operato di Mecenate in sostegno delle politiche augustee sono emerse dagli “*Annali aretini*” (vol. XII 2004 a cura della Fraternità dei laici di Arezzo) due correnti di pensiero, che si sono susseguite nel corso del tempo e che sono completamente opposte. La prima di queste teorie sostiene che Mecenate, insieme all’imperatore Augusto, tentò di usufruire di poeti e artisti, in una sorta di mass media dell’antichità, per glorificare e supportare la figura imperiale che doveva imporsi sulle ceneri delle guerre civili appena terminate. Questa posizione venne sostenuta da M. Buelé¹¹, uno dei principali detrattori di Mecenate, che probabilmente vedeva enfatizzato questo legame degli artisti con il potere per via del suo legame verso i filo-repubblicani. Buelé si dimostrò avverso a tutto ciò che andava a corrompere il senso estetico dell’arte. Ai suoi occhi Mecenate esercitava il suo patronato solo per avere materiale per la sua propaganda politica, egli in sostanza lo vedeva come una sorta di corruttore. Buelé era convinto che l’ingerenza di Mecenate trasformasse i poeti in adulatori, una sorta di divulgatori del messaggio imperiale, che lo avrebbero dovuto consacrare, assieme ad Augusto, al potere e alla fama eterna.

¹¹ M. Charles Ernest Buelé fu un archeologo scrittore e politico francese nella seconda metà dell’800.

Tesi totalmente opposta, che sembra aver preso piede attualmente, è la teoria di P. White¹²(1993), secondo la quale, in realtà gli artisti del circolo di Mecenate erano liberi, per questo è fermamente convinto che non si dovrebbe parlare di dirigismo politico¹³. White sosteneva che, la presenza di continue immagini in supporto a una politica filo-augustea rilevabile nelle opere¹⁴ degli artisti di questi circoli, fosse il risultato di un'azione inconscia degli artisti e non frutto di una commissione o di una coercizione. Anzi, alcuni ipotizzano che furono le immagini che emergevano dalle opere di Virgilio, uno dei poeti del circolo stesso, a influenzare gli altri con questa visione d'esaltazione del nuovo imperatore, più che lo stesso Mecenate o Augusto (Dalzell, 1956).

A supporto di quest'ultima teoria vi è il fatto che, non solo in età augustea ma anche in epoche precedenti, avvenisse che i letterati offrirono i loro servigi ai patrizi in cambio di una rendita. Questo era dovuto all'ormai consuetudine romana, presente da molto prima della formazione dei veri e propri circoli di poeti sostenuti economicamente dai nobili, di circondarsi di letterati. Questi uomini di cultura ricambiavano l'amicizia dei soggetti più influenti dell'Urbe con una propaganda socio-politica. Infatti, con queste opere di divulgazione, soprattutto di genere teatrale politicamente impegnate, era possibile la propaganda quasi immediata a un vasto pubblico in tutte le fasce sociali. Quindi ai potenti portava un supporto e una gloria duratura mentre ai poeti permetteva di passare da uno status inferiore a una posizione superiore con alcune certezze economiche provenienti dal suo finanziatore (White, 1982).

Ovviamente non vi sono dubbi che il risultato finale dell'opera di trasformazione della città di Roma, ed in seguito anche del resto dell'impero, coadiuvata dal supporto economico di Mecenate, portò ad un'affermazione sempre maggiore dell'imperatore. Infatti l'arte ufficiale era ispirata ai più tipici concetti di romanità¹⁵. Questo perché l'arte augustea si privava di qualsiasi aspetto spirituale o estetico per concentrarsi sul messaggio politico che la Pace e la prosperità a Roma e nell'impero dipendevano solo dalla figura d'Augusto e dalla sua politica (Bandinelli, 2002).

Promuovendo la diffusione dell'arte di Stato anche nelle province più estreme nello stesso

¹² Autore del volume *"Promised verse. Poets in the Society of Augustan Rome"*.

¹³ In generale è una politica di largo intervento dello stato, per lo più lo si ha nella sfera economica ma in questo caso anche in quella culturale (Conte, 2004).

¹⁴ Fra le più note sono le opere scritte da Virgilio.

¹⁵ Supportava la sottomissione dei barbari, la pietas e ovviamente l'esaltazione del condottiero ora imperatore (Beccatti, 2012).

modo con cui veniva fatta a Roma, durante la Pax Romana si generò una sempre maggiore romanizzazione delle province. Nonostante tale diffusione venne svolta in modo differenziato fra il 29 a.C e il 180 d.C, le Province orientali videro l'attività romana in una corrente più classicheggiante mentre le province delle Gallie ebbero un'attività più "libera". In tutte le colonie, i villaggi si evolvettero dai *castra*¹⁶ in organismi urbani simili in tutto l'impero con acquedotti, fori, terme, porte monumentali e archi di trionfo, per somigliare sempre più alla capitale ed allinearsi ai suoi usi e consumi. Tale uso dell'arte finanziata dallo Stato stesso, non si fermò con Augusto ma proseguì negli anni seguenti con le *res gestae* di Traiano, altro esempio di committente di opere atte alla celebrazione della sua figura di sovrano. Così, come Pericle si affidò a Fidìa, Traiano si fece seguire, persino nelle imprese ufficiali, dall'architetto Apollodoros di Damasco¹⁷ (all'epoca architettura e scultura risultavano spesso collegate) (Becatti, 2012).

Importante esempio di finanziamento pubblico dell'arte per celebrare l'imperatore e il suo potere si ha nella Colonna istoriata¹⁸. Tale opera monumentale che inneggia alle vittorie di Traiano la si può associare ad Apollodoros¹⁹ per via dell'accuratezza dei dettagli dei fortini, ponti ed accampamenti e per gli elementi puramente architettonici ovvero la base e il capitello. Tale immenso "rotolo" marmoreo delle *res gestae* imperiali, su cui è costantemente ripresa la figura dell'imperatore, semplifica un'arte che diventa portatrice di un monito contro i nemici, celebrando la vittoria militare (la cui massima espressione di gloria risiede nel rilievo in cui la Vittoria incorona l'imperatore) e perpetua la sua gloria con l'utilizzo del marmo considerato materiale eterno e per questo prediletto (Bandinelli, 2014).

L'arte, quindi, non si limita ad essere didascalica o prettamente narrativa, incarna valori politici e sociali che si avvicinano alle opere di propaganda dei recenti regimi, che trovano spesso nell'antico il proprio modello di riferimento. Colonne istoriate e archi di trionfo sono parte di un progetto culturale e politico di più ampia scala, volto ad una consacrazione che puntava verso una prospettiva di eternità (Becatti, 2014).

¹⁶ Erano gli accampamenti stabili dei legionari romani che man mano evolsero in città (Bandinelli, 2004).

¹⁷ Creò a Roma il grande Foro per portare a compimento la serie dei Fori Imperiali (Becatti, 2012).

¹⁸ Narra le vicende delle guerre fra il 101 e il 102 e di quelle che andarono dal 105 al 106 (Minguzzi, 1936).

¹⁹ Fu l'ingegnere/architetto dell'imperatore e lo seguì in tutte le sue campagne militare come "supporto tecnico" (Bandinelli, 2014).

1.3 Mecenatismo come affermazione del proprio patrimonio economico: i banchieri Borgherini.

Mentre in passato il potere politico era legato al prestigio militare, oltre che ai capitali economici, proseguendo nei secoli dal X sec. in poi, furono le corporazioni dei mestieri che presero in mano il potere politico nelle varie città europee e anche nella penisola italiana (Artusi, 1990).

Fra queste corporazioni²⁰ di mestiere in Italia, in special modo in Lombardia e Toscana, una delle più importanti fu, per tutto il XII e per tutto il XIII sec., quella legata all' *"Arte del cambio"* in cui vi erano non solo agenti di cambio ma anche banchieri e cambia valute. Infatti le corporazioni dell'arte di cambio ebbero un peso sociale non indifferente, sia per le ingenti risorse economiche dei suoi membri sia per le loro ramificazioni in tutta Europa. In particolare, parte di loro aveva il controllo delle finanze della Curia Papale che ai tempi non era un semplice affare molto redditizio ma permetteva di divenire molto influenti (Tiralosi, 2016).

Così, mentre nel passato si finanziavano direttamente artisti con lo scopo per lo più di propaganda, nel Rinascimento la situazione cambia così come l'uso che viene fatto dell'arte. Ne è un esempio, studiato anche in opere monografiche, la famiglia Borgherini che con il progressivo affermarsi della forza della sua banca diede inizio a un intenso e fiorente mecenatismo (Piga, 2018).

La casata Borgherini ebbe una progressiva ascesa sociale passando da un'attività puramente commerciale (già nel XIV sec. appariva fra la nobiltà terriera per via dei loro possedimenti fondiari) a una fiorente attività presente in varie piazze. Oltre che nella piazza di Firenze lì si poteva trovare anche in quella romana e in quelle francesi, il tutto favorito da una vivace rete di alleanze politiche e famigliari. Molti dei legami che permisero tali successi la famiglia li deve a Pierfrancesco Borgherini, uomo dalla poliedrica personalità che gli permise d'essere mercatore di Giuliano II. Ma è grazie alla famigliarità con Leone X e alla sua rete di relazioni all'interno della sua corte, che il Borgherini riuscì ad affermare il suo Banco fuori dai confini toscani. Egli era infatti legato a molti cardinali tra cui il cardinale Bernardino Lopez de Carvajal, il quale, con buone probabilità, diede i primi contatti che permisero al giovane banchiere d'affermarsi nell'area gianicolense (Cassandro, 1992).

²⁰ Era l'associazione di tutti coloro che in una determinata città esercitavano lo stesso mestiere.

Le spiccate abilità finanziarie e il saper comprendere l'enorme potenziale dell'arte, già presente anche nel padre²¹, diedero a Pierfrancesco la possibilità d'essere un fine mecenate che gli valse l'amicizia di Michelangelo e che lo portò ad essere il mecenate di vari artisti. Partendo dalle origini si può vedere come la famiglia non fu da subito una dinastia di banchieri dediti alle attività finanziarie fuori dai confini della Toscana (Piga 2018). Infatti, l'ascesa dei Borgherini partì fuori dalle mura di Firenze, a Cerreto Guidi, dove erano possessori d'immobili oltre che fondiari. Fu sfruttando in modo egregio questi possedimenti che la famiglia acquisì le basi economiche per una fiorente attività di mercatura, senza però mai abbandonare il legame con la terra che era visto come l'obiettivo fondamentale²² per chiunque volesse essere competitivo a livello economico (Artusi, 1990).



Immagine 3- “Il Ritratto di Giovanni Borgherini col suo precettore” (https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/2/24/Giorgione_%28attr.%29%2C_giovanni_borgherini_e_il_suo_tutore.jpg)

Così, col progredire dei loro commerci, a inizio del Quattrocento la famiglia si trasferì

²¹ In generale il potenziale dell'arte era conosciuto e sfruttato da tutti i membri della famiglia nel corso degli anni ed è grazie a questa consapevolezza che oggi si possono ammirare opere come “Il ritratto di Giovanni Borgherini col suo precettore” (Immagine3) probabile opera del Giorgione del 1505 e l'opera manierista di Andrea del Sarto “La Sacra Famiglia Borgherini” (Piga, 2018).

²² Un famoso detto dell'epoca recitava “chi à casa e podere, può pieghare e non chadere” questo era dovuto al fatto che l'acquisto di terreni era considerato un solido investimento che accresceva pure il prestigio sociale (Barducci, 1984).

all'interno delle mura della città continuando a praticare il commercio. Fu solo nel 1477, quando Salvi Borgherini, padre del già citato Pierfrancesco, sposò una giovane delle più antiche e blasonate famiglie toscane, che iniziò la definitiva ascesa sociale (Piga, 2014).

A ciò si venne ad affiancare un'attività bancaria. All'inizio ovviamente il Banco dei Borgherini non era minimamente paragonabile ai Banchi delle grandi dinastie quali Medici, Pazzi e Strozzi. Se facciamo riferimento alla definizione data da Raymond De Roover sulle distinzioni fra i vari banchi²³ dell'epoca, quello di questa famiglia era un "banco a minuto" ovvero a livello locale, per prestiti su pegno oppure come cambia valute. Fu con un esponente in particolare, Salvi Borgherini, che portò la famiglia dal possedere un banco "a minuto" ad averne uno "grosso". Tale incremento permetteva alla compagnia d'estendere i suoi interessi anche oltre i confini di Firenze e raggiungere persino le piazze francesi (Piga, 2014).

Nonostante questo incremento delle finanze e dei rapporti economici, Salvi non si distaccò mai dalla corporazione dei "cambiatori e banchieri", infatti la presenza stessa della famiglia fra i "cambiatori"²⁴ ne attestava indubbiamente la sua accresciuta potenza commerciale. Grazie alla nuova linfa economica, la dinastia di mercanti-banchieri risultò estremamente attiva a Lione, città del Rodano divenuta uno dei maggiori poli d'attività sia commerciali che finanziarie, a metà del Quattrocento. Ad attirare i commercianti e i banchieri ad aprire filiali in Francia, soprattutto i fiorentini, non furono le merci in sé, per lo più articoli di lusso quali rasi e damaschi, quanto le concessioni e i notevoli privilegi concessi dal re Luigi XI a tutti i mercanti stranieri dal 1463: primi a goderne furono i Medici nel 1466²⁵ (Artusi, 1990).

Nonostante la famiglia Borgherini operò a lungo in Francia, a causa dei continui mutamenti che generavano reali pericoli di banca rotta, fu d'obbligo per il banchiere legarsi (quasi come una moderna holding finanziaria) ad altri Banchi per poter raggiungere una maggiore competitività e ridurre il rischio di fallimento. Spesso tali consociazioni venivano sancite con

²³ De Roover nel 1970 studiando le tipologie dei banchi fiorentini, notò una distinzione fondamentale fra i piccoli banchi, da lui definiti "a minuto", e quelli più importanti ovvero i "grossi banchi"; la differenza, infatti stava nel fatto che i primi avevano un'attività più circoscritta sul territorio locale, al contrario i secondi oltre a lavorare anche a livello internazionale avevano una vasta gamma di servizi tra cui l'erogazione di credito non solo ai privati ma anche ai governi.

²⁴ L'attività di cambia valute a Firenze era una delle più prestigiose e dall'elevato profitto, la possibilità di trasferire grandi somme di denaro anche a grandi distanze tramite l'impiego di lettere di cambio che obbligava sia i banchi ad avere filiali sparse per l'Europa ma permetteva ai fiorentini di primeggiare su tutto il mondo oltre che riduceva i rischi che vi erano legati all'effettivo trasporto di denaro (Artusi, 1990).

²⁵ dopo di loro arriveranno in Francia tutte le più importanti famiglie di banchieri fiorentini generando una vera e propria *enclave* Fiorentina (Artusi, 1990).

dei matrimoni. Ma innanzi a questa inarrestabile affermazione economica e l'ampliamento sempre maggiore della banca, la famiglia percepì la necessità d'affermare i loro successi attraverso forme più "visibili e tangibili", così iniziarono a investire sia nell'arte che nell'architettura (Piga,2018).

La prima azione di Salvi Borgherini fu commissionare al Giorgione, durante un soggiorno Veneziano, un ritratto del figlio di così mirabile fattura che ve ne è traccia pure nei volumi del Vasari. Nell'opera, per l'appunto denominata *Ritratto di Giovanni Borgherini col suo precettore*, si può notare come, oltre ad essere una sorta di monito per il figlio per via del cartiglio presente in essa che riportava la dicitura "non valet ingenui misi fatta valebunt" (l'ingenuo è privo di valore se non viene seguito dai fatti), il committente volle mostrare tramite l'arte il suo status. Non solo il lavoro fu eseguito da un grande maestro ma si è riscontrato che il precettore del ragazzo fosse sicuramente un umanista veneto, prima identificato nella figura di Niccolò Leonico Tomeo e poi con Trifone Gabrieli, di gran fama, legato ai più illustri circoli di Padova e Venezia. Fu con l'avvio della costruzione del Palazzo Borgherini in borgo Santi Apostoli, che il capofamiglia volle consacrare definitivamente il raggiungimento del nuovo status sociale conferitogli dall'affermazione del suo banco (Piga, 2018).

