



Supplemento di "Fare" n. 22 Dicembre 2013 e Autorizzazione del Tribunale di Bologna n. 6865 del 26.11.1998 P.O. della Editrice SpA
Spedizione in Abbonamento Postale D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) art. 1, comma 1, DGB Bologna

EVENTI ASSOCIAZIONE

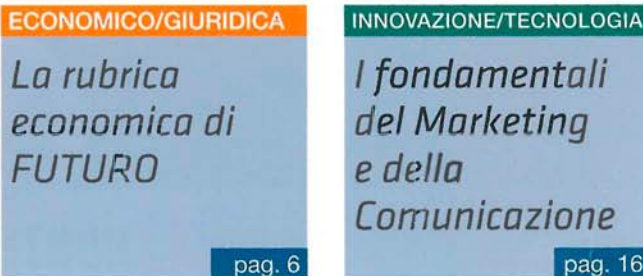
Il tempo non è finito

XVIII CONVEGNO
di Capri per Napoli



ECONOMICO/GIURIDICA

*La rubrica
economica di
FUTURO*



INNOVAZIONE/TECNOLOGIA

*I fondamentali
del Marketing
e della
Comunicazione*



Nonostante l'Euro...

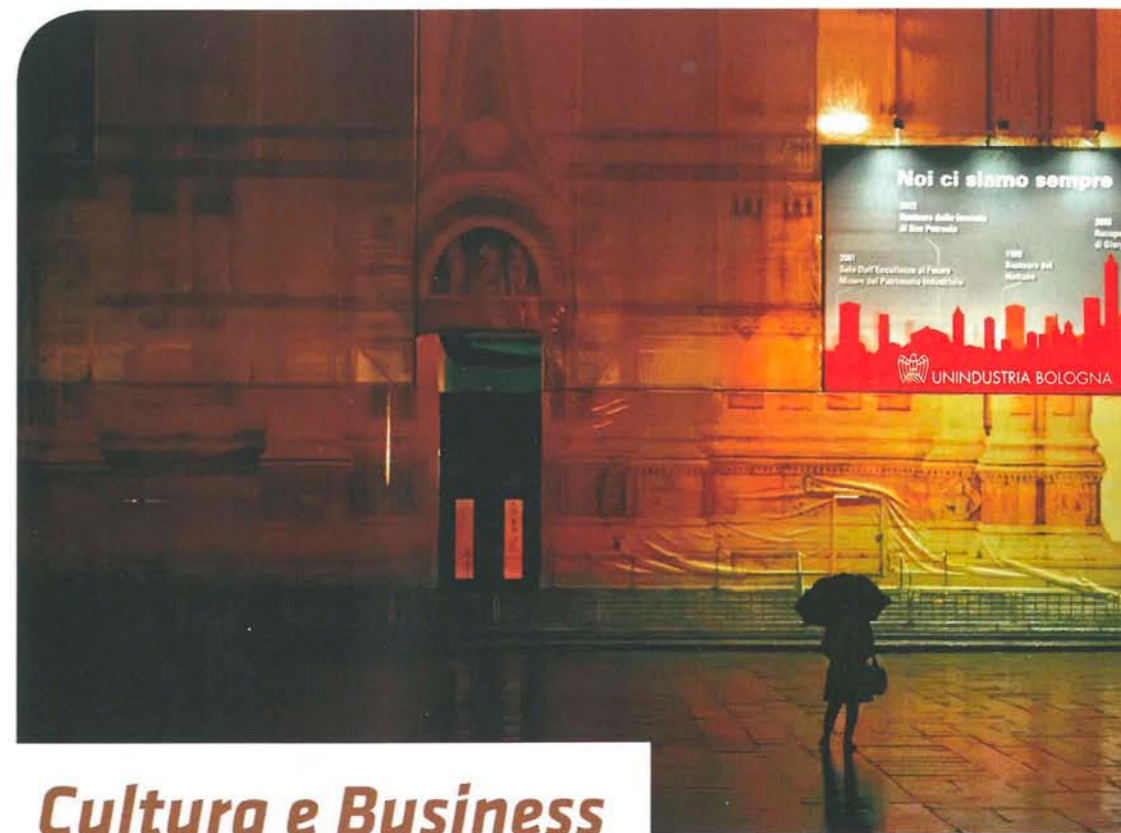
di Matteo Amante

Analisi del mercato internazionale: alcuni settori in crescita

Nelle ultime settimane abbiamo notato un forte rialzo delle azioni e dell'Euro. Due situazioni che hanno imposto la rielaborazione di molti portafogli, anche con l'obiettivo di utilizzare questo breve periodo che manca alla chiusura del 2013, per arrotondare i rendimenti dell'anno in corso, sotto certi aspetti non previsti. La moneta unica verso quota 1,4 dollari fa ovviamente notizia. Da precisare però che non ha guadagnato solo verso il Dollaro. Varie sono le ragioni che hanno portato al rialzo dell'Euro. Di base le decisioni di politica monetaria assunte dalle altre banche centrali, ma anche la spinta dei capitali esteri verso l'Europa a causa della propensione al rischio a livello internazionale. Inoltre, la ritrovata stabilità del governo Letta, vedono l'Italia in prima linea nel flusso

di denaro verso tutte le tipologie di investimento. Molte anche le acquisizioni a prezzi competitivi. Potrà risultare strano, ma il fatto che l'Italia sia considerata meno rischiosa, non può che rendere più interessante per gli investitori esteri tutta l'area della moneta unica. Questa fiducia si denota anche sul mercato obbligazionario. Quindi, "nonostante l'Euro" o, a "causa dell'Euro", sempre più numerose sono le aziende che, dopo forti interventi di miglioramento interno in termini di efficienza, dedicano le loro attenzioni ai mercati esteri non solo esportando i loro prodotti nei vari territori del nostro pianeta, ma andando anche a identificare luoghi dove investire direttamente. Si assiste a questo forte dinamismo anche dalle ricerche di personale specializzato verso questi progetti, oltre alla stabile domanda dei "controllori" dei conti. Questo sta-

