

L'arte di valorizzare l'arte

I grandi gruppi della finanza puntano a promuovere iniziative culturali
Strategie differenziate con l'obiettivo comune di rafforzare il peso del brand

DI ALESSIA ZORLONI

Le istituzioni finanziarie e le compagnie d'assicurazione continuano a ricoprire un ruolo insostituibile nel panorama culturale, nonostante le incertezze e le difficoltà che hanno caratterizzato il mercato nell'ultimo decennio. Basti pensare a Deutsche Bank, Intesa Sanpaolo, Unipol o alle numerose casse di risparmio e banche popolari italiane che hanno comprato opere d'arte in maniera sistematica e attenta, arrivando a possedere ingenti collezioni artistiche. Per le banche l'arte rappresenta un potenziale strumento per fidelizzare la propria clientela non soltanto attraverso la costruzione di **collezioni aziendali** ma anche attraverso l'offerta di servizi e strumenti finalizzati alla gestione di collezioni d'arte private, soprattutto con riferimento alla categoria degli high net worth individuals.

Family office d'avanguardia

Ma come valorizzano l'arte? Le strade sono molto diverse. C'è chi preferisce azioni mirate e chi usa una Fondazione. C'è chi si muove come **Tosetti Value**, il

primo family office italiano per masse supervisionate (5 miliardi di euro), che promuove eventi dedicati alla fotografia contemporanea. Fondato a Torino nel 1997 da **Dario Tosetti**, presidente e ceo e partecipato tra gli altri dalla famiglia Lavazza e da Banca Generali, Tosetti Value è un affermato family office in Europa, referente di grandi famiglie che vogliono valorizzare e proteggere il loro patrimonio culturale e finanziario. Dal 2014 l'interesse per il settore artistico, già esercitato nell'attività di consulenza per l'archiviazione e conservazione delle collezioni attraverso il progetto Family Data, si è concretizzato nella promozione stessa dell'arte, in particolare con mostre di fotografia contemporanea. Le istituzioni finanziarie sono inoltre spesso promotrici di attività artistico-culturali, come prova il caso di molte fiere d'arte, supportate dalle banche attraverso contratti di sponsorizzazione o di partnership. UBS, per esempio, viene ormai associata alla fiera **Art Basel** (una delle più importanti al mondo), che sponsorizza dal 1994 e Deutsche Bank a Frieze.

L'arte contemporanea può anche diventare una fonte da cui attingere per finanziare progetti di sostenibilità sociale ed ambientale. È questa la visione che si trova alla base della decisione di UniCredit di mettere in vendita alcune opere della sua storica collezione d'arte moderna e contemporanea, costruita negli anni dall'assemblaggio delle raccolte d'arte delle singole banche locali accorpate nel gruppo.

Valorizzare in asta o in bilancio

La prima fase della dimissione dell'enorme patrimonio artistico del gruppo **UniCredit**, finalizzata a ricavare fondi per iniziative sociali sul territorio, ha visto ad ottobre la messa in vendita a Londra di 33 lotti nel corso di tre diverse aste condotte da Christie's.