Per la realizzazione dell'edificio la famiglia finanziò ogni sorta di decorazioni che richiamassero il lusso, la bellezza, emblemi della grandezza ormai conquistata, erano presenti eleganti capitelli compositi, peducci e conchiglioni di foggia antica che riflettevano una sorta di nostalgia per la classicità. Inoltre, la realizzazione di questa nuova abitazione sarà una sorta di "iniziazione indiretta" al mecenatismo di Pierfrancesco poiché, dopo poco, Salvi delegò al figlio, erede designato, la direzione dei lavori. È a lui infatti che l'artista Baccio, al quale erano stati affidati i lavori, faceva riferimento (Bemporad, 2011).

Non tutti i guadagni della famiglia vennero utilizzati nel mecenatismo e nell'affermazione della loro dinastia. Infatti, aprendo il testamento di Salvi Borgherini, di cui una copia è conservata all'Archivio di Stato di Firenze, si può notare prima di tutto come l'uomo avesse a cura i possedimenti e le finanze della famiglia, per i quali istituì un *fedecommesso*²⁶ che

²⁶ Per fedecommesso si intende la disposizione testamentaria con la quale si obbliga l'erede o il legatario a conservare e restituire in tutto o in parte l'eredità o il legato. Treccani, *fedecommesso*, voc. in Enc.

impediva agli eredi, anche delle generazioni future, di frazionare il patrimonio che sarebbe dovuto rimanere intatto. Accanto a questa preoccupazione per gli affari vi era quella per la propria anima, nel testamento si attestano notevoli donazioni a favore delle opere di carità (Fosi, 1991).

Questa consuetudine dei banchieri, come quella d'appartenere a confraternite religiose e finanziarie le opere caritatevoli, era molto diffusa soprattutto per mettere al riparo la propria reputazione, in special modo nell'epoca di Savonarola. Ma le paure del padre legate alla sua anima non fermarono le mire economiche dell'erede designato, terzo figlio, Pierfrancesco, il quale, grazie a una personalità estremamente complessa, riuscì ad affinare ulteriormente le sue abilità e insinuarsi a Roma ed affermarsi (Piga, 2014).

Le abilità di Pierfrancesco Borgherini negli affari sono dimostrate dal fatto che, nonostante i Borgherini fossero presenti nella città papale sin da tempo, fu solo verso il tramonto del secolo che essi furono ammessi al gruppo dei cosiddetti *mercatores florentini romanam curiam sequentes*²⁷. Tali lasciapassare permettevano di fatto alle compagnie mercantili, nonostante la città di Firenze non fosse più supportata dal papato, di continuare i loro commerci in tutta libertà. Questo gesto del Papa era dovuto al fatto che, nonostante il papato potesse contare su notevoli introiti, entrate fiscali dai possedimenti ma anche dalle vendite delle indulgenze e delle cariche, questo denaro arrivava a Roma con estrema lentezza e per sopperire tutte le necessità della sede apostolica spesso bisognasse ricorrere ai prestiti di *mercatores*. E i banchieri erano ben felici di collaborare col sommo pontefice poiché era molto comune che i debiti venissero saldati non solo con rendite ma anche tramite l'assegnazione di benefici vacanti oppure d'incarichi a pagamento nella curia (Cassandro, 1992).

È grazie alle carte degli uffici pontifici che possiamo notare come gli anni fra il 1513 e il 1517, l'ampiezza degli affari e la varietà della clientela dell'attività romana di Pierfrancesco fosse al culmine; dimostrazione di questo sono le testimonianze dei legami del banchiere con alcuni dei più alti esponenti della Corte spagnola²⁸. Come presente nell'opera "*Mecenatismo artistico di un banchiere fiorentino del Rinascimento alla corte dei papi*" tali legami politici furono di notevole aiuto alla famiglia Borgherini negli affari, ma non bastavano, come

²⁷ L'appellativo *sequentes* si deve al passato, quando i banchieri seguirono il pontefice nell'esilio avignonese che durò dal 1309 al 1377(Piga,2014).

²⁸ Sono conservati i documenti che attestano il prestito di 10000 ducati d'oro a Raimondo de Cardona nominato da Ferdinando il Cattolico a viceré di Napoli e intimo amico della famiglia Medici (Piga, 2014).

successes per il padre, il banchiere dovette entrare a far parte di una confraternita religiosa che, fino al 1515 anno della fondazione del consolato fiorentino nelle mura dell'Urbe, aveva la funzione di un vero e proprio governo. La conferma che Pierfrancesco fosse un confratello appare dal 1506 sia grazie alla trascrizione del pagamento del banchiere della tassa per essere ammesso alla Confraternita sia perché in occasione delle maggiori ricorrenze elargiva donazioni per i più poveri per accrescere sempre di più la buona reputazione della sua casata (Fosi, 1991).

Ulteriore opportunità per gli affari del banchiere, e per tutti i fiorentini presenti a Roma, fu la salita al trono di San Pietro di Giovanni De' Medici il 18 marzo del 1513. Infatti, come supposero molti autori dell'epoca, egli avrebbe portato grandi benefici ai cittadini di Firenze, cosa che però venne temuta dagli altri commercianti, in special modo dai veneziani²⁹. Quando durante la solenne incoronazione in Laterano i fiorentini parteciparono al corteo con un'estrema ostentazione di sfarzo, fu estremamente chiaro la loro volontà di affermare la loro egemonia economica divenuta pure politica, fra questi in prima fila tra la componente laica vi era proprio Pierfrancesco Borgherini. Nel periodo del pontificato dei Medici si ebbe quindi un progressivo monopolio nelle mani di banchieri fiorentini di ogni attività della curia (Piga, 2018).

Circa due anni dopo l'incoronazione di Leone X, fu affidato al banco Borgherini la decisione degli appalti per l'edificazione di San Giovanni dei Fiorentini. Concorsero per aggiudicarsi i lavori sia Raffaello che Jacopo Sansovino quest'ultimo vincitore dell'appalto³⁰. La compiacenza papale non si fermava a concedere lavori al Banco dei Borgherini ma andava oltre, infatti gli anni e le continue prove di lealtà di Pierfrancesco alla famiglia del pontefice e alla curia stessa fecero sì che egli fosse ammesso nella cerchia dei *familiari* del Papa. Questo ruolo di *familiare*, che lo portò ad avere una serie di vantaggi e privilegi tra i quali essere ammesso alla tavola del successore di Pietro, gli fu riconosciuto oltre che per la sua lealtà, anche per il suo ingegno negli affari e per la sua grande cultura (Cassandro, 1992).

Poiché la famiglia Borgherini non s'accontentava degli onori raggiunti, anzi tutti i membri del banco fiorentino dovevano adoperarsi per migliorare la posizione della casata, tutti prestavano estrema cura alla cultura dei giovani rampolli, modellandola ed elevandola poiché essi sarebbero stati il futuro della loro stirpe e dovevano essere colti e possedere una cultura anche

²⁹ Iniziarono a circolare sonetti che ironizzavano sull'ipocrisia dei fiorentini (Fosi,1991).

³⁰ In realtà il progetto realizzato sarà quello di Giacomo della Porta (Piga,2014).

moderna. Ed è proprio durante l'apice di questi anni di successo che Borgherini decise d'innalzare ulteriormente il suo status sociale all'interno di Firenze con un matrimonio, come fece suo padre, così nel 1515 si sposò con Margherita Roberto Acciaiuoli. Tale scelta non fu assolutamente casuale ma dovuta al fatto che il padre della sposa era uno dei più influenti uomini politici di Firenze con legami in Francia, a Roma e alla corte di Napoli per via del suo passato d'ambasciatore e le sue elevate capacità diplomatiche (Mecatti, 1971).

Questo matrimonio consacrò definitivamente l'ingresso della famiglia Borgherini fra il gotha³¹ di Firenze. Inoltre, come dimostrò Lydecker (1987), siccome era compito dello sposo arredare la casa in cui sarebbero andati a vivere lui e la sposa, fu la scusa perfetta per i Borgherini per finanziare artisti che avrebbero reso le stanze di pregevole gusto con opere d'ottima fattura, in special modo la camera degli sposi. Per quest'ultima Pierfrancesco Borgherini assunse un'intera equipe d'artisti, seguendo l'usanza-moda di spendere notevoli somme per arricchire le stanze delle abitazioni (Bemporad, 2011).

Una delle parti più mirabili della stanza del giovane banchiere era il prestigioso apparato ligneo raffigurante le *“Storie di Giuseppe l'Ebreo”*, eseguita dall'artista legnaiolo Baccio D'Agnolo e che venne descritta con estremo entusiasmo dal Vasari. Ma per tali commissioni di notevole portata con tempi ristretti non bastava un solo artista, così per la realizzazione di questa stanza furono chiamati a lavorarci anche Francesco Granacci (1469-1543), Andrea del Sarto (1486-1530), un giovane Pontormo (1494-1557), ancora considerato un allievo, e il Bachiacca (1494-1557). La presenza in particolare del Granacci viene testimoniata dal Vasari che annota la frequente presenza del vecchio artista nella bottega del legnaiolo. Nonostante tutto l'arredo trova l'elogio del Vasari per la ricchezza d'invenzione e per la *varietas* dei personaggi, il coronamento di tutto era il tondo presente sulla testata del letto raffigurante una Trinità annotato dal Vasari nelle *“Vite”* nel volume IV, dove attribuisce l'opera al pittore Granacci scrivendo queste parole: “Fece ancora al medesimo, pure a olio, una Trinità in un tondo, cioè un Dio Padre che sostiene un Crucifisso”. Altra prova dell'attribuzione all'artista viene dal tondo stesso dove la presenza di cherubini attorno alla Trinità dimostrano che l'autore fece un apprendistato nella bottega di Davide e Domenico Ghirlandaio, proprio come fece il pittore nominato dal Vasari (Bemporad, 2011).

La famiglia non s'occupò però solo della sua dimora, molti artisti furono contattati e assoldati anche per poter decorare le varie cappelle di famiglia tra cui quella nella chiesa di

³¹ Annuario genealogico delle famiglie nobili.

San Pietro³² in Montorio a Roma. Alla genesi della bozza del disegno preparatorio del ciclo decorativo della cappella partecipò Michelangelo Buonarroti il quale, nonostante si trovasse a Firenze, inviò a Roma i disegni per la realizzazione come afferma la corrispondenza fra Leonardo Sellaio e il Buonarroti stesso, ciò viene in parte confermato dal Vasari che descrive proprio uno di quei disegni ovvero quello della “*Flagellazione di Cristo*”. Abbiamo potuto così vedere, usando l’esempio dell’affermazione del banco Borgherini, come per le dinastie di banchieri investire il proprio denaro in bellezza, nonostante non portasse un guadagno immediato, fosse un’usanza molto comune (Piga, 2014).

Il sottile intreccio tra arte e finanza, il fenomeno del mecenatismo dilagante fra i banchieri fiorentini sono la manifestazione di un comportamento sociale, lo specchio di una dinamicità e di una progressiva apertura di una società che tendeva sempre più al libero scambio. Ciò nonostante, questa non poteva essere l’unica motivazione per l’esponentiale aumento della domanda di manufatti artistici e d’oggetti preziosi: infatti oltre all’incremento delle ricchezze questa ricerca del bello era dovuta anche a una progressiva caduta di alcuni freni morali che porterà a una progressiva e più ostentata dimostrazione del proprio *status socio-economico* e, solo inseguito, anche l’ostentazione di potere (Goldwaite, 2013).

Spesso l’atteggiamento nei confronti dell’arte era il riflesso di un dualismo nel modo di vivere dei commercianti improntato sul rischio ma anche sulla sicurezza, sull’esibizionismo e sulla sobrietà. Tale rapporto dialettico fra due comportamenti così opposti era dovuto al nuovo capitalismo che guardava ai nuovi commerci ma restava in qualche modo incatenato alle tradizioni. Questo legame si manifesta dal continuo accumulo di beni fondiari e dalla volontà nei testamenti dell’istituzione di un *fedecommesso* che impedisse la frammentazione del patrimonio. Dettato in parte da questa sicurezza, questi comportamenti della “tradizione” portavano alla creazione di una raccolta d’opere d’arte, per lo più commissionata in correlazione ad eventi importanti, che contenevano anche una serie di capolavori. Nella collezione della famiglia Borgherini si possono notare delle grandi mancanze fra cui quella di sculture antiche, pezzi d’antiquaria e soprattutto mancano raffigurazioni di poesie mitologiche; tali caratteristiche erano però presenti nelle collezioni delle famiglie più potenti come i Medici, gli Strozzi o gli Altoviti le cui collezioni non avrebbero mai potuto essere eguagliate da quella dei Borgherini (Piga, 2018).

³² era sotto il patronato del cardinale Giulio de’ Medici a riprova del legame fra le due famiglie (Piga, 2014).

1.4 Dimostrazione del potere di una famiglia attraverso l'arte e i possedimenti: i Manelli

Una collezione d'oggetti d'arte in casa anche per i secoli successivi al XV era da considerarsi un vanto per pochi e la tipologia di tale raccolta d'oggetti preziosi indicava non solo lo status economico di una famiglia, ma era anche lo specchio del potere politico di una famiglia (Bourdieu, 1983).

Questo avveniva perché gli individui inseriti in determinati contesti sociali erano costretti ad interagire con determinati oggetti, ciò avveniva quindi in relazioni delle loro conoscenze intellettuali ma soprattutto possibilità materiali. Infatti, la valenza delle opere d'arte cambiava da molti fattori anche nonostante la parità di soggetti raffigurati. Per capire meglio tale differenza basti pensare a due quadri raffiguranti entrambi una Madonna con Bambino: uno posta nella camera da letto, l'altro in una galleria. Il primo, per quanto possa essere di notevole fattura, avrà un valore devozionale privato al contrario del secondo che, posto in mostra con altre opere di grandi maestri, presenterà una natura più estetica e sarà un'espressione dello status sociale. (Focarile, 2017)

Questa capacità delle opere d'arte di creare una relazione fra soggetto sociale, spazio rispetto a di ciò che li circonda, venne definita "*display of Art*" già nell'opera di Feigenbaum G. (2014) "*Display of Art in the Roman Palace 1550-1750*", con l'espressione *display* non si allude strettamente all'attività di collezionismo, ma racchiude un senso più ampio. Gli oggetti d'arte e i beni di lusso hanno una loro "vita" all'interno dello spazio e del tempo, attribuendo quindi un carattere identitario sia dei possessori che dei promotori.

Questa consapevolezza condusse il gran ducato della Toscana a distinguersi: palazzi e opere d'arte vennero utilizzati per imporre una propria immagine e ruolo sfruttandone il valore identitari, prima fra i mercanti che volevano mostrare le loro ricchezze e poi fra i nobili che volevano mostrare la loro appartenenza al "patriziato" fiorentino (Bevilacqua, 2007).

Estremamente consci di ciò erano i membri della famiglia dei Manelli, come è emerso nel lavoro di Pasquale Focarile nel suo "*I Manelli di Firenze: storia, mecenatismo e identità di una famiglia fra cultura mercantile e cultura cortigiana*" studia l'evoluzione della famiglia (presa ad esempio delle famiglie nobili fiorentine) da metà cinquecento in poi, che sfruttarono il loro nome e possedimenti fin dall'epoca di Cosimo I de' Medici, risultando dei "consumatori d'arte" i cui oggetti rispecchiavano uno studiato significato negli spazi abitativi, proprio per dare un'una forma tangibile della loro identità.

Tale identità patrimoniale fu d'inestimabile importanza, infatti quando la casata medicea si

estinse e vi fu la venuta della dinastia dei Lorena, si innescò un dibattito sulla nobiltà toscana che portò alla *“legge sulla nobiltà e cittadinanza”* del 1750 (Bourdieu, 1983).