to di attrazione dei capitali esteri, sta favorendo anche il mercato immobiliare, seppure ancora in uno stato di sofferenza, dove però si nota una maggiore accessibilità verso i mutui. Per concludere, due settori che stanno riprendendo quota, anche in un'ottica di diversificazione degli investimenti: le opere d'arte e le auto d'epoca. Nella recente asta di Londra Christie's ha incassato quasi 27 milioni di sterline, con la parte da leone fatta dagli artisti italiani. Nella Fiera di Padova, oltre 80.000 visitatori hanno ammirato splendide auto d'epoca, con affari ragguardevoli. Due comparti non in crisi e che potrebbero rappresentare una leva economica di maggiore interesse nel nostro paese, se non vi fossero timori forse troppo marcati circa gli aspetti fiscali. E adesso aspettiamo il Patto di Stabilità.



Cultura e Business

di Marcella Tusa

I Beni Culturali come opportunità per il sistema paese e le imprese

“Il settore della cultura è un comparto industriale vero e proprio, in grado di generare profitto e creare occupazione” - così Emma Marcegaglia nel 2010 salutava la Federazione Italiana dell'Industria Culturale. Il nostro patrimonio culturale è da sempre utilizzato dalla politica per caratterizzare la cultura come elemento fondante e distintivo del

nostro paese.

Al di là di false retoriche negli ultimi dieci anni l'impegno a sostegno della cultura, da parte della politica, è stato inversamente proporzionale alle enunciazioni sulla sua importanza. Nel 2013 il bilancio del settore culturale ha subito una flessione del -9% rappresentando lo 0,2% del bilancio di Stato. Nonostante questo il patrimonio

culturale italiano è unico sia per la quantità che per la diffusione capillare sul territorio. **La cultura è elemento fondante di una collettività**, valore che da solo colloca il settore dei beni culturali tra quei beni comuni che costituiscono i **fondamenti essenziali di una società umana** e che pertanto non possono essere ridotti al quantificabile o al misurabile economico.

Qualche numero per rendere l'idea: 46.025 beni architettonici sottoposti a vincolo - in pratica non esiste Comune Italiano che non possieda almeno un bene culturale vincolato, **200 musei statali** rispetto ai 30 della vicina Francia, **3.410 musei semi-privatizzati**

Basterebbe solo questo a motivare un impegno serio di spesa pubblica a sostegno del settore. Ma anche laddove volessimo scegliere come parametro di giudizio un piano strettamente economico, scopriremmo che comunque questo **settore è fondamentale per la ricchezza del Paese.**

Guardiamo quindi alla cultura in chiave di economia urbana e del territorio, esaltando la vocazione turistica locale e facendo perno su due punti di forza: la valorizzazione del Patrimonio storico-artistico ed ambientale e la capacità di attivare un'economia di filiera. Basti pensare che il turismo si conferma ancora un settore strategico con un **aumento del 5,3%** degli arrivi turistici stranieri in Italia.