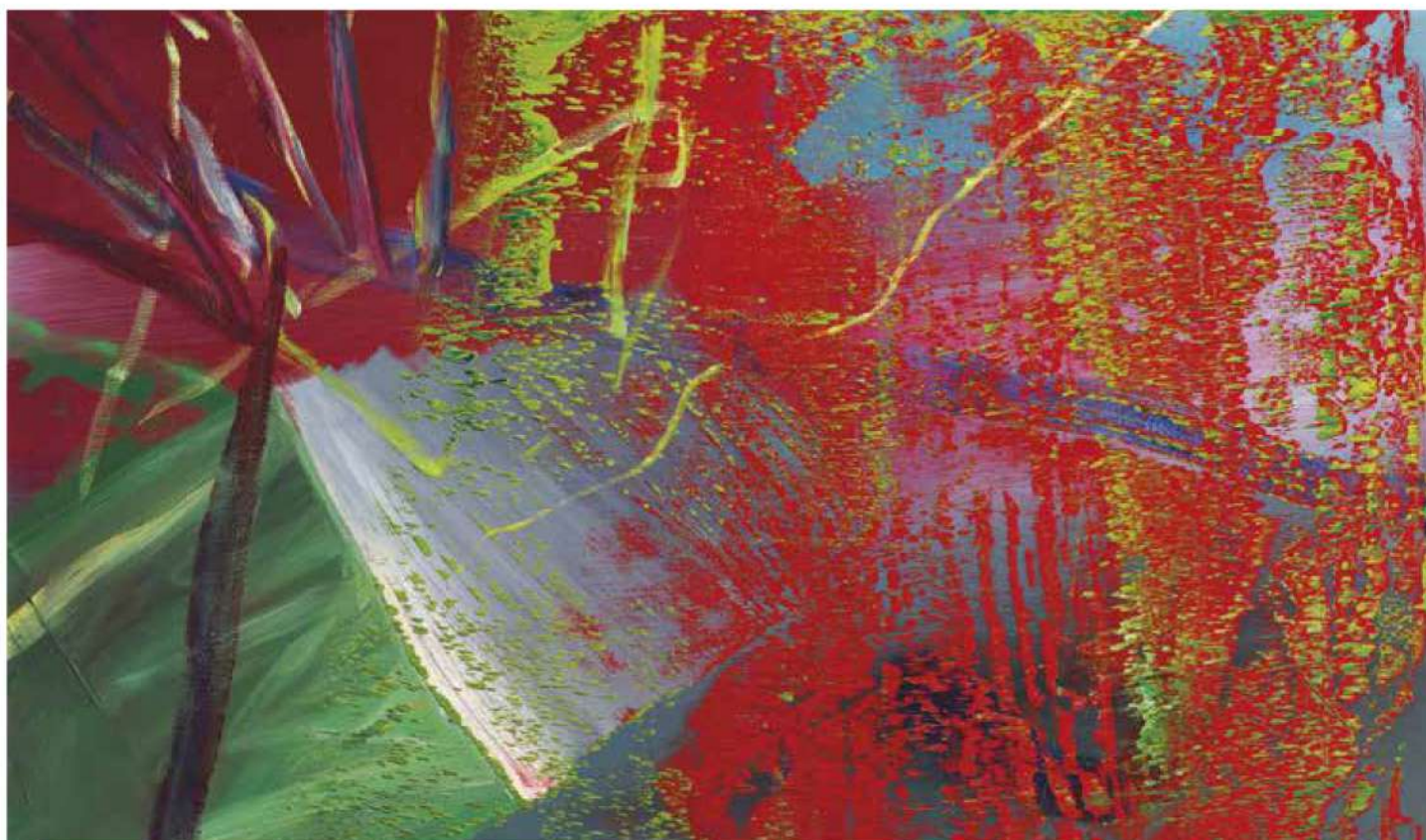
Se UniCredit vende, Intesa Sanpaolo per la prima volta porta il suo patrimonio artistico in bilancio valutandolo 270 milioni di euro.

I valori in bilancio di **Intesa Sanpaolo**, sottoposti anche ai revisori di Kpmg, sono così passati dai 164 milioni di euro del 2016 a 270 milioni del 2017, confermati nel 2018 e attribuiti a 3.500 opere



 Tosetti Value promuove eventi dedicati
alla fotografia contemporanea e servizi
di consulenza per l'archiviazione
e conservazione delle collezioni attraverso
il progetto Family Data 

La mostra "Antipodes", realizzata in collaborazione con Camera - Centro Italiano per la Fotografia e curata da Walter Guadagnini celebra i cinque anni di "prospettive. L'economia delle immagini", progetto curato da Giulia Tosetti, responsabile di Tosetti Value per l'Arte. In foto: Cristina de Middel, *Golfimbul* 2013. Courtesy of the artist.



UniCredit ha cominciato a dismettere la sua collezione ad ottobre, quando è stata venduta da Christie's la monumentale tela di Gerhard Richter *Abstraktes Bild (559-1)* del 1984, stimata tra 6,5-9,5 milioni di sterline, e aggiudicata per 6 milioni di £ (7 con le commissioni).

classificate come “di pregio storico-artistico”, su un patrimonio totale di 30mila opere. Valore che con tutti i beni artistici e storici gestiti dalla banca sale a 850 milioni.

Fondazioni d'impresa

Non solo istituzioni finanziarie, ma anche le più importanti aziende della moda, del lusso e dell'industria manifatturiera hanno deciso di dare una forma istituzionale alle loro attività filantropiche.

Le fondazioni d'impresa sono sempre più frequentemente

lo strumento con il quale le aziende scelgono di **investire strategicamente in cultura**, sia attraverso la sponsorizzazione e la partnership con musei e istituzioni artistiche, sia realizzando iniziative culturali in proprio, dando vita talvolta a realtà che divengono protagoniste del panorama culturale internazionale.

Un approccio che coinvolge in Italia molte aziende, sempre più sensibili e attente al territorio in cui operano e alla comunità di riferimento.

Pensiamo a imprenditori come

Armani, Benetton, Ferrero, Zegna e Ferragamo, che hanno scelto di promuovere la cultura attraverso l'istituzione di omonime fondazioni dedicate alle arti visive. L'investimento in arte rappresenta pertanto un'importante opportunità a disposizione di un'azienda con riferimento al community investment, in grado di generare un beneficio per la società civile e creare valore aggiunto per l'impresa in termini di posizionamento, creazione di partnership e presidio di valori strategici. ▶