In seguito a questa legge il patriziato dovette compiere ricerche genealogiche e patrimoniali per poter certificare il proprio *status* sociale. Le prime tracce riscontrate sulla famiglia Manelli risalgono a quando, il 19 marzo 1565, l'architetto Giorgio Vasari diede il via alla costruzione di una via pensile detta all'inizio “il corridore” e poi “corridoio Vasariano”.

Come riportato nel volume *“I Manelli di Firenze”* quando Cosimo I commissionò il “corridore”, ispirandosi alla lunga tradizione di percorsi principeschi sopraelevati, trovò numerosi ostacoli alla realizzazione nel fitto tessuto edilizio. Per ovviare a questo problema il Vasari fu costretto ad attraversare abitazioni private e torri appartenenti alle nobili casate, senza trovare una forte opposizione, solo quando arrivò nei pressi del Ponte Vecchio trovò una forte opposizione dalla famiglia Manelli che si rifiutò di far sventrare la sua abitazione “alla coscia del Ponte Vecchio” (Conforti, 2011).

Secondo Scipione Ammirato, uno scrittore propagandistico dell'epoca, questa situazione si risolse con il de Medici che accettava l'indisposizione dei Manelli, sostenendo che ognuno fosse *“il padrone della propria casa”*. In realtà questa situazione fu quasi uno scontro per affermare il proprio *status*: i Manelli furono consci che, con la cultura materiale emergente, le abitazioni acquisivano un valore identitario che rappresentava il suo proprietario così come le collezioni d'arte in esse contenute che erano in costante crescita (Bevilacqua, 2003).

L'importanza delle abitazioni e l'ingrandimento delle collezioni d'arte non erano affatto dovute a una casualità in quegli anni ma anzi dipendevano dall'espansione della collezione medicea con la quale tutte le altre erano “in stretto dialogo”. Per queste personalità, così vicine alla corte, l'accumulare oggetti d'arte era d'estrema importanza per poter imprimere la propria identità. Il fenomeno crebbe così tanto nel corso dei secoli da coinvolgere oltre che i “nobili antichi” della città anche gli “uomini nuovi” (Bevilacqua, 2003).

Per queste regioni, oltre che per le profonde trasformazioni che stava subendo lo stato toscano, quando si instaurò un dibattito nei primi decenni del Settecento su chi appartenesse alla “nobiltà” fiorentina, il collezionismo e la sua “tipologia” s'aggiunse alle più antiche caratteristiche per la definizione dell'élite cittadina (Foscarile, 2017).

Questo esponenziale aumento dell'arte nelle abitazioni può ritenersi specchio di un cambiamento socio-identitario, che fu testimoniato dalla riedizione dall'opera *“Bellezze della città di Firenze”*, aggiornata da Giovanni Cinelli nel 1677. Fu per questo che allo scadere del XVII secolo possedere oggetti d'arte era diventato ormai irrinunciabile per il patriziato, che

vedeva in questi oggetti un ottimo modo per trovare un fattore discriminante che dimostrasse il potere dei proprietari. Quando le collezioni entravano nelle abitazioni, subivano un adattamento per poter mettere in mostra gli oggetti pregiati: il modo in cui ciò avveniva rappresentava la posizione dei proprietari. La dinastia dei Mannelli è legata ab origine a Firenze e alla “coscia” sinistra di Ponte Vecchio; in un atto del 1290, documentato nel “the Florentine Magnates”, si legge distintamente che la casa già allora apparteneva alla famiglia (Foscarile, 2017).

Il dettaglio dell’ubicazione della casa di questa dinastia di patrizi fiorentini è molto importante poiché, mentre la città si trasformava da luogo manifatturiero a capitale, pian piano possedere una loggia sull’Arno diventava anch’esso segno di nobiltà e comportava alcuni vantaggi: ad esempio pratici come il portare le merci e i beni dalle campagne direttamente in casa attraverso le correnti del fiume (Bevilacqua, 2003).

Però nel corso dei secoli il privilegio d’abitare in questo palazzo non fu prerogativa solo della dinastia dei Manelli, infatti la famiglia dovette affrontare un grave dissesto economico durante il ‘600. Questo periodo di crisi momentaneo dovuto sia alle spese per il mantenimento dello status della famiglia che per la gestione dei negozi mercantili, portò la famiglia alla vendita all’asta di tutti i beni ad eccezione solo di quelli posti sotto fedecommissio. Il fatto che l’abitazione di Ponte Vecchio fosse posta sotto fedecommissio, non solo ne impedì la vendita ma obbligò pure i due fratelli a darla in locazione per un breve periodo fino a che non ne entrò in possesso solo uno degli eredi della famiglia. Questa pratica di dare in affitto le abitazioni signorili era molto nota ai Manelli i quali furono loro stessi un tempo locatari in varie città d’Europa. (Foscarile, 2017)

Infatti, negli anni in cui la famiglia era estremamente attiva, in varie città francesi ed a Venezia, era solita prendere a pigione palazzi signorili che davano proprio sulle piazze dei commerci. Ma la familiarità con la pratica degli affitti non fu presente solo nei Manelli. L’usanza d’imporre fedecommissi sulle eredità creò un’elevata concentrazione dei palazzi nelle mani di pochi, impossibilitati alla vendita i nobili potevano solo affittare le proprietà. Per tanto fra Sei e Settecento, nonostante i palazzi fossero ancora fondamentali per mostrare il proprio status, secondo l’opera di Mario Bevilacqua (*Firenze* 1640) circa il 50% delle famiglie patrizie era in affitto e gli immobili adibiti ad affitto erano persino l’80% dei palazzi nobiliari cittadini.

Ovviamente, come per gli altri nobili, non solo le dimore erano importanti per i Manelli anche gli oggetti avevano il suo peso; così dopo anni di decadimento della famiglia un breve

spiraglio permise alla famiglia l'acquisto nel 1679 di una tela di grandi dimensioni di cui si dice solo che raffigurasse una *Susanna*. Inseguito, un altro notevole acquisto, avvenuto fra il 1682 e il 1863, accrebbe ulteriormente la collezione con due teleri, "Maddalena penitente" e "David con la testa di Golia", che, nonostante ulteriori implementi l'acquisto venne ricordato per anni poiché rimarrà ineguagliata come spesa. La spesa risultò anche notevole in confronto a quelle attuate successivamente per le altre opere acquistate, anche perché molti degli acquisti seguenti furono copie (Barocchi, 1979).

Il fenomeno delle copie, che portava alla diffusione delle immagini iconiche dei maestri, a volte con qualche variazione, era dovuto al calo dei lavori su commissione e permetteva "un'introito di supporto" agli artisti; esempio di tale uso di copie si ha proprio con uno degli ultimi acquisti di Jacopo Manelli, egli nel 1717 comprò la copia del quadro "*Venere con il pomo d'oro*" di Onorio Marinari, realizzata da un'artista sconosciuto, nonostante trent'anni prima la famiglia avesse commissionato un'opera, "*Santa Maria Maddalena Penitente*" proprio ad Onorio Marinari (Foscarile, 2017).

Però negli anni fra l'ultimo decennio del Seicento e l'inizio del Settecento Jacopo non solo aspirò ad una crescita della collezione d'arte della famiglia ma anche ad un ampliamento della tipologia degli oggetti acquistati. In questo modo iniziò ad acquisire statue, saggi d'opere e modellini. La curiosa presenza dei modellini rappresentava l'influenza della vicinanza con la corte medicea, anche se nel lavoro "*Collezionismo di bozzetti, modelli, ricordi e quadretti italiani tra Sei e Settecento*" si dimostra come l'abbondante presenza nelle collezioni dei principi non fosse del tutto corretta; la corte medicea aveva sì dei modellini nelle sue collezioni ma in quantità più ridotta rispetto a quanto si sostenesse in passato (Sparti, 2012).

L'esempio della famiglia Manelli dimostra pertanto il ruolo fondamentale che ha l'arte nel sostenere l'immagine di una famiglia, in un'epoca dove gli oggetti diventano espressione identitaria dei loro possessori, motivo per cui una famiglia non può sottrarsi all'onere d'acquistare opere d'arte. Nonostante i Manelli non potranno accedere al gruppo dei "grandi mecenati", essi seppero sfruttare l'arte in modo consapevole e strumentale, in primo luogo seppero sfruttare la loro abitazione come luogo identitario, in una sorta di mito delle "antiche pietre" della dinastia sull'Arno, e scrigno di quella collezione che fu promotrice dello status familiare. Un'aspetto molto importante che bisogna notare in questo rapporto con gli oggetti e le abitazioni è la dimensione privata del finanziamento all'arte: infatti nelle città, già dalla prima metà del Cinquecento, si smise di finanziare l'abbellimento di chiese o l'acquisto di quadri per esse: si iniziò a prediligere la dimensione privata (Focarile, 2017).

Tale discorso ovviamente non valeva per le aree rurali dove il mecenatismo religioso era indispensabile nelle piccole comunità per poter sostenere ed affermare la propria autorità economico-giuridica. Questo uso dello sfruttare l'arte come promoter del proprio potere, nella famiglia del Ponte Vecchio, troverà l'apice nella figura di Ottavio Manelli il quale, con l'uso sapiente degli oggetti della collezione e le decorazioni à la page³³, saprà rendere l'abitazione di famiglia degna dimora di un alto cortigiano (Focarile, 2017).

1.5 Una vita per l'arte: Peggy Guggenheim.

In seguito ai primi tre casi in cui l'arte veniva quasi "sfruttata" per secondi fini, dalla divulgazione di ideologie all'affermazione di uno status, ora passiamo a un caso di puro mecenatismo dell'inizio del '900: il caso Guggenheim.

Peggy Guggenheim, infatti, sostenne sempre che fosse suo dovere proteggere l'arte del suo tempo, non aveva nessun scopo altro se non "*art for art's sake*"; essa stessa affermò "*Il mio motto di vita? Comprare un'opera d'arte al giorno.*" (Guggenheim, 2015)

Le origini della famiglia Guggenheim provengono dalla Svizzera tedesca che lasciarono nel 1847 per cercare fortuna economica in America. La tanto desiderata buona sorte sorrise presto ai Guggenheim che già nel 1880, in seguito ad investimenti in campo manifatturiero, erano divenuti milionari. Ma la famiglia, estremamente abile negli affari, iniziò ad investire fortemente prima nel campo dei metalli³⁴ che li portò a possedere tra il 75% e l'80% delle risorse d'argento piombo e rame mondiali, ed in un secondo momento nel campo dei trasporti: costruirono un'intera ferrovia che attraversava tutta l'Alaska per abbattere i costi del trasporto del rame da loro estratto nel Kennecott (Davis, 1988).

Da questa illustre famiglia d'imprenditori americani nacque Peggy Guggenheim (1898) che, nonostante le apparenze, non possedeva risorse illimitate poiché il padre non partecipò mai attivamente al business di famiglia. Nonostante le limitazioni aveva una tale dedizione per l'arte che sin da subito fu mecenate di alcuni artisti, in quegli anni era alla continua ricerca di modi per ridurre le spese personali per poter mantenere completamente a sue spese gli artisti, riuscendo ad aprire la Galleria Jeune a Londra nel 1938 (Greene, 2020).

³³ quadratura architettonica presente nelle gallerie.

³⁴ Il loro patrimonio iniziò con delle miniere di piombo ed argento per poi assumere il controllo della American Smelting and Refining Company, società divenuta leggenda per il capitalismo americano.

In realtà tale successo, non fu merito solo della sua totale abnegazione verso l'arte, ma anche grazie agli insegnamenti del nonno paterno che le fece capire quanto negli affari fosse importante non solo la determinazione ma anche inventiva e una sorta d'immaginazione per accattivarsi il pubblico, spesso è la novità e la curiosità che attira le persone. Così, su consiglio dell'artista Marcel Duchamp divenuto un suo stretto consigliere, decise d'essere la prima ad esporre le opere di Vasily Kandinsky, di cui lei stessa acquistò l'opera "*Curva dominante*", attirando l'attenzione di molti che le chiesero poi opere in prestito (Bogner, 2004).

Grazie a Duchamp la mecenate conobbe anche molti altri artisti che supportò o acquistandone le opere, come per Jean Arp e l'acquisto della sua "*Testa di conchiglia*", oppure dedicandogli mostre, fu il caso di Yves Tanguy la cui mostra sovvenzionata dalla Guggenheim divenne un successo economico. Particolarità della volontà di questa donna è che spesso comprava essa stessa, in anonimo, i quadri che esponeva nelle gallerie poiché, nonostante fosse una perdita economica, lei era fermamente convinta che in questo modo supportava ed incoraggiava artisti che spesso venivano disprezzati dal pubblico (King, 1990). Questo comportamento apparentemente controproducente era dovuto al fatto che Peggy Guggenheim fosse una donna estremamente pratica che sapeva cosa volesse, essa stessa sostenne che poteva permettersi di perdere un po' di soldi in più pur di fare qualcosa di veramente valido a livello artistico (Davis, 1988).

Ella ebbe pure il merito di dare il materiale su Kandinsky per un articolo sul *The listener* allo scrittore Herbet Read, un critico imparziale che con i suoi lavori *Art Now* e *The Meaning of Art*, risalenti entrambi agli anni 30 del '900, cercò d'aprire gli occhi al pubblico sull'arte contemporanea. Fu così che lo scrittore, e poi in un secondo momento anche il mercante d'arte americano Putzel, si affiancò all'artista francese per consigliare gli acquisti della mecenate; il particolare punto di vista dei tre consiglieri più la capacità della lungimiranza Guggenheim di vedere al di là delle opere, le permise di ottenere una delle collezioni più sorprendenti per l'epoca, con una eterogeneità che la resero unica, nonostante queste particolarità la sua galleria a livello economico fallì (Guggenheim, 2015).

Né il fallimento della prima galleria né lo scoppio della guerra fermarono la Guggenheim, infatti nel 1942 fece sia pubblicare un catalogo delle opere in suo possesso, in cui vi è un contributo pure del critico Breton, sia inaugurò una nuova galleria museo. Questo nuovo museo, chiamato "Art of this Century" fu un grande investimento che aveva lo scopo di creare un ambiente estremamente innovativo che attirasse più persone possibili. Il progetto,

estremamente ambizioso, fu affidato all'architetto Kiesler che ebbe il permesso di mettere in pratica alcune nuove idee a cui lavorava dal 1924. L'uomo si prefisse l'obbiettivo d'abbattere la divisione fra spazio espositivo e le opere d'arte, egli volle creare un ambiente che fosse un tutt'uno; arrivò pure ad eliminare le cornici dalle opere. Il risultato fu sorprendente, l'investimento della Guggenheim fu ripagato con il raggiungimento dello scopo, il museo divenne uno dei luoghi più emozionanti di tutta New York e con un costante flusso di pubblico (Greene, 2020).

Il mecenatismo della donna non finì qui: infatti la signora decise nel 1943 di versare uno stipendio, in una sorta di fondo perduto, a un nuovo artista suggeritogli da Putzel e consigliato da Mondrian: Jackson Pollock. In realtà Peggy Guggenheim non solo manteneva l'artista e finanziò la sua prima personale³⁵ ma ne influenzò in vari modi l'operato, sfidandolo sempre in nuove imprese artistiche (King, 1990).

La bravura della donna di promuovere i suoi "protetti" fu tale da portare un impatto così forte nella città che non solo ne influenzò il clima ma che può essere visto come un evento storico che legò la nuova arte americana all'arte europea. Nonostante il raggiungimento del successo del museo di "Art of this Century", e divenuta ormai una celebrità per il suo ruolo di mecenate, la Guggenheim decise di tornare in Europa; per la precisione tornò nel 1947 in Italia a Venezia dove acquistò palazzo Venier dei Leoni. Nella città lagunare, dove venne rinominata "l'ultima dogaressa", poté avere la conferma della grandezza del suo protetto Pollock che venne esposto al Museo Correr, ma soprattutto poté realizzare un nuovo ambizioso progetto ovvero quello di aprire in città un museo d'arte contemporanea (Greene, 2020).

