



Home » Articoli »

Le aziende storiche e gli investimenti nell'arte

- di Simona Politini -

Emanuele Sacerdote, autore del libro "Aziende storiche operative e silenti", ha analizzato il fenomeno delle aziende che investono nell'arte, scandagliandone i "perché" e i "come", oltre ad individuare alcuni esempi studio da ammirare.

19 febbraio 2015

Commenti 0



Perché le aziende investono nell'arte ed in che modo lo fanno? Ne parliamo con **Emanuele Sacerdote**, Consigliere d'Amministrazione della **Strega Alberti Benevento** nonché autore del libro "**Aziende storiche operative e silenti. Cambiamento, Evoluzione, strategia e Rinascita**" edito da **Franco Angeli**.

All'interno del suo libro Emanuele Sacerdote ci racconta del grande patrimonio italiano composto dalle **aziende storiche**, realtà uniche che, attraverso un mix di continuità e cambiamento, riescono ancora oggi a tramandare il gusto di una **creatività operosa tutta italiana**.

A contatto dunque con le grandi realtà della tradizione industriale italiana, grazie alla sua esperienza come manager ed imprenditore, l'autore ha avuto modo di elaborare alcune considerazioni sul rapporto che intercorre tra arte e imprese.

Secondo lei per quale ragione le Aziende investono in Arte?

Da sempre molte Aziende (ma anche Istituzioni Pubbliche, Governative e Religiose) considerano l'Arte come un'importante attività esperienziale, espressiva e creativa dell'uomo su cui investire risorse.

A mio avviso le Aziende che investono nell'Arte mostrano una maggior sensibilità ed attenzione alla creatività dell'uomo: investire in Arte accredita e aumenta il valore d'immagine e patrimoniale dell'Azienda e irrobustisce molto l'identità della marca con valori senza tempo.

In definitiva, penso che l'Azienda che promuove ed investe in Arte intenda lasciare un segno ed una testimonianza di maggior spessore e significato per il futuro.

Riportando un concetto che ho usato nel mio libro "Aziende Storiche Operative e Silenti", ritengo che investire nell'Arte possa contribuire a sincronizzare e sintonizzare l'Azienda con il suo tempo.

Quali sono i tipi di Aziende maggiormente sensibili?

Tutte le Aziende vicine e prossime agli ambiti della creatività sono le più avvantaggiate, le più attente ed inoltre sono quelle che possono comprendere meglio il valore di queste iniziative. In primis evidenzierò tutto il comparto Moda, Lusso e Design.

Anche il mondo della Finanza (in particolare le Banche) ha mostrato molta attenzione all'Arte forse per un obiettivo più strumentale.

Le Aziende come investono in Arte?

Spaziano in modo molto diverso, ma gli approcci più comuni sono:

- **Collezionismo**: più che l'Azienda è l'Imprenditore che investe, acquista e promuove opere d'arte e/o artisti. Mi viene in mente Pietro Barilla, ma ci sono tanti imprenditori che spaziano dal puro collezionismo all'attività di mecenatismo.
- **Valore**: l'Arte come territorio, argomento e attività promossa ed utilizzata per celebrarsi e per rafforzare il proprio posizionamento strategico come Azienda pro-Arte che sostiene scopi filantropici artistici. In quest'ambito possiamo annoverare le Aziende che hanno Fondazioni dedicate. Gli esempi sono tanti: Fondation Cartier pour l'art contemporain, Fondazione Nicola Trussardi, Fondazione Campari.
- **Prodotti, Comunicazione ed Architettura**: artisti, designer ed architetti rinomati e di prestigio vengono chiamati ad interpretare e/o progettare manufatti (edifici, prodotti e disegni) per uso aziendale e commerciale. In questo caso possiamo evidenziare le pubblicità create da famosi artisti, i prodotti disegnati da celebri designer ed infine le fabbriche (o uffici) progettati da apprezzabili architetti. Anche qui gli esempi sono tantissimi: Galleria del Vento in Ferrari di Renzo Piano, le pubblicità Campbell di Andy Warhol, le penne Moleskine di Giulio Iacchetti.



Ultime da Tafter

Firenze. Biennale Internazionale d'Arte Contemporanea "Florence Biennale". Dal 30 novembre all'8 dicembre

Nomine: il ministro Franceschini nomina i componenti del Consiglio superiore dei beni culturali e paesaggistici

Le aziende storiche e gli investimenti nell'arte

Archeologia: scoperto il bottino più prezioso di monete antiche d'oro nei mari di Israele

Asti. Mostra "Alle origini del gusto". Dal 7 marzo al 5 luglio

Musei: inaugurato a

• Medium: le Aziende sponsorizzano attività ed eventi artistici con lo scopo commerciale di contattare un certo tipo di pubblico. In questo caso l'Arte svolge un ruolo di medium per mostrare il proprio marchio. Per fare degli esempi bisogna cambiare prospettiva guardando i luoghi e le opere d'Arte: per esempio gli sponsor del Castello di Rivoli oppure la sponsorizzazione di Tod's per il restauro del Colosseo a Roma.

Ovviamente questi quattro modi di investire hanno delle logiche sottese diverse tra loro e necessitano di budget molto differenti.

Mi può fare un esempio di una realtà che conosce bene?

L'esempio più facile e più vicino a me è sicuramente la Strega Alberti Benevento. Storicamente l'Azienda è sempre stata molto attenta e sensibile alla comunicazione ed agli artisti: per pubblicizzare il Liquore Strega abbiamo avuto importanti artisti come Depero e Dudovich che ancora oggi usiamo e che ancora oggi sono molto riconosciuti e graditi; come dire sono parte della nostra identità di marca.

L'iniziativa maggiormente rilevante in ambito artistico e culturale è sicuramente il Premio Strega nato nel 1947, che conta già 68 edizioni ed è considerato il più celebre premio letterario italiano.

Può farci degli altri esempi che le piacciono particolarmente?

Mi piace molto l'Hangar Bicocca della Fondazione Pirelli: a mio avviso rappresenta uno degli esempi più riusciti di recupero di archeologia industriale e di cambio di destinazione d'uso a scopo artistico con la possibilità di esibire opere di enormi dimensioni.

L'altro esempio estremamente interessante e molto riuscito è tutto il lavoro di grande avanguardia con investimenti consistenti che sta portando avanti la Fondazione Prada e che darà un grande impulso all'arte contemporanea: ritengo che l'Arte è entrata improrogabilmente nel dna dell'Azienda Prada.

Tags: [Aziende](#), [Economia della Cultura](#), [Interviste](#), [Libri](#), [Personaggi](#), [Responsabilità sociale d'impresa](#)

Commenti 0

Berlino il museo del "Dottor Morte" con veri corpi umani

09-03-15 – Contest per la Tote Bag 2015 di CO-HIVE

Cinema: Anec Lazio e Anem sulla riconversione cinema chiusi e sostegno ai cinema attivi di Roma

Aste: il 19 febbraio sarà messa in vendita una lettera in italiano di Albert Einstein

Istituzioni: appello al MiBACT per l'approvazione delle linee guida per l'archeologia preventiva

Musei: il 19 febbraio Casa Troisi apre a San Giorgio a Cremano

Contenuti correlati



• **Cinema: Credito Fino A 2,5 Mln Per Le Aziende Che Investono Nel Settore**



• **Tradizione E Innovazione Creativa. Una Via Per Le Nostre Aziende?**



• **Internet: Entro L'anno Un Primo Piano E Stima Investimenti Per L'Agenda Digitale**



• **Aziende: Giovani Creativi Per Accrescere La Competitività Delle Aziende Trentine**