Partnership pubblico/privato: nuove formule per valorizzare l'Italia

La **partnership pubblico/privato è una formula vincente** per valorizzare il patrimonio culturale

attraverso cinque principali modalità: erogazione liberale, adozione di un monumento, project financing, contratto di sponsorizzazione e concessione di spazi pubblicitari. Non tutte le modalità sono sostenibili in termini di costi e tempi ma la modalità **più accessibile e fruibile dalle aziende è la concessione di spazi pubblicitari, la cosiddetta grande affissione.**

Ce ne parla il Dott. Alberto Pessa, direttore delle Grandi Affissioni per conto della società SRI Group.



M: In cosa consistono esattamente le grandi affissioni? È solo pubblicità o si tratta di qualcosa di più?

A: Ogni progetto legato all'arte, rappresenta un media potentissimo che consente, a parità di investimento, di ottenere un triplice risultato: **visibilità, aumento del brand awareness e sviluppo sociale.** Il progetto non è attività di mecenatismo fine a se stesso ma attività di business, comunicazione strategica e marketing e costruito su basi cross-mediali. L'Espresso ha dichiarato che il profilo FB dell'Arena di Verona è il terzo teatro al mondo dopo Sidney e New York. Un potenziale notevole per chi è interessato alle digital PR, no?

M: Può raccontare un'esperienza di successo?

A: Il progetto della comunità di S. Egidio mi ha toccato molto da vicino.

L'arte come attività di elaborazio-



ne e di espressione di un pensiero non può essere soggetta a schemi né fisici né mentali e da anni **la Comunità di S. Egidio fa conoscere i suoi artisti disabili attraverso una mostra recentemente ospitata al Quirinale** e in biennale a Venezia. Le aziende sostenitrici non hanno solo colto l'opportunità con piacere, bensì hanno constatato un ritorno immediato in termini di soddisfazione di clienti e manager che hanno visitato la mostra. Penso ai budget stanziati per attività di team building: siamo certi che non sarebbe ugualmente utile investire in progetti di utilità sociale?

M: Di che investimenti si tratta?

A: Non necessariamente vanno investiti grandi budget. Insisto che è fondamentale capire gli obiettivi strategici aziendali e su

quelli costruire un progetto serio e completo. Si possono prevedere importi minimi fino a milioni di Euro, ma **un grande risultato inizia da un grande pensiero.** Se pensiamo in grande e con prospettiva temporale oltre il domani, i ritorni ci sono sempre.

CASO DI SUCCESSO - Valeria Merlini racconta come un'opera d'arte unica diventa una mostra da oltre 200.000 visitatori all'anno

M: Da cosa nasce Amore e Psiche?

V: Amore e Psiche è un lungimirante esperimento supportato da ENI che si fonda su un concetto di sponsorizzazione tale per cui si realizza un'idea aziendale innovativa attraverso l'arte. L'idea nasce dalla voglia di espor-

re il Caravaggio della Famiglia Odescalchi non visibile al pubblico in quanto collezione privata. L'intuizione ha avuto così tanto successo che ne è nato un format. La matrice è legata al fatto che io e la mia collega siamo restauratrici pertanto **identifichiamo nell'unicità dell'opera il valore aggiunto della mostra.** ENI ha creduto nel progetto sin dall'inizio ottenendo risultati strabilianti. **Amore e Psiche è stata la mostra più visitata d'Italia nell'anno 2012 e la 30ma mostra più visitata nel mondo.**

M: Che differenza c'è tra Amore e Psiche e una mostra in contesto museale?

V: La peculiarità dell'unicità dell'opera si perde quando l'opera è inserita in un contesto critico. Senza volersi sostituire all'istituzione museale **questo è un nuovo modo di avvicinare il pubblico all'arte, con un format più agevole** che elimina le barriere spontanee di una classica esposizione museale. Basti pensare che è stato eliminato il biglietto d'ingresso, senza dimenticare il lavoro svolto in fase di accoglienza. Infine si conduce il pubblico di fronte all'opera in piccoli gruppi accompagnati sempre da storici dell'arte o giovani studiosi che, per l'occasione, diventano guide esperte.

Nei prossimi articoli intervista ad Antonio Scuderi, Paola Giovetti ed altri esponenti del settore cultura del nostro Paese.