Non solo creò un museo ma decise di sostenere anche pienamente due artisti veneziani dell'epoca, Tancredi ed Edmondo Bacci; inoltre continuò a prestare con grande entusiasmo a vari musei e collezioni le opere in suo possesso per far conoscere a tutti i vari artisti. Tutti questi sforzi, tutta una vita, vennero dedicati quindi per supportare l'arte in una forma di puro mecenatismo che non nascondeva nessun secondo fine. L'ultima dogaressa di Venezia non voleva innalzare il suo status sociale o il nome della sua famiglia, essa finanziò l'arte e gli artisti solo per l'arte stessa (Guggenheim, 2015).

³⁵ risale al novembre 1943 in cui era presente pure l'opera La donna luna (Bogner, 2004).

2 Motivazioni e cause del mecenatismo contemporaneo

2.1 Aziende e strategie filantropiche

In questi anni molte aziende si sono accorte che con delle accorte pianificazioni dei progetti di filantropia, non solo si possono portare molti benefici alla società che li circonda, ma anche alle loro attività. Ciò ha portato nel 2003 durante il World Economic Forum i leader di varie imprese (tra cui Accenture, McDonald's Corp., Deutsche Bank AG, Siemens AG e Renault S.A) a firmare una dichiarazione congiunta in cui riconoscono le questioni sociali cruciali per le loro imprese affermando che l'assunzione di tali responsabilità sia fondamentale non solo eticamente ma anche economicamente (Armstrong, 2004).

Questa filantropia aziendale, che risulta spesso poco efficace, ha principalmente due orientamenti: *filantropia orientata al mercato*, ci si muove seguendo i bisogni degli stakeholder poiché le aziende attuano una strategia che si basa solo sui bisogni esterni aspettandosi poi come risultati miglior capacità di marketing e di vendita oltre che una miglior attrattiva per i clienti e un migliori rapporti con le organizzazioni governative, e poi vi è la *filantropia orientata alla competenza*, essa guarda poco ai bisogni esterni ma si basa sul *core business* aziendale (questa strategia ha il vantaggio di poter usare non solo le risorse finanziarie ma anche delle risorse specializzate uniche anche se vi è il rischio che non siano allineate coi bisogni degli stakeholder) adoperandosi in progetti no-profit³⁶. Ma per funzionare la filantropia, sia a livello culturale che sociale, necessita di un bilanciamento ottimale fra gli orientamenti esterni (mercati) ed interni (competenze); il perfetto bilanciamento di tali fattori si ottiene difficilmente, in realtà possiamo distinguere quattro modus operandi delle strategie filantropiche (Bruch e Frei, 2005):

1. *La filantropia periferica*: le aziende vengono principalmente guidate dalle aspettative/richieste degli stakeholder, sfruttando quindi l'economia per ottenere migliori posizioni nel loro ambiente competitivo. L'impegno non è legato alle loro attività principali ma cercano di tradurre tali azioni in reputazione positiva che concretizzi più profitti; le conseguenze di tali strategie possono essere vantaggiose, l'aumento di reputazione stimola ed attira i clienti oltre che stimola i dipendenti

³⁶ L'espressione no-profit sta ad indicare il perseguimento di scopi, o l'erogazione di un servizio, di carattere non lucrativo (Caringella e Buffoni, 2020).

specializzati a legarsi all'attività, ma anche negative, non sfruttando le competenze fondamentali rischiano sia d'apparire superficiali che di perdere finanze, come può dimostrarlo il caso della Tata Steel³⁷ in India. Tutto ciò dimostra come questa tipologia di filantropia è appropriata solo in determinati casi e soprattutto dimostra che solo se usata in determinati archi temporali porta cruciali benefici sia a chi li fa sia a chi li riceve.

2. *Filantropia ristretta*: le aziende mettono in evidenza i loro punti di forza in tutte le loro attività, cercando di sfruttare il più possibile le loro competenze di base non si curano particolarmente dei fa bisogni dei loro stakeholder. Gli impatti che si generano in realtà sono contrastanti poiché mentre l'utilizzo di competenze presenti aumenta l'efficienza delle iniziative il fatto che ci si concentri sui punti di forza interni risulterà un problema poiché ignorando le esigenze degli stakeholder il rischio di attuare azioni in aree di scarso interesse per i clienti cresce esponenzialmente. Questa forma di filantropia è quindi utile nei casi di estrema emergenza, come la Hilti Corp³⁸ a seguito degli attentati dell'11 settembre, poiché non guardando ai bisogni esterni e mancando di un orientamento strategico il suo impatto sulla società sarà nullo o nel migliore dei casi estremamente limitato.
3. *Filantropia dispersiva*: questo modo di fare donazioni ed aiutare il prossimo è totalmente scoordinato, né i top manager aziendali né i dipendenti hanno una visione d'insieme completa perché in realtà non vi sono criteri che motivino la scelta fra quali progetti seguire e quali scartare; ciò porta le aziende a seguire vari progetti senza un tema di fondo e quindi le risorse vengono distribuite arbitrariamente. Inoltre, un grosso problema di questa situazione è che non seguendo né i bisogni esterni né evidenziando i punti di forza aziendali non produce sinergie con l'esterno e non portando grande visibilità ed in più, molto spesso, i benefici sociali sono minimi.

³⁷ Agenzia leader nell'acciaio che compie azioni per i dipendenti e la popolazione dei territori circostanti alle sedi sin dal 1912, ad esempio nel 1912 impone la giornata lavorativa di otto ore e nel 1928 crea l'indennità di maternità; ma negli anni '90 il top manager dovette effettuare grandi cambiamenti per rimettere la società in carreggiata e riuscire ad essere competitiva con la concorrenza sempre maggiore dopo che nel 1991 il mercato indiano fu liberalizzato (Bruch e Frei, 2004).

³⁸ Dopo l'attentato al World Trade Center la Hilti Corp (azienda di prodotti di costruzione nel Liechtestein) inviò container per la pulizia del Grand Zero, sfruttando al meglio il loro core business, ma il gesto non ebbe nessun impatto per la società poiché la clientela mondiale non ne fu informata (Heike Bruch e Frank Walter, 2005).

4. *Filantropia strategica* (o aziendale): questa strategia si basa sulla fusione dei bisogni esterni con le abilità interne, i dirigenti decidono di supportare quei progetti che permettono sia di sfruttare il core business sia di soddisfare i bisogni e le richieste degli stakeholder. Tale forma di filantropia, che richiede una solida forma di pianificazione, porta notevoli benefici alla società poiché permette all'azienda di migliorarsi e di stimolare la domanda dei clienti aumentando la propria attrattività sul mercato.

2.1.1 Crisi economica e riduzione dei finanziamenti

Le azioni filantropiche però non si sono sempre basate su motivazioni etiche o su vere e proprie strategie, così mentre in passato i mecenati investivano denaro nell'arte per affermare il proprio potere politico o status sociale, ed in alcuni casi sporadici per pura filantropia, negli ultimi cinquant'anni circa, prima dell'economia etica citata nel paragrafo precedente, furono altri i fattori che portarono varie aziende a dare somme di denaro per l'arte e la cultura; nelle righe che seguono analizzeremo varie realtà avvenute nel corso degli anni in vari stati.

Quando negli anni '70 scoppiò la crisi petrolifera, causando molti deficit fiscali, unita poi all'aumento delle azioni terroristiche, estremamente negativi per l'economia, molti stati entrarono in crisi e gli divenne sempre più complesso anche mantenere il *Welfare state*³⁹ (Nacci, 2014).

Questa situazione economica tutt'altro che favorevole portò una riduzione del sostegno economico pubblico e fece sì che si introducesse nei musei ed in varie attività culturali il *plural funding*, ciò portò il governo britannico, seguito poi dalla maggior parte dei governi d'Europa, a imporre un tetto massimo agli aiuti economici e a lasciare la copertura del "buco" restante ai vari istituti. Per incentivare la ricerca di sponsor, da parte delle attività culturali, che potessero sostenere tali spese lo stato britannico ha istituito nel 1984 il *Business Sponsorship Incentive Scheme* (BSIS), per premiare lo sforzo della ricerca di sponsor lo Stato avrebbe donato all'Ente la stessa cifra della prima donazione. È in questo clima ricco d'incertezze che si ha un forte ritorno della figura dei mecenati, che in realtà spesso ricercano

³⁹ È il complesso di politiche messe in atto dallo Stato che interviene per garantire l'assistenza e il benessere dei cittadini (Enc. Treccani, 2021).

un ritorno di qualsivoglia forma per la propria immagine (Macri, 2015).

Molti Stakeholder, negli ultimi anni, investono in attività culturali per possibili sgravi fiscali, dipende dallo Stato in cui si trovano, ma soprattutto per accedere a risorse e capitali che “non sono economici”. In epoca moderna, infatti sia il capitale relazionale sia il ritorno d’immagine a fini pubblicitari sono ritenuti in estrema considerazione. Questo succede perché molti imprenditori hanno col tempo intuito la possibilità di sfruttare l’arte come “convergenza” per rapporti extra settoriali e per farsi conoscere ad un bacino d’utenza maggiore (Nacci, 2014).

2.1.2 *Arm’s length*: come la Gran Bretagna affrontò la crisi

Per affrontare la difficile situazione economica la Gran Bretagna negli anni ‘70 ha individuato una valida alternativa all’esclusivo finanziamento pubblico alla cultura, cosa che invece accade nel resto dell’Europa. Infatti il sistema anglosassone di finanziamento alla cultura presenta uno storico approccio paritario tra intervento pubblico e privato, è sintetizzabile perfettamente dal principio dell’*arm’s length*: questo principio si basa su una rete di intermediari d’istituzioni pubbliche non governative (*non departmental public bodies*, d’ora in poi NDPDs) che devono gestire e distribuire il 95% delle risorse erogate dal Ministero della Cultura (*Department for Culture, Media and Sport*, d’ora in poi DCMS) (Nacci, 2014).

Poiché il DCMS non eroga i fondi direttamente⁴⁰ per i progetti, le NDPDs sono gli intermediari per una distribuzione equa delle risorse: tale sistema libera dall’influenza della politica i finanziamenti. L’origine di questo sistema anglosassone ha le sue radici negli anni ‘40 del XX sec. quando venne creato il *Council for the Encouragement of Music and Art* (CEMA), la prima istituzione che ebbe l’obbiettivo di supportare le arti e la cultura, l’associazione fece in modo di sostenere spettacoli e mostre in tutto il paese. In seguito, nel 1946, prese il nome di Arts Council of Great Britain (da ora in avanti ACBG) il cui primo presidente, Jonh Maynard Keynes⁴¹, sin da subito utilizzò il principio dell’*arm’s length*; questa regola gestisce tuttora i rapporti tra i quattro *Art Council* (*Art Council of England*, *Art Council of Wales*, *Scottish Art Council* e *l’Art Council of Northern Ireland*) e il governo centrale. Quando però a metà degli anni ‘60 il ruolo di sovvenzionare l’ACBG passò dal Ministero del

⁴⁰ Sistema opposto a quello italiano in cui è il MiBACT a distribuire i fondi.

⁴¹ Fu un noto economista britannico, definito padre della macroeconomia, considerato fra i più influenti del XX sec (https://it.wikipedia.org/wiki/John_Maynard_Keynes).

Tesoro al Ministero dell'educazione e delle Scienze causò l'aumento della spesa pubblica per la cultura generando un dibattito politico su cosa il Governo dovesse finanziare (Macrì, 2015). Così si arrivò nel 1979 ad una riduzione dei fondi statali per volontà del partito conservatore, guidato da M. Thatcher⁴², allora al governo. Per la Thatcher il Governo non doveva assolutamente essere un mecenate, per questa ragione attuò nei confronti dei musei e degli altri enti culturali sia una riduzione dei fondi che l'avvio di una nuova politica finalizzata ad aumentare la managerialità dei musei. Le linee principali di questa *New Public Management* furono (Nacci, 2004):

1. Riduzione sostegno economico pubblico, viene attuato il *plural funding* secondo cui il governo stabilisce un tetto massimo di finanziamento e la differenza per coprire le reali necessità degli enti deve essere trovata tramite altri finanziatori;
2. Accentuazione del decentramento delle responsabilità gestionali ai singoli musei, il loro progressivo scorporamento dalla pubblica amministrazione;
3. Maggior spazio all'imprenditorialità economica, seguendo la logica del self help, dal 1984 per incentivare i musei a cercare degli sponsor fu creato il Business Sponsorship Incentive Scheme (BSIS)⁴³, in più dal 1985 i musei possono trattenere interamente i loro guadagni il che permette d'avere una gestione finanziaria più flessibile;
4. Politica di tutela del patrimonio in possesso, si penalizza la politica di nuove acquisizioni per utilizzare le risorse per restauri e per la valorizzazione migliorando così le attività di gestione ordinaria;

Dall'inizio degli anni '90 in Gran Bretagna vengono gettate le basi per un nuovo sistema, nel 1994 l'ACGB cessa d'esistere e le sue funzioni vengono trasferite agli enti locali, in più nel 1997 il ministero per la cultura viene rinominato da Tony Blair, allora primo ministro britannico, Department for Culture, Media and Sports (da ora indicato come DCMS). Il primo ministro aveva già sfruttato i possibili benefici non economici (*benessere e social inclusion*) che l'arte può portare durante la campagna elettorale, ma una volta eletto Blair puntò a legare i beni culturali all'economia della nazione sia per aumentare il turismo sia per alzare il livello d'occupazione nel paese. Per ottimizzare questa sinergia fra economia e cultura fu introdotto per gli enti culturali che ricevono

⁴² Fu la prima donna a ricoprire l'incarico di primo ministro del Regno Unito, inoltre fu il ministro che rimase in carica per più tempo (dal 4 maggio 1979 al 28 novembre 1990) (https://it.wikipedia.org/wiki/Margaret_Thatcher).

⁴³ È un premio creato dal governo che premia le organizzazioni che trovano il loro primo sponsor con una somma pari a quella della prima donazione (Nacci, 2004).

fondi pubblici l'obbligo di una rendicontazione periodica (quantitativa e qualitativa) per rendere pubblico il loro operato. Ma questi finanziamenti pubblici in Gran Bretagna restano comunque affiancati in larga misura da fonti private; per sostenere il settore culturale i privati (cittadini o aziende) hanno due strumenti (Macri, 2015):

1. Le erogazioni liberali;
2. Le sponsorizzazioni, ovvero relazioni di natura commerciale.

Inoltre, il supporto fornito dalle aziende differisce dai privati poiché entrambi hanno modi propri per attuare tali sovvenzioni; le donazioni delle aziende possono avvenire tramite:

1. Corporate Sponsorship: le aziende investono con lo scopo di promuovere il loro nome e il loro prodotto;
2. Corporate Donation: donazioni filantropiche, puro mecenatismo;
3. In-kind Support: sono collaborazioni fra aziende e quindi non vengono donati soldi ma servizi;
4. Corporate Membership: il museo in cambio di supporto economico offre una serie di benefici (inviti ad eventi speciali, biglietti gratis ecc.).

Osservando la tabella (Tab.1) fornita dai dati dell'Art&Business, l'organismo a base associativa che si occupa di favorire la collaborazione fra imprese e mondo delle arti, negli anni fra il 2008 ed il 2011 le aziende preferirono la sponsorizzazione come forma di supporto per le arti grazie soprattutto al possibile ritorno d'immagine.

Tabella 1- Tipologie di Business Investment

<i>Type of investment</i>	<i>2008/2009 (sterline)</i>	<i>2009/2010 (sterline)</i>	<i>2010/2011(sterline)</i>
Total Business Support	155,876,566	143,161,293	133,204,425
Sponsorship	92,123,051	78,595,550	80,701,272
In-kind Support	20,419,830	23,048,986	14,233,758
Membership	19,796,234	21,187,871	19,586,517
Donations	23,537,362	20,328,904	18,682,877

Fonte: *Arts & Business, Private Investment in Culture Survey 2010/2011*

Non solo sono le aziende ma anche le donazioni private sono importanti nel sistema inglese, le tipologie di individual giving possono seguire varie modalità che sono (Macri, 2015):

1. Legacies: puro mecenatismo, volontà di supportare la cultura;

2. Individual Donations: somme donate singolarmente e spontaneamente senza aspettarsi tornaconti;
3. Friends/Membership: sono finanziamenti prolungati nel tempo che portano ad avere agevolazioni per le visite, informazioni periodiche e *benefits* particolari;
4. Gift of Shares: novità del 2000 nel regime fiscale, è una donazione d'azioni;
5. Payroll Giving: è uno strumento attivo dal 1987 e fa sì che ogni lavoratore, e datore di lavoro, possa destinare parte della sua retribuzione ad un ente a sua scelta; per questa pratica è particolarmente adatta a chi ha uno stipendio mensile che, dopo aver deciso a chi fare la propria donazione, vedrà la somma da lui destinata per sovvenzionare le arti detratta direttamente dalla somma lorda dello stipendio.

Fra queste opzioni si è notato, sempre dai dati offerti dall'Art&Business, che i privati cittadini come forma di donazione hanno privilegiato la membership.

Tabella 2- Dati e tipologie di Individual giving

<i>Type of investment</i>	<i>2008/2009 (sterline)</i>	<i>2009/2010 (sterline)</i>	<i>2010/2011 (sterline)</i>
Individual donations	120,148,466	97,298,440	73,207,726
Legacies	65,175,732	83,968,410	81,440,868
Friends/membership	174,867,033	177,637,920	226,599,288
Shares	2,904,768	251,510	909,053
Payroll giving	11,619	93,418	16,066
TOTAL	363,095,998	359,300,00	382,173,00

Fonte: *Arts & Business, Private Investment in Culture Survey 2010/2011*

Inoltre, si è notata un'ulteriore differenza fra le due tipologie di donatori, infatti si è potuto osservare che le aziende prediligono sovvenzionare i grandi eventi che portano un'elevata visibilità (*il Manchester International Festival ne è un esempio*); al contrario i privati cittadini puntano sul patrimonio culturale (*siti archeologici, ville ecc.*) (Macrì, 20015).

2.2 Nuovi protagonisti dei finanziamenti

Come si è appena osservato, la crisi economica e l'abbandono di vecchie politiche economiche in favore di una visione più nuova che vuole "meno Stato nell'economia" ha portato in vari Stati, primi fra tutti quelli anglosassoni, l'adozione del modello del "*New Public Management*" e l'introduzione di nuovi elementi nelle realtà culturali (Hinna, 2009).

In seguito alle nuove linee guida, che comprendevano sia la riduzione del sostegno economico pubblico sia l'accentuazione del decentramento delle responsabilità gestionali e puntavano maggiormente sull'imprenditorialità economica e sull'autonomia delle istituzioni culturali (supportando la filosofia del *self help*), che portarono cambiamenti anche a livello organizzativo, s'instaurò una nuova struttura sia a livello centrale che a quello decentrato; e non solo anche a livello di contributi vi furono vari cambiamenti. Iniziarono quindi ad entrare non solo contributi economici ordinari (ad esempio i biglietti del pubblico) e quelli supplementari d'origine statale sia in Gran Bretagna che in altri stati come l'Italia (qui un esempio di questa forma d'introiti sono la Lottomatica e i Fondi tematici) ma anche da privati. Le fondazioni bancarie e le imprese non solo iniziarono a finanziare le arti per il 5% delle risorse necessarie, ma vi entrarono pure sfruttando la possibilità di gestire servizi collaterali che migliorano la fruizione del patrimonio culturale: Caffetterie, merchandising ecc. (Nacci, 2014).

Nelle righe seguenti potremmo osservare varie situazioni, come ad esempio le fondazioni bancarie ed i musei d'impresa, che si sono venute a creare non solo in vari campi, private o pubbliche o aziendali, ma anche nei vari Stati, infatti vedremo come ad esempio il panorama europeo continentale (situazione francese) sia diverso dal panorama americano.

2.2.1 I finanziamenti di fondazioni bancarie

Anche in Italia i progetti culturali iniziano ad essere finanziate da enti diversi da quelli governativi. Fra questi enti vi sono le fondazioni bancarie (nate nel 1990) che vengono considerate persone giuridiche private che possono disporre del loro patrimonio per vari scopi, sono dotate di uno statuto proprio e di piena autonomia gestionale. Esse si distinguono, nelle loro sovvenzioni spesso senza scopo di lucro, in due tipologie: *grant-making*, fondazioni che erogano risorse finanziarie ad altri, e le *operating*, organizzazioni che agiscono direttamente in prima persona in attività no-profit. Se prendiamo in considerazione il caso dell'Italia però notiamo che poche fondazioni appartengono esclusivamente a una tipologia, 5% sono *grant-making* e il 39% *operating*, poiché la maggioranza delle fondazioni ha una natura ibrida (Besana, 2011).

Queste fondazioni bancarie (da ora fob) vengono alla luce nel 1990 con la Legge Amato-Carli, n°218 che riassetto il sistema bancario italiano e pretese la divisione dell'attività creditizia bancaria da quella filantropica. Generalmente queste fob si fissano all'inizio dell'anno finanziario una serie d'obiettivi e programmi che vogliono mettere in pratica,

permettendo così a varie attività no-profit di mandare una domanda⁴⁴ per l'ammissione a tali programmi. (Besana, 2011)

Occorre però precisare che l'ente finanziatore può erogare i finanziamenti senza imporre vincoli di destinazione oppure può assegnare i fondi solo ed esclusivamente a specifici progetti da lui scelti; fondamentale differenza fra un'erogazione non vincolata e una invece con vincolo di progetto e che nella prima si guarda a valutare solo ed unicamente alla meritorietà dell'organizzazione al contrario nella seconda oltre a valutare l'ente vengono posti sotto esame i singoli progetti. (Funari, 2000)

L'obiettivo principale delle fob è trovare attività no profit, che in seguito a un finanziamento a fondo perduto, sono in grado di evolvere e continuare con le proprie forze; la selezione di queste attività si basa su degli indicatori di efficienza, ad esempio gli indici di produttività parziale⁴⁵, oltre che ad essere svolta seguendo fasi ben precise (Besana, 2011):

- a) Individuare l'insieme dei progetti ammissibili
- b) suddivisione dei finanziamenti per settore di attività
- c) creare una graduatoria per ogni settore
- d) scelta finale dei progetti vincitori del bando

Con la fase A ci si propone prima di tutto di identificare quali progetti accettare nella graduatoria e quali escludere, peculiarità di questa fase è non dar luogo a nessuna graduatoria delle richieste come avviene invece in seguito; ammissione/esclusione dipendono da criteri (Tabella 1) generali, criteri discrezionali, dimensione istituzionale⁴⁶ che si basano su elementi oggettivi, oppure su elementi che riflettono le preferenze della fob (Besana, 2011). Altro fattore importante per l'ammissione alla graduatoria è la trasparenza dell'ente richiedente che viene spesso dimostrata tramite il bilancio d'esercizio (Funari, 2000).

⁴⁴ Solitamente si tratta della compilazione di formulari che guardano al conto economico, allo stato patrimoniale della no-profit ma soprattutto si concentrano sulle prospettive di sviluppo (Besana, 2011).

⁴⁵ Un esempio di indice di produttività parziale è il rapporto che vi è fra il numero dei visitatori e il numero delle guide volontarie presenti in un museo (Besana, 2011).

⁴⁶ Nella dimensione istituzionale, al fine delle graduatorie, concorre il perseguimento di un'attività che sia: d'assistenza sociale e sociosanitaria, assistenza sanitaria, beneficenza, istruzione, formazione, sport dilettantistico, tutela, promozione e valorizzazione delle cose di interesse artistico e storico, tutela e valorizzazione della natura e dell'ambiente, promozione della cultura e dell'arte, tutela dei diritti civili, ricerca scientifica (Besana, 2011).

Tabella 1- criteri che decidono l'ammissione dei progetti

<i>Descrizione dei criteri di ammissione/esclusione</i>	
A.1.	CRITERI GENERALI
A.1.1.	<i>Criteri generali che riguardano il soggetto richiedente</i>
A.1.1.1.	Dimensione istituzionale
A.1.1.2.	Trasparenza verso il pubblico
A.1.2.	<i>Criteri generali che riguardano il progetto</i>
A.1.2.1.	Settore di intervento
A.1.2.2.	Redazione di un piano finanziario dell'iniziativa
A.2.	CRITERI DISCREZIONALI
A.2.1.	<i>Criteri discrezionali che riguardano il soggetto richiedente</i>
A.2.1.1.	Tipologia istituzionale
A.2.1.2.	Area geografica
A.2.1.3.	Numero massimo di progetti per soggetto proponente
A.2.1.4.	Ammontare massimo di finanziamento richiesto
A.2.1.5.	Finanziamenti precedenti
A.2.2.	<i>Criteri discrezionali che riguardano il progetto</i>
A.2.2.1.	Area geografica
A.2.2.2.	Ammontare massimo di finanziamento richiesto
A.2.2.3.	Coerenza tra obiettivi e risorse
A.2.2.4.	Quota di cofinanziamento
A.2.2.5.	Collocazione temporale (durata/periodo di attuazione)
A.3.	CRITERI FORMALI
A.3.1.	<i>Presentazione entro i termini</i>
A.3.2.	<i>Presentazione della documentazione prevista</i>
A.3.3.	<i>Conformità allo schema di domanda predisposto</i>
<i>Risultato della fase A: insieme dei PROGETTI AMMESSI</i>	

La fase B, suddivisione dei finanziamenti per settore di attività, individua a priori l'ammontare totale che la fondazione bancaria potrà offrire ai vari settori, conseguenza di questa fase è quindi la decisione del numero di progetti e la loro ripartizione per settore d'appartenenza. Dopo questo procedimento si passa alla fase C in cui, non solo si guarda il grado del rispetto delle condizioni poste dalla fase A, i criteri (tabella 2) devono tenere conto anche delle particolarità che caratterizzano ogni settore d'intervento. Una volta avuti tutti i dati dei progetti si può creare una graduatoria in modo razionale: ad ogni criterio viene associata una griglia di valori e la somma dei valori darà il punteggio d'attribuire ad ogni

proposta. Una volta fatta la somma complessiva dei valori apparirà un ordine di gradimento delle varie opzioni (Funari, 2000)

Tabella 2- criteri per la costruzione di un ordine di preferenze

<i>Descrizione dei criteri di selezione</i>	
<i>C.1. Criteri che riguardano il soggetto richiedente</i>	
C.1.1.	Area geografica
C.1.2.	Tipologia istituzionale
C.1.3.	Trasparenza verso il pubblico
C.1.4.	Valutazione dell'attività: risultati e uso delle risorse
C.1.5.	Finanziamenti precedenti
<i>C.2. Criteri che riguardano il progetto</i>	
C.2.1.	Sotto-settore di intervento
C.2.2.	Area geografica
C.2.3.	Ammontare di finanziamento richiesto
C.2.4.	Coerenza tra obiettivi e risorse
C.2.5.	Quota di co-finanziamento
C.2.6.	Finanziamenti precedenti
C.2.7.	Collocazione temporale (durata/periodo di attuazione)
C.2.8.	Ampiezza del territorio interessato
C.2.9.	Numerosità dei destinatari del progetto
C.2.10.	Ritorno di immagine per la Fondazione
<i>Risultato della fase C: Graduatoria dei progetti per settore</i>	

2.2.2 Introiti aggiuntivi per la cultura

Oltre alle fondazioni bancarie, come abbiamo già annunciato nelle righe precedenti, in Italia troviamo le risorse aggiuntive che affiancano i finanziamenti ordinari dello Stato, tra le quali appare l'estrazione del Lotto, gestite in base alla legge⁴⁷ n°662 del 23.12 del 1996, anche se

⁴⁷ La legge è stata pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* n. 303 del 28 dicembre 1996 e afferma che “Con decreto del Ministro delle finanze, di concerto con i Ministri del tesoro e per i beni culturali e

non sono i soli. Esempio di tale pratica si ha nel triennio 1998-2000 quando la Lottomatica ha collaborato col ministero dei beni culturali erogando 900miliardi, suddivisi equamente durante i tre anni, di cui beneficiarono La Galleria degli Uffizi di Firenze, la Certosa di San Martino di Napoli, la cattedrale di Salerno, la Domus aurea di Roma, il palco archeologico di Paestum, la biblioteca braidense di Milano per citarne alcune (Trupiano, 2015).

Segue la *ratio legis*, simile a quella italiana, delle donazioni della Lottomatica la decisione delle Houses⁴⁸ Britanniche che ha assegnato alla National Lottery Heritage Fund, ente che venne formato ai sensi di legge del National Lottery Act nel 1994 col nome di Heritage Lottery Fund (HLF), distribuisce il finanziamento della Lotteria Nazionale a sostegno dei progetti per la valorizzazione del patrimonio, la gestione di un fondo per distribuire denaro fra le varie iniziative culturali. A tale fondo in Gran Bretagna può accedervi chiunque, sia organizzazioni che privati, purché il progetto rientri nelle categorie (sport, arte, beneficenza, beni culturali o comunque i progetti definiti da loro meritevoli) sovvenzionate dall'ente e che non riguardi luoghi o immobili di proprietà privata o destinazione commerciale (Besana, 2011).

Tornando ora al panorama italiano, non solo le lotterie nazionali possono risultare come introiti aggiuntivi, si può quindi osservare come un ulteriore introito nelle casse della cultura provenga dall' Otto per mille dell'IRPEF⁴⁹, il quale nel 2000 risultava pari a 55 miliardi, di questi 8 sono stati dati per il recupero del patrimonio artistico, oltre 1 per quello liberale io e quasi 1 miliardo per i beni archivistici. Un' esempi fra i più importanti degli interventi avvenuti grazie a tali fondi sono il restauro della facciata della Certosa di Pavia e quello della chiesa di San Gregorio armeno a Napoli (Trupiano, 2015).

Oggi giorno però non vi sono solo sovvenzioni aggiuntive statali, infatti è sempre più frequente riscontrare pure la presenza dei privati, soprattutto negli Stati Uniti, che si trovano a gestire servizi, come ad esempio librerie o caffetterie o altri servizi di supporto, aggiuntivi per la migliore fruizione del pubblico. Questa partecipazione dei privati, divenuta via via nel tempo più snella e flessibile, rende possibile anche personalizzare l'offerta per fascia d'età e

ambientali, da emanare entro il 30 giugno di ogni anno, sulla base degli utili erariali derivanti dal gioco del lotto accertati nel rendiconto dell'esercizio immediatamente precedente, è riservata in favore del Ministero per i beni culturali e ambientali una quota degli utili derivanti dalla nuova estrazione del gioco del lotto, non superiore a 300 miliardi di lire, per il recupero e la conservazione dei beni culturali, archeologici, storici, artistici, archivistici e librari.”

⁴⁸ Il Parlamento britannico.

⁴⁹ Imposta sul Reddito delle Persone Fisiche.

gusti dei consumatori⁵⁰. Tale uso dei privati e del merchandising in Italia è partito molto dopo rispetto oltreoceano dove l'evoluzione di tale pratica, per dare maggior visibilità a musei e teatri e dare una dimensione più commerciabile a mostre e spettacoli, è molto più avanti. Soprattutto è l'America che presenta spesso il merchandising museale o teatrale scollegato dal museo o dal teatro, si tratta di negozi in cui si possono trovare gadget riferiti a quadri o opere teatrali o aspetti culturali che si rifanno a un determinato ente. Questa strategia vede completamente scollegati i punti vendita dall'ente a cui si rifanno, questo risulta comunque un ottimo metodo per riuscire a riempire le casse dei vari enti indipendentemente dalla partecipazione meno del pubblico agli eventi proposti che si siano mostre o spettacoli. Ovviamente le forme di questo merchandising di supporto all'ente culturale, spesso ceduto a terzi che appena detto, sono di diverso tipo (Besena, 2011):

1. gestione diretta dell'amministrazione museale (situazione presente nella maggior parte dei casi italiani).
2. gestione affidata a un dipartimento separato del management museale.
3. gestione affidata a una società del tutto indipendente dal museo.
4. una rete di distributori coordinata da una comune direzione.
5. imprese private che vendono cataloghi e gadget pagando però i musei delle royalties.

Nonostante tutto, non si può vedere nel merchandising l'unica fonte di finanziamento autonomo poiché secondo un'indagine⁵¹ statunitense esso rappresenta solo l'un percento degli introiti.

2.3 Sovvenzioni pubbliche e private: come avvengono

Prima di vedere varie situazioni di finanziamenti, bisogna avere chiari i due soggetti che li attuano: soggetto pubblico e il soggetto privato. I primi hanno come obiettivo soprattutto il benessere collettivo, la diffusione della cultura nelle masse; al contrario i privati tendono a perseguire un tornaconto personale, per quanto qualcuno sia un vero filantropo, essi hanno come obiettivo soprattutto un ritorno d'immagine sia per la propria reputazione che per farsi

⁵⁰ Ad esempio, si faranno album da colorare con le opere o astucci che le raffigurano per i bambini oppure gioielli ispirati a monili presenti nella collezione per le signore (Besana, 2011).

⁵¹ Toepler S. *"Museum and Merchandising: When Does the Tail Start Wagging the Dog"*, ottobre 2001 a San Francisco.

pubblicità. Entrambe le tipologie di finanziatori agiscono però su un sistema economico che vuole raggiungere un beneficio per l'intera comunità, la quale, grazie alla fusione delle risorse sia pubbliche che private, si trova ad avere una massimizzazione dell'offerta dei servizi da parte degli enti culturali. Potremmo quindi dire che una sovvenzione, non importa la sua origine, porta spesso un beneficio poiché stimola a offrire di più al pubblico, questo perché i finanziamenti le permettono di abbattere alcuni costi; tali sovvenzioni però non sono sempre pecuniarie a volte, infatti, esse sono fatte in natura. Le sovvenzioni in natura sono particolari, e meno utilizzate solitamente, esse non si basano su transazioni dirette di denaro, ma si tratta piuttosto di offrire spazi per esibirsi ad usufrutto gratuito (per i teatri) oppure donazioni di opere (tale azione fu un elemento molto importante per i musei di tutta Europa e degli Stati Uniti): per stabilire l'effetto concreto di queste azioni bisognerebbe però prima convertire questi benefici in un quantitativo pecuniario. Le sovvenzioni monetarie, al contrario, sono vere e proprie transazioni economiche, esse hanno varia natura (Besena, 2014):

1. Lump-sum (somma fissa): Con questa tipologia di donazione all'ente giunge una cifra precisa completamente slegata dalle caratteristiche specifiche del ricevente, quindi tale sospensione spesso viene usata per andare a coprire costi generali, può coprire costi fissi dell'amministrazione o della gestione, più che di quelli artistici.
2. Proporzionale all'output, questa tipologia è visto da alcuni come un incentivo, come una spinta del mecenate che incoraggia lente a fare di più per poter andare incontro alle richieste del mercato.
3. Sovvenzione sull'input, questo tipo di sovvenzione comporta un risparmio dei costi d'acquisto, ad esempio sulla forza lavoro o, per i teatri sulle sceneggiature; in sintesi i prezzi diminuiscono ma aumentano le quantità a disposizione dell'ente.
4. sovvenzione sui ricavi totali: tale attività è molto simile a quella dell'output, la somma che viene erogata è proporzionale erogata proporzionalmente ai ricavi totali dell'ente questo.

2.4 Due modelli di finanziamento per Musei ed Enti Culturali: il modello europeo-continentale ed il modello statunitense

Nonostante l'esistenza di vari e nuovi introiti, in molti Stati, il settore culturale viene sovvenzionato dallo Stato poiché i beni culturali, in epoca contemporanea, vengono visti sia

come beni meritori⁵² che migliorano il livello di civiltà del paese sia per via della struttura dei costi. Infatti, generalmente i costi fissi nei beni culturali sono elevati e spesso non riescono ad essere coperti totalmente dalle risorse; per risolvere questo problema gli Stati generalmente utilizzano due strategie completamente opposte fra loro: o lo Stato permette l'intervento dei privati o li esclude completamente, intervenendo solo lui in prima persona nella gestione delle varie situazioni culturali (Besane, 2014).

Questi modelli di politica culturale di riferimento possono essere anche visti come “*modello europeo-continentale*” e “*modello statunitense*”. Il primo modello mostra una forte influenza, spesso diretta, dello Stato nella gestione e nel finanziamento del settore culturale; lo Stato si fa quindi garante della cultura, conservazione e divulgazione del patrimonio oltre ad essere il fornitore dei finanziamenti. Al contrario nel modello statunitense osserviamo un allontanamento dello Stato e una presenza dominante dei privati non solo per i finanziamenti ma anche per la gestione dei beni: questi fondi privati provengono per lo più da filantropi che gestiscono l'offerta culturale (Messineo D. e Occhilupo R, 2014).

A partire dagli anni '80 entrambi i due modelli hanno dovuto parzialmente modificare il loro approccio, sia per continuare a sostenere i costi sia per andare in contro alla domanda, adottando anche alcune strategie in comune. Per questo i musei hanno modificato, anche se con qualche contrasto in Europa, l'offerta tradizionale al fine d'adattarla alle richieste del pubblico creando così luoghi più di socializzazione e sedi d'eventi anche di varia natura. Ovviamente queste nuove funzioni non sostituiscono quelle tradizionali ma le affiancano, generando in questo modo anche effetti positivi indiretti per la riqualificazione delle zone in cui gli enti culturali sono situati. In più per quanto riguarda il profilo finanziario l'abbassamento della spesa pubblica ha portato anche i paesi con modello europeo-continentale a coinvolgere i privati, questi finanziatori vengono invogliati ad agire con contratti di sponsorizzazione e con l'introduzione di sgravi fiscali. Ma nonostante questi avvicinamenti, degli ultimi anni, fra i due modelli restano varie differenze legate alla storia e cultura dei paesi, agli assetti giuridici-istituzionali e ai diversi metodi amministrativi (Messineo D. e Occhilupo R, 2014).

⁵² È un bene meritevole di tutela pubblica, esso è rivolto a soddisfare i bisogni della popolazione (es. istruzione, servizio sanitario ecc.). Questa tipologia di bene ha effetti esterni sulla collettività come i beni pubblici ma allo stesso tempo presenta caratteri di rivalità nel consumo tipica dei beni privati (Besana, 2011).

2.4.1 Modello europeo-continentale: il caso della Francia

Un esempio del modello di gestione europeo-continentale viene dalla gestione delle attività culturali presente in Francia, dove il principio della parità d'accesso dei cittadini alla cultura (presente pure sulla carta costituzionale) è dovuto al fatto che esso venga visto sia come fattore di sviluppo del singolo individuo sia come motore per lo sviluppo economico della società. Per questo la Francia segue tre linee principali in campo culturale (Romandelli,2015):

1. tutela del patrimonio;
2. creazione artistica e culturale;
3. educazione artistica e culturale.

Per l'attuazione di questa politica culturale i francesi, al contrario delle politiche attuate dal resto dell'Europa, puntano ancora molto sulla centralizzazione dei poteri. Il Ministero della Cultura ha un ruolo centrale a livello direttivo su enti regionali e locali anche se negli ultimi anni ha iniziato ad attuare piccole deleghe decisionali. Un ruolo principale nella politica culturale francese è il budget per la cultura: infatti è dalla metà degli anni Sessanta che esso viene misurato tramite il rapporto complessivo del bilancio dello Stato, ovvero una legge finanziaria che viene votata ogni anno dall' *Assemblée Nationale*. Questo finanziamento ha avuto un boom tra il 1981 ed il 1991 in cui il budget ministeriale è più che quadruplicato per poi avere un andamento lineare negli anni seguenti. La crescita progressiva della disponibilità ministeriale è stata relativamente regolare, i crediti hanno avuto un reale raddoppiamento ogni dieci anni, almeno fino al 1990 (Messineo D. e Occhilupo R, 2014).

Tra le voci di spesa della "Mission Culture", ovvero la programmazione nel settore culturale e delle comunicazioni, vi sono la tutela del patrimonio, il sostegno delle attività ma anche le attività didattiche (*transmission des savoirs*) e la democratizzazione della cultura (*démocratisation de la culture*), per un totale in media di circa 868 milioni di euro di budget. Ma nonostante questo ruolo di primo piano del Governo, anche in Francia l'intervento del privato (*le mécénat culturel*) nelle donazioni ha una posizione di rilievo: queste hanno infatti registrato un notevole aumento da quando nell'agosto del 2003 vennero fissate chiare misure d'incentivo dalla legge sul mecenatismo. La Legge Aillagon rappresenta la conferma dell'impegno dei privati nel settore culturale e venne ribadito anche dall'allora presidente francese Jacques Chirac che, durante il suo discorso all'Assemblée Nationale, per ribadire gli obiettivi di questa legge, sostenne ormai tutti i membri della società francese sono coinvolti nella vita culturale. Tutti questi incentivi e chiarificazioni hanno permesso alla Francia,

nonostante il permanere di una forte centralità gestionale, di sviluppare un sistema che riesce a trovare un livello di convivenza fra privato e cultura: si è cercato di creare una sinergia perfetta per gestire un sistema economico generato da un sistema misto. (Romandelli, 2015)

2.4.2 Modello statunitense

In opposizione al modello europeo, e quindi a quello francese sopra citato, abbiamo il modello statunitense che si differenzia totalmente da quello appena descritto, rappresentando un'eccellenza della "cultura privata"; il mondo delle attività culturali e del no-profit negli Stati Uniti sono infatti storicamente basate sulle donazioni dei privati: essi, infatti, vengono da sempre incentivati ad attuare forme di mecenatismo tramite notevoli sgravi fiscali. Questa prima generalizzazione non deve condurre alla conclusione che il mecenatismo statunitense sia semplice e lineare. Numerosi enti no-profit vedono comunque fra i loro gestori e finanziatori le autorità pubbliche; questi fondi pubblici hanno iniziato ad arrivare dal 1965 quando fu creato il *National endowment for the arts (Nea)*⁵³, un organismo federale col compito di sostenere le iniziative artistiche tramite sovvenzioni. La complessità del sistema americano è dovuta anche dalla vasta moltitudine di tipologie di fondazioni esistenti, per le quali, anche se perseguono tutte lo stesso fine ultimo di sostenere e promuovere l'arte, non lo fanno tutte in egual modo; possiamo notare quindi come alcune organizzazioni realizzino al loro interno progetti culturali mentre altre finanziano progetti di terzi. Vi sono, poi, enti che hanno una moltitudine di fonti di donazioni (da vari privati e anche dal pubblico) ma soprattutto alcune di queste attività culturali,⁵⁴ vengono finanziate in toto da un unico tycoon, o da un'unica azienda, che di solito ne sono anche i fondatori. (Zanetti, 2001)

Questa differenziazione delle entrate è dimostrata dal fatto che solo un quarto delle entrate dei musei proviene dal governo federale, mentre il 30% proviene dalle donazioni, il 22% dalla biglietteria e circa il 7% dalle sponsorizzazioni; situazioni simili si hanno per altri enti, ad esempio le *opera houses* trovano il 53% delle loro entrate dai botteghini, il 42% fra donazioni e sponsorizzazioni e solo il 5% dal pubblico oppure i teatri no-profit le cui finanze provengono per il 50% dai botteghini, 36% dalle donazioni e sponsorizzazioni e 14% dal

⁵³ è un'organizzazione governativa simile al FUS italiano.

⁵⁴ questa tipologia viene anche detta *corporate foundations*.

pubblico. Pratico esempio di questo melting pot di finanziamenti è il caso del Metropolitan Museum di New York,⁵⁵ il quale persegue da anni una politica di multiprovenienza delle sovvenzioni, senza dare prevalenza a nessuno dei donatori: infatti si ha che il 25% delle sue risorse proviene da una dotazione finanziaria interna (titoli di stato, fondi vincolati e simili), il 16 %⁵⁶ dal comune di New York, circa l'8% proviene dal merchandising e fino al 12% proviene dai soci; tutto ciò è riprova di una cultura del privato e del pluralismo delle fonti (Besana, 2011).

Ma queste agevolazioni non vengono percepite solo ed esclusivamente dalle grandi imprese, a seguito delle riforme tributarie del governo Reagan, infatti, sempre più donazioni provengono da privati cittadini. Reagan nel giugno del 1981 istituì una task force composta da 36 professionisti delle arti e delle discipline umanistiche col compito di (Reagan, 1981):

1. trovare metodi per aumentare il sostegno da parte dei privati verso la cultura;
2. Trovare metodi e casi in cui le decisioni federali sui progetti artistici e umanistici possano essere affidati ad esperti non governativi;
3. Migliorare e potenziare la gestione delle organizzazioni e delle strutture.

Questo modo d'agire e questa propensione al mecenatismo si è estremamente radicata all'interno della società grazie anche alla spinta del Governo poiché i cittadini, grazie alle loro donazioni, non solo hanno agevolazioni federali ma anche statali che solitamente sono circa del 50% se il soggetto non è un imprenditore e circa del 10 se lo è. (Zanetti, 2001)

2.5 Il mecenatismo dei musei d'impresa

Ed è così che osservando l'attuale contesto socioeconomico, in cui i cambiamenti sono in continuo divenire, il mecenatismo continua ad evolversi ed a creare nuove forme; in questi continui mutamenti è importante notare come sia sempre più frequente, per i grandi colossi finanziari e le multinazionali, donare fondi per l'arte e la cultura (Invernizzi, 2004).

Questo avviene poiché i musei vengono visti sempre più come "spazi relazionali" e come nuovi strumenti di comunicazione aziendale; apripista di questa visione furono la Gran Bretagna e gli Stati Uniti ma l'interesse all'investimento culturale è maturato anche in paesi

⁵⁵ il museo fu fondato nel 1870 come ente no profit per la divulgazione e promozione dell'arte (Besana, 2011).

⁵⁶ L'8% viene fornito in servizi gratuiti come acqua ed elettricità ed il restante in denaro (Besana, 2011).

come Svizzera, Germania ed Italia. Però bisogna notare come l'investimento culturale non sia omogeneo, anzi, presenti varie finalità: come detto nei paragrafi precedenti, alcuni investimenti vengono fatti per un tornaconto aziendale, altri invece donano solo per puro spirito filantropico. Della prima tipologia di mecenatismo, quella di chi dona per un guadagno personale, è la possibilità di ricevere dallo Stato agevolazioni fiscali: un esempio è l'incentivo italiano dell'*Art Bonus*⁵⁷. Invece chi dona per pura filantropia lo fa per amore verso l'arte e la cultura non aspettandosi nulla in cambio: ne è la dimostrazione l'imprenditore giapponese Yuzo Yagi che, fra il 2012 e il 2014, donò due milioni di euro per il restauro della piramide Cestia (immagine 4) a Roma ed in cambio di tale cifra s'accontentò dei pubblici ringraziamenti. (D'Arrò, 2015)



Immagine 4-Piramide Cestia

(<https://www.capitolivm.it/meraviglie-di-roma/la-piramide-cestia/>)

Ulteriore prova della passione di certi imprenditori si ha già nel 1982 quando l'imprenditore italiano Olivetti, aderendo ad una richiesta del Ministero dei Beni Culturali, coprì le spese del restauro dell'ultima cena di Leonardo a Milano. Olivetti non si caricò solo delle spese ma creò anche un "quaderno del restauro" ed organizzò una mostra proprio sui disegni preparatori

⁵⁷ L' Art Bonus stabilisce la possibilità d'ottenere sgravi fiscali (ad esempio per il 2014 e il 2015 erano del 65% mentre nel 2016 del 50%) per quelle aziende che si dedicavano al mecenatismo (D'Arrò, 2015).

dell'“Ultima Cena” conservati nella Biblioteca Reale di Windsor (Manfredi, 1999).

Il supporto all'arte di questo imprenditore è stato reso possibile anche dall'aiuto di Renzo Zorzi responsabile del “corporate image” e delle attività culturali del Gruppo Olivetti. Oggigiorno anche altre imprese hanno capito l'importanza di legarsi al mondo della cultura, esso può portare non solo ritorno d'immagine e visibilità alle imprese, ma può generare anche una sorta di prestigio storico culturale intorno al nome dell'azienda. Vengono così spesso a formarsi i cosiddetti “musei d'impresa” che son spesso legati o a marchi “cult” o che sono estremamente radicati nel territorio. Tale forma museale apparve a partire dal secondo dopo guerra ed è esploso negli ultimi vent'anni. Questi musei generalmente differiscono da quelli pubblici, in cui il fruitore si deve adattare alle opere, poiché essi si adattano e vengono incontro alla domanda proveniente dal pubblico (D'Arrò, 2015).

Altro fattore di grande importanza per questi musei d'impresa è il legame che viene a crearsi fra territorio-impresa che porta benefici non solo economici, infatti il museo assume il ruolo d'ambasciatore nel rafforzamento del marchio aziendale, per fornire ai nuovi stakeholders esterni motivazioni per supportare l'azienda (Veronelli, 2015).

In più, molti imprenditori hanno compreso come il patrimonio culturale generi un plus valore anche dei prodotti; ne sono un'esempio due noti marchi d'eccellenza mondiale, il marchio di moda Louis Vuitton e l'azienda vinicola Dom Perignon⁵⁸, che, come si può leggere nei loro siti ufficiali, si sono affidati entrambi all'artista contemporaneo Jeff Koons, come si può osservare nell'immagine (immagine 5) fatta per il lancio dell'edizione da lui ideata per la Dom Perignon, per una collaborazione.

⁵⁸ Questo marchio collabora spesso anche con l'artista americano Lenny Kravitz (cantautore e polistrumentista) per creare mostre ed edizioni limitate del loro prodotto (<https://www.domperignon.com/it-it/inspirations/lenny-kravitz>).



*Immagine 5- Jeff Koons presenta il risultato della collaborazione con Dom Perignon
(<https://www.intravino.com/grande-notizia/didascalizzami-questa-palloni-gonfiati/>)*

Ed il motivo per cui in questi anni gli imprenditori prediligono supportare l'arte creando loro musei, piuttosto che finanziare terzi, è perché i musei d'impresa cercano di dar vita ad una "brand loyalty" ovvero di rafforzare la fidelizzazione; per questo gli spazi museali vengono progettati in modo da rispecchiare l'immagine ed il target dell'impresa (D'Arrò, 2015).

Esempio di questa pratica si ha grazie al marchio per bambini Chicco il quale, come si legge sul sito dell'azienda, non solo ha creato un museo a misura di bambino, il museo del Cavallino, ma l'ha pure completato con un parco attrezzato per bambini ed un polo ludico il tutto a pochi passi dalla loro sede amministrativa (Chicco⁵⁹).

⁵⁹ <http://www.museodelcavallogiocattolo.it>

2.5.1 Dal museo d'impresa al museo nell'impresa

Una variante dei musei d'impresa, si ha nel metodo attuato del Gruppo Würth, azienda leader mondiale nella distribuzione di prodotti e di sistemi per il fissaggio ed il montaggio presente in più di 84 paesi tra cui l'Italia, di fare mecenatismo, essi diedero il via a veri e propri musei aziendale. Il principio motivante traspare dalle parole dello stesso Reinhold Würth che afferma (D'Arrò, 2015):

“In Würth non consideriamo l'azienda meramente come una somma di tutti i risultati operativi. Piuttosto consideriamo le realizzazioni architettoniche e i diversi impegni culturali e sociali come parte della cultura aziendale, come una combinazione di “pensiero visionario” ed azione concreta.”

Mentre dal secondo dopo guerra, sia grazie al boom economico sia per la ricostruzione bellico, l'impresa Würth ha avuto una crescita a ritmo costante, Reinhold Würth affiancò alla sua carriera d'imprenditore studi di tematiche psicologiche (che come soggetto avevano l'etica del lavoro e la motivazione dei collaboratori) ma oltre a questo s'avvicinò sempre di più al mondo del collezionismo d'arte, iniziò la sua collezione durante gli anni Sessanta con un acquerello di Emil Nolde che ora conta più di 16000 opere tra dipinti e sculture. È così che nel corso degli anni la collezione dell'imprenditore ha creato veri e propri nuclei idonei all'esposizione. Questa passione dell'imprenditore oltre ad essere rispecchiata dalle sue parole, *“Le belle cose, come l'arte, arricchiscono la nostra vita, aprono la mente, promuovono la creatività”*, egli lo dimostra nel costante impegno nei confronti della cultura (Arcuri, 2019).

Ne è la dimostrazione la nascita nel 1991 del primo museo in azienda aperto nella casa madre del Gruppo, aperto al pubblico 7 giorni su 7. Sull'onda del museo Würth di Kunzelsau altre sedi amministrative del gruppo, in vari paesi europei, hanno introdotto nei propri ambienti aree aperte al pubblico per esposizioni temporanee. (D'Arrò, 2015).



Immagine 6-Sede italiana della Würth

(https://fs.wuerth.it/it/globaltemplate/company/art_forum_wuerth_capena/la_sede/la_sede.php)

Un'esempio dei 14 musei, e spazi espositivi del Gruppo Würth, come si può leggere sul loro sito aziendale, è lo spazio espositivo (immagine 6) di Capena a Roma voluto per la stessa volontà del Prof. Dr. H. C.⁶⁰ Reinhold Würth, di rendere la collezione fruibile a tutti.

Questo spazio, con una superficie di 550m², non solo offre mostre (come “il fantastico mondo di Picasso” del 2009 o “La Transavanguardia tra Lüpertz e Paladino” dal 2013 al 2015) ma, come viene specificato nel sito aziendale, anche attività didattiche di workshop, incontri con artisti, concerti ecc., il tutto per potenziare l'attività sul territorio. (Würth)

Ma la società non solo si prende cura della propria collezione ma aiuta a salvaguardare il patrimonio artistico culturale dei territori: esempio di ciò è il contributo economico che questa multinazionale ha fornito in Italia per finanziare il restauro della Cappella Palatina, nel palazzo dei Normanni, a Palermo ed a Pompei per quello delle Terme Suburbane. Da quanto fin qui detto si può capire come il legame del Gruppo Würth e degli altri imprenditori con l'arte, che abbia o meno fini filantropici, portino influenze positive sia per il territorio sia per le aziende che hanno spesso un gran ritorno d'immagine. (D'Arrò, 2015)

⁶⁰ Sigla per dottore honoris causa.

3 L'era digitale e le nuove forme di raccolta fondi: il caso di *Art fund* a Londra

3.1 Presentazione del caso studio

In questo terzo capitolo, dopo una panoramica su vari aspetti legati al mecenatismo, si osserverà l'esperienza del gruppo Art fund di Londra che dagli inizi dai primi anni del Novecento si è adoperato per salvaguardare beni di rilevanza storico-artistica.

Però prima di osservare direttamente l'ente britannico introdurremo brevemente l'argomento del crowdfunding; tale argomentazione è importante poiché l'Art fund è sempre stata al passo con i tempi utilizzando per le sue raccolte fondi sempre la migliore risorsa del tempo in cui si trovava ed oggi giorno fra queste vi è il crowdfunding.

3.1.1 Crowdfunding

Al giorno d'oggi per preservare il settore culturale non bastano soltanto singoli mecenati o filantropi, spesso per la salvaguardia del patrimonio culturale bisogna affidarsi anche a raccolte fondi. Negli ultimi anni però le modalità di raccolta fondi sono molto cambiate e sono venute alla luce anche modalità legate alla tecnologia; così ha iniziato a farsi largo negli anni il crowdfunding ovvero una forma di micro-finanziamenti in cui l'investimento viene frazionato in quote d'entità modesta che le rende alla portata di tutti. (Il Sole 24 Ore, 2019)

Tale forma di sovvenzionamento alternativo, sviluppatosi sulle piattaforme on-line ha visto un tasso di crescita molto sostanzioso nel 2020⁶¹; nel dettaglio si ha avuto una crescita del 75% del *Lending* (una forma di prestito alternativo presente sul web, nonostante le banche posseggano ancora la maggior parte del mercato dei prestiti si stima che nel 2023 questa forma alternativa potrà raggiungere i 390.5 miliardi di dollari) mentre il *Donation & Reward* è aumentato del 38% e l'*Equity* del 95% (grafico 1). Questo aumento è, secondo le previsioni, destinato ad un continuo aumento anche nel 2021 poiché si è dimostrato uno strumento forte e

⁶¹ Il tasso di crescita del crowdfunding in Italia è in costante aumento negli ultimi anni, infatti si è passati da un valore di 65 milioni di euro nel 2015 ai 245 milioni del 2018 (Il Sole 24ore).

resistente non solo agli imprevisti economici ma anche a quelli sociali come, ad esempio, quelli causati dalla pandemia di Sars-Cov2 del 2020. (Bedino, 2020)

Grafico1- Dati relativi al Lending, al Donation&Reward e all'Equity



La forza di questo sistema per raccogliere fondi è stata notata dalle banche, che da anni ormai combattono contro la disintermediazione⁶², che con esso hanno lanciato varie iniziative (come portali di raccolta fondi (45%), come bandi (22%) e come campagne singole (18%)). Non solo gli istituti di credito hanno notato le qualità del servizio di crowdfunding, anche i comuni⁶³ hanno osservato come tale strumento si adatti perfettamente al compito di raccogliere fondi per il settore terziario e per attività di conservazione, creando anche spesso una partnership con sia enti no-profit che del terzo settore a cui andranno i fondi raccolti dalle campagne (Maccaferri, 2019).

⁶²Si tratta dell'eliminazione degli intermediari nei processi di vendita ed acquisizione, in questo modo l'offerta e la domanda vengono ad incontrarsi direttamente; tale fenomeno ha quindi innescato nelle banche un ripensamento sulla natura delle proprie attività, ne è nato così l'affiancamento alle tradizionali attività bancaria a nuovi servizi al passo coi tempi. (Enc. Treccani, 2020)

⁶³ Fra i comuni italiani più attivi vi sono Milano (664333€), Bologna (339743€), Torino (101374€) e Bra (52514€). (il sole 24 ore)

3.2 Mecenateismo tra passato e presente: l'Art fund

Come appena osservato, il crowdfunding ha fra i suoi punti di forza il non temere le crisi sociali, fattori estremamente importanti col protrarsi della pandemia per Sars-Cov2 e che ha portato molti enti storici di raccolta fondi a potenziare ulteriormente la loro presenza on-line; un ottimo esempio di mecenatismo, le cui radici risiedono nel passato ma che punta a preservare la cultura nel futuro, che ha dovuto affrontare anche questa crisi mondiale, è la società inglese con sede a Londra "*Art fund*".

Art fund è un'associazione, come si legge nel suo sito⁶⁴, che ha come suo obiettivo ultimo quello d'aiutare i musei e le gallerie d'arte in vari modi:

1. fornisce finanziamenti per le acquisizioni;
2. fornisce aiuti per gli allestimenti;
3. supporta tour e mostre;
4. spesso lancia appelli pubblici per campagne di raccolta fondi d'emergenza quando documenti storici o opere d'arte sono in pericolo⁶⁵.

3.2.1 La storia dell'Art fund

La nascita dell'Art fund, come riportato sul sito, risale al 1903 quando alcuni artisti e mecenati dell'epoca decisero di fondare il "National Art Collections Fund" poiché non ritenevano adatti i fondi stanziati dalla Corona, alla loro prima riunione erano presenti 308 membri tra i quali Christiana Herringham⁶⁶ con un fondo di circa 700 sterline.

Nel 1906 l'Art fund riuscì non solo ad acquistare, in seguito a una delle prime campagne di raccolta fondi per l'arte, la "Rokeby Venus" di Velazquez (immagine 7) ma anche ad avere

⁶⁴ <https://www.artfund.org>

⁶⁵ Un esempio del loro operato lo si può far risalire al 2014 quando salvarono degli archivi industriali, la "Wedgwood Collection", che documenta l'evoluzione del design della ceramica negli ultimi 250 anni.

⁶⁶ Era un'artista, copista, traduttrice e mecenate inglese figlia di un agente di cambio (British museum).

fra i suoi membri re Edoardo VII, il primo patrono reale dell'ente di mecenati, il quale contribuì personalmente con una quota all'acquisto dell'opera (Capaldo, 2015)



Immagine 7- Venere Rokeby, Velazquez 1647
(<https://it.m.wikipedia.org/wiki/File:RokebyVenus.jpg>)

A diciannove anni dalla sua fondazione l'ente raccoglieva 3028 iscritti, mentre due anni dopo, nel 1924, in onore del 21° “compleanno” dell'associazione non solo il primo ministro Ramsay MacDonald intervenne all'assemblea ma venne anche presentato alla National Gallery il “Ritratto di Vincenzo Morosini” del Tiziano.

In seguito nel 1929 l'Art Fund collaborò economicamente all'acquisto dell'opera “La Famiglia Vendramin” (immagine 8) del Tiziano acquistato dalla National Gallery e del “Salterio Luttrell” comprato dal British Museum. Nell'anno seguente la metropolitana di Londra fu invasa dalle pubblicità dell'Art Fund con lo slogan *“Tutti gli amanti dell'arte dovrebbero unirsi”*.



Immagine 8- Famiglia Vendramin, Tiziano 1543-1547

(https://it.wikipedia.org/wiki/Ritratto_votivo_della_famiglia_Vendramin#/media/File:Tizian_104.jpg)

A seguito dello scoppio della Seconda Guerra Mondiale nel 1939 dal 1940 la Corona cessò gli stanziamenti per i musei e le collezioni. I finanziamenti dovevano servire interamente lo sforzo bellico, per questo Art Fund divenne una delle uniche fonti di finanziamento per l'arte e la cultura in quegli anni.

L'associazione di mecenati continuò il suo operato per tutto il periodo della guerra e negli anni seguenti, infatti, per celebrare i suoi ottantanni l'Art Fund sovvenzionò per 500000 £ il Manchester City Art Gallery per l'acquisto del "Crocifisso" attribuito a Duccio di Buoninsegna, artista italiano della seconda metà del 1200 considerato fra i primi maestri della scuola senese. Non solo nel 1988 collaborarono con il Tate per ottenere la "Donna Piangente" (immagine 9) di Picasso e solo l'anno successivo lanciarono il loro "modern Art Fund" con la mostra "Monet to Freud" da Sotheby's a Londra (Artfund⁶⁷).

⁶⁷ <https://www.artfund.org>



Immagine 9- Donna Piangente, Picasso 1937

(<https://www.artesplorando.it/2020/07/pablo-picasso-donna-piangente.html>)

Ma sarà nel 1999 che l'ente effettuerà una delle sue più cospicue donazioni quando riuscì a donare 550000 £ al National Gallery of Scotland per permettere al museo di poter introdurre nella sua collezione l'opera "La Vergine in adorazione del Cristo Bambino" del Botticelli.

L'opera filantropica di Art Fund continua anche per tutti gli anni 2000 aumentando in questo modo enormemente il patrimonio culturale del Regno Unito; esempi delle loro azioni di mecenatismo sono nel 2003 l'acquisizione della "Venere Anadyomene" di Tiziano da parte della National Gallery of Scotland e nel 2012 la donazione di due milioni di sterline per l'acquisizione del "Diana e Callisto" sempre del Tiziano.

3.2.2 L'organizzazione e la gestione del rischio

La struttura interna dell'Art fund è quasi piramidale, il Consiglio d'amministrazione nonostante mantenga le responsabilità generali delega alcune funzioni a tre sottocomitati.

Il primo è il Comitato Remunerazione che non solo controlla la remunerazione degli alti dirigenti dell'ente ma si occupa di rendere la gestione dell'ente il più chiaro e trasparente

possibile; a seguire vi è il Comitato Nomine posto a valutare i candidati a diventare membri del Consiglio.

Infine, vi è il Comitato Finanza e Scopi Generali, posto sotto la gestione del Tesoriere dell'associazione, che si occupa di pianificare le questioni legate agli aspetti finanziari, degli investimenti, dell'amministrativa quotidiana e della gestione del rischio.

La gestione del rischio, che deve tener conto anche della reputazione dell'ente che è uno dei pilastri su cui si basa insieme alla finanza, è molto importante per l'Art fund poiché è un'aspetto inevitabile.

Essendo impossibile evitare completamente i rischi, ed essendo le risorse per contrastarlo limitate, l'Art fund attua come strategia quella di rispondere sempre in modo ottimale. L'associazione valuta il rischio considerando sia quale sia la probabilità che accada sia quali possibili impatti potrebbe avere su di essa.

La gestione del rischio si basa su:

- identificazione e valutazione dei rischi;
- valutare l'efficacia dei controlli di mitigazione;
- valutare i rischi rimanenti a fronte dei controlli;
- concordare, attuare e monitorare per ridurre i rischi residui.

Un esempio di fattore di rischio costantemente controllato è la pandemia di covid-19, essa ha modificato profondamente il fabbisogno immediato dei musei e delle gallerie beneficiarie stanno cambiando. Per questa ragione Art Fund ha deciso di modificare l'attuazione dei suoi programmi e delle modalità di raccolta fondi per soddisfare le varie attività. Con questa modifica della gestione dei finanziamenti e grazie alla presenza di vari fondi, provenienti dalle azioni d'investimento, Art fund punta a non dover sospendere nessuna delle sovvenzioni nemmeno nel 2021.

3.2.3 Dagli incrementi del 2019 alla pandemia di Sars-Cov2

L'accorta gestione dell'associazione e della gestione delle raccolte fondi ha portato nel corso degli anni a un costante aumento dei membri dell'Art fund. Questo costante aumento di fondi permette ogni anno d' aumentare le azioni filantropiche, da sempre l'obiettivo dell'ente, per supportare la cultura in Gran Bretagna con vari progetti sia d'acquisizione sia di conservazione di opere.

Complessivamente nel 2019 il programma filantropico di Art fund è stato di circa 15,8 milioni di sterline (quasi 2,9 milioni in più rispetto all'anno precedente), per la precisione i fondi sono stati così suddivisi:

- 4,7 milioni di sterline per le acquisizioni;
- 1,5 milioni di sterline per iniziative di raccolte strategiche;
- 0,4 milioni di sterline per i tour e le esposizioni;
- 0,7 milioni di sterline per lo sviluppo delle competenze curatoriali attraverso il progetto di formazione del “*shaping future*”;
- 2,7 milioni per i servizi di supporto (digitale e promozionale);
- 5,1 milioni per il National Art Pass, un progetto che ha lo scopo d'incentivare la visita nei musei.

Però nonostante il continuo incremento degli anni precedenti l'Art fund, come tutto il settore culturale, ad inizio del 2020 con l'inizio della pandemia di covid-19 ha ricevuto uno stop.

Nonostante la situazione d'emergenza, gli amministratori, a seguito di una valutazione di rischio, non considerano questa pandemia una minaccia per la continuazione dell'operato dell'associazione. Infatti, anche se vi è un prevedibile abbassamento del reddito, i programmi di sovvenzione dell'Art fund verranno attuati semplicemente ricalcolando il budget disponibile.

A dimostrazione della volontà di continuare a seguire tutti i progetti culturali, nel marzo 2020 durante il primo picco della pandemia, Art fund portò comunque a termine una notevole raccolta fondi grazie alla campagna online di crowdfunding raggiungendo la cifra di 3,5 milioni di sterline.

Lo scopo di questa raccolta era l'acquisizione del Prospect Cottage del regista Derek Jarman che porterà all'instaurazione di un programma di tutela, conservazione non solo dell'edificio ma anche della collezione degli oggetti d'arte posti al suo interno.

3.2.4 Metodi di raccolta fondi dall'Art Fund

L'opera di mecenatismo dell'Art fund si è basata infatti, come si può leggere nel sito, sin dagli inizi sulla raccolta fondi attraverso campagne pubbliche pubblicizzate sempre utilizzando i mezzi più incisivi ed efficaci per l'epoca in cui ci si trovava; così mentre nel 1930 l'ente decise di usare come mezzi di comunicazione i cartelli nella metropolitana di Londra al giorno d'oggi l'Art Fund utilizza le piattaforme di crowdfunding. Infatti, la Società attraverso la sua piattaforma per la raccolta di fondi on-line "Art Happens" ha la possibilità di ottenere donazioni per musei, gallerie ma anche per progetti individuali d'acquisizione d'opere o d'interi collezioni, di restauro o di mostre.

Il reddito dell'ente, e quindi il budget che viene poi destinato ai vari progetti, viene alimentato non solo tramite le raccolte di fondi della piattaforma dell'ente stesso sul suo sito o fisiche, ma anche attraverso diversi flussi, uno di questi è la sottoscrizione alla "National Art Pass": un abbonamento annuale che porta molti vantaggi ai possessori tra cui sconti ed ingressi gratuiti ad alcuni musei. L'ottima reputazione dell'ente e la sua trasparenza hanno fatto sì che molti mecenati del Regno Unito, oltre che ai membri dell'Art Fund, decidessero d'includere l'associazione nel loro testamento come fece ad esempio nel 2000 Brenda Knapp che lasciò al gruppo non solo proprietà varie per il valore di oltre 5 milioni di sterline ma anche il suo intero portafoglio azionario.

Inoltre, negli anni, Art Fund ha fatto molta pressione con il governo, sfruttando i legami con molti membri del parlamento inglese, per aumentare maggiormente gli sgravi fiscali a chiunque, che sia un'azienda o un privato, faccia donazioni ad enti culturali.

Conclusione

Alla luce di ciò che è stato affermato nelle pagine precedenti, direttamente o indirettamente, si può notare come arte-economia e spesso status sociale o potere politico siano soventemente intrecciati. Sono ormai sono diversi anni che l'arte è considerata un buon investimento proprio per il suo sapersi intrecciare all'economia ma anche rendersi autonoma (Pasini, 2013).

Non posso assolutamente negare che alcuni mecenati elargiscano le loro donazioni solo per l'arte stessa, senza nessun secondo fine ma solo in un'ottica d'amore e passione per supportare giovani talenti o per la salvaguardia d'opere storiche. Ma se, come affermava Gianni Versace *"persino Michelangelo è stato pagato per fare la Cappella Sistina"*⁶⁸ quando incitava ad essere più realistici coloro che sostenevano di fare arte solo per amore verso l'arte, è altrettanto doveroso essere realistici nei confronti dei mecenati: non tutti sono filantropi privi di secondi obbiettivi.

Nel primo capitolo si è potuto quindi osservare come tutto ciò sia presente in varie fasi della storia stessa, già col circolo di Mecenate e con le varie opere sparse per l'Impero Romano si possono osservare forme di propaganda a sostegno dell'imperatore (Becatti, 1995).

Molti uomini che ambivano ad affermare la loro posizione nel passato usavano quindi l'arte per accrescere il loro status di prestigio, sovvenzionare progetti culturali era considerata quindi una forma per poter mostrare ma soprattutto per ricordare agli altri il posto che una famiglia occupava in una città sia a livello economi che, a volte, politico (Conforti, 2011).

Questo vedere opportunità legate alla filantropia, come si è potuto vedere nel secondo capitolo, è attuale anche al giorno d'oggi. Infatti, sovvenzionare progetti culturali e no-profit porta come risultato a vantaggio delle aziende la possibilità d'ottenere sgravi dai governi del territorio in cui si trovano (Besena, 2011). Non solo questi vantaggi però spingono le aziende ad impegnarsi in scopi senza finalità di lucro ma anche una nuova consapevolezza etica porta le direzioni delle aziende ad applicarsi in essi (Armstrong,2004).

Abbiamo anche osservato però che i progetti filantropici devono avere una precisa pianificazione, le società non possono pensare solo ai loro bisogni o a sfruttare solo le loro

⁶⁸ <https://letteralmente.net/frasi-celebri/gianni-versace>

risorse dirette, serve che questi progetti abbiano solide strutture bilanciate che medino fra i bisogni della società che li riceve e l'ente che li elargisce (Bruch e Frei, 2005).

Analizzando i dati legati sia alla filantropia che al mecenatismo si può notare come essi, nonostante non siano sempre privi di motivazione proprie, innumerevoli benefici sociali come nel caso della Tata Steel in India (Bruch e Frei, 2004).

In più basti pensare, come riportato sul sito dell'Art fund, a quante opere sono state salvate grazie a gesti di filantropia durante la Seconda Guerra Mondiale, periodo in cui le sovvenzioni statali erano ad uso esclusivo degli armamenti, oppure anche quante opere sarebbero andate perse a causa del tempo o del degrado se privati cittadini o aziende non avessero elargito fondi per supportare in questo caso l'arte (Art fund).

Nel corso degli anni gli strumenti legati all'economia utilizzati dalle raccolte fondi son variati, restando sempre al passo coi tempi, infatti non ci si appoggia più alle sole raccolte fondi fisiche ma anche a quelle online legate al crowdfunding che negli ultimi anni hanno visto una forte crescita (Maccaferri, 2019).

Questi sistemi di supporto, donazione online e anche in alcuni casi di fidelizzazione (l'Art fund crea abbonamenti annuali per i soci con vari vantaggi) permettono al mondo dell'arte d'affrontare anche momenti di crisi. Un esempio è il periodo che stiamo affrontando con l'attuale situazione pandemica dovuta all'infezione da Sars-Cov2 che nonostante abbia reso quasi immobile il settore culturale, enti come l'Art fund possono continuare a finanziare progetti (Art fund).

Pertanto, in conclusione si potrebbe tendere ad affermare che nonostante nel corso dei secoli i motivi che spingevano gli uomini a gesti di mecenatismo, oltre che ai metodi d'attuazione, sia cambiati, il legame fra l'arte e l'economia continua in una simbiotica cooperazione che porta notevoli vantaggi in ambo le aree.

Bibliografia

- Artusi L. (1990), *“Le Arti e i mestieri di Firenze”*, Newton Compton, Roma.
- Bandinelli R. (1966), *“Roma, l’arte romana al centro del potere”*, RCS Libri, Milano.
- Barocchi P. (1979), *“Storiografia e collezionismo dal Vasari a Lanzi”*, Einaudi, Torino.
- Becatti G. (1995), *“L’arte dell’età classica”*, Sansoni, Città di Castello.
- Bempord (2011), “Privilegio e lusso nelle leggi suntuarie fiorentine”, in Parks T. e Sebregondi G. (a cura di), *“Denaro e Bellezza. I banchieri, Botticelli e il rogo delle vanità”*, Giunti Editore, Firenze.
- Besana A. (2011), *“Economia della cultura, degli attori economici sul palcoscenico dell’arte”*, Edizioni Universitarie di Lettere Economia Diritto, Milano.
- Bevilacqua M. (2003), *“Il sistema delle residenze nobiliari. Stato Pontificio e Granducato di Toscana”*, De Luca Editori d’Arte, Roma.
- Bevilacqua M. (2007), *“Firenze e il Granducato. Province di Grosseto, Livorno, Pisa, Pistoia, Prato Siena”*, De Luca Editori d’Arte, Roma.
- Buffoni L. e Caringella F. (2020), *“Manuale di diritto civile”*, Dike Giuridica Editrice, Roma.
- Bruch H. e U Frei (2005), *“Tata Steel 2005: the Vision of Harmonizing Profitable Growth and Social Responsibility”*, St Gallen, Switzerland.
- Cassandro M. (1992), *“I Banchieri Pontifici nel XV secolo”*, Pacini, San Miniato.
- Conforti C. (2011), *“Gli Uffizi e il Corridoio Vasariano nella rifondazione di Firenze Ducale”*, Giunti Editore, Firenze
- Conte G. (2004), *“Letteratura latina. L’età di Augusto”*, Mondadori Education, Milano.
- D’Arrò V. (2015), *“Mecenatismo, musei d’impresa e comunicazione istituzionale Würth: quando l’azienda diventa museo”*, Humanities, Messina.
- Davis J. H. (1988), *“The Guggenheims”*, Shapolsky Publishers, New York.
- De Roover R. (1970), *“Il Banco Medici dalle origini al declino”*, La Nuova Italia, Firenze.
- Fosi I. (1991), *“Pietà devozione e politica: due confraternite fiorentine nella Roma del Rinascimento”*, in *“Archivio storico italiano”*, Olschki, Firenze.

- Greene V. (2020), *“Peggy Guggenheim. L’ultima dogaressa”*, Marsilio, Venezia.
- Guggenheim P. (2015), *“Una vita per l’arte: confessioni di una donna che ha amato l’arte e gli artisti”*, Rizzoli Editore, Milano.
- King J. (1990), *“The Last Modern: A life of Herbert Read”*, St Martins Pr, New York.
- Macatti G. (1971), *“Storia genealogica della nobiltà e cittadinanza di Firenze”*, Forni, Bologna.
- Macrì D. (2015), *“La finestra della Cultura in Gran Bretagna”*, in *“La finanza della cultura, la spesa, il finanziamento e la tassazione”*, Trupiano G. (a cura di), Romatre-press, Roma.
- Messineo D. e Occhilupo R (2014), *“La gestione di musei e parchi archeologici e il coinvolgimento dei privati nel settore culturale”*, Il Mulino, Bologna.
- Mingazzi P. (1936), *“Manuale di storia dell’arte classica”*, Fratelli Stianti, Val di Pesa.
- Nacci M. (2014), *“L’innovazione dell’amministrazione dei beni culturali in Italia: caratteristiche e curiosità”*, in *“Il capitale culturale, studies on the value of Cultural Heritage”*, Montella M. (a cura di), Eum Edizioni università di macerata, Macerata
- Ovidio a cura di Ramaus M. (1999), *“Metamorfosi”*, Garzanti Libri s.p.a, Milano
- Pasini R. (2013), *“La Dispensa di Suzanne. Miti, errori e false credenze”*, Mursia, Milano.
- Pasini R. (2013), *“Fare e non Fare. Arte, cultura, società”*, Mursia, Milano.
- Piga C. (2018), *“Pierfrancesco Borgherini. Mecenate artistico di un banchiere fiorentino del rinascimento alla corte dei papi”*, UniversItalia, Roma.
- Zanetti L. (2001), *“Gli strumenti di sostegno alla cultura tra pubblico e privato: il nuovo assetto delle agevolazioni fiscali al mecenatismo culturale”*, Il Mulino, Bologna.

Sitografia

- <https://www.artesplorando.it/2020/07/pablo-picasso-donna-piangente.html>
- <https://www.artfund.org>
- <https://www.artfund.org/assets/about-us/annual-report/art-fund-annual-report-2019-2020-with-cover-updated.pdf>
- <https://www.britishmuseum.org/collection/term/BIOG31355>
- <https://www.capitolivm.it/meraviglie-di-roma/la-piramide-cestia/>
- <http://corporateheart.com.au/articles/Keys%20to%20Corp%20Philanthropy.pdf>
- <https://www.crowdfundingreport.it>
- <https://www.domperignon.com/it-it/inspirations>
- https://fs.wuerth.it/it/globaltemplate/company/art_forum_wuerth_capena/la_sede/la_sede.php
- <https://www.intravino.com/grande-notizia/didascalizzami-questa-palloni-gonfiati/>
- <https://iris.unive.it/retrieve/handle/10278/4752/16861/Criteri%20per%20il%27assegnazione%20dei%20fondi%20NotaDiLavoro2000.pdf>
- <https://www.ilsole24ore.com/art/il-crowdfunding-raddoppia-un-anno-e-arriva-245-milioni-AFDiUmD>
- <https://www.ilsole24ore.com/art/nel-2020-prestiti-alternativi-oltre-soglia-300-miliardi-dollari-ACWHqCHB>
- <http://www.museodelcavallogiocattolo.it>
- <https://www.reaganlibrary.gov/archives/speech/public-papers-ronald-reagan-june-1981>
- <https://www.romafu.it/augusto-prima-porta/>
- https://it.wikipedia.org/wiki/Gaio_Cilnio_Mecenate#/media/File:Maecenas_Coole_Park.JPG
- https://it.wikipedia.org/wiki/Margaret_Thatcher
- https://it.wikipedia.org/wiki/Ritratto_votivo_della_famiglia_Vendramin#/media/File:Tizian_104.jpg
- <https://it.m.wikipedia.org/wiki/File:RokebyVenus.jpg>
- https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/2/24/Giorgione_%28attr.%29%2C_giovanni_borgherini_e_il_suo_tutore.jpg