



Università  
Ca' Foscari  
Venezia

Corso di Laurea magistrale

in Economia e Gestione delle Arti e delle attività  
culturali

Tesi di Laurea

# **La Riforma del Terzo Settore e impatto sugli spazi indipendenti italiani**

Analisi del caso studio Spazio Cordis

**Relatrice**

Ch.ma Prof.ssa Valeria Maggian

**Correlatrice esterna**

Ch.ma Dott.ssa Jessica Bianchera

**Correlatore**

Ch.mo Prof. Lauso Zagato

**Laureanda**

Roberta Panzino  
Matricola 871426

**Anno Accademico**

2019/2020

# INDICE

<b>INTRODUZIONE.....</b>	<b>1</b>
<b>CAPITOLO I LA RIFORMA DEL TERZO SETTORE E LE ASSOCIAZIONI DI PROMOZIONE SOCIALE.....</b>	<b>3</b>
<b>1.1 Definizione.....</b>	<b>3</b>
<b>1.2 Cenni storici.....</b>	<b>4</b>
<b>1.3 La Riforma del Terzo Settore.....</b>	<b>7</b>
<i>1.3.1 Novità apportate dal Codice del Terzo settore.....</i>	<i>9</i>
<i>1.3.1.1 Enti del Terzo Settore.....</i>	<i>9</i>
<i>1.3.1.2 Registro Unico Nazionale.....</i>	<i>12</i>
<i>1.3.1.3 Bilancio d'esercizio.....</i>	<i>13</i>
<i>1.3.1.4 Bilancio sociale e Impatto sociale.....</i>	<i>14</i>
<b>1.4 Le Associazioni.....</b>	<b>16</b>
<i>1.4.1 Atto costitutivo e personalità giuridica di un'associazione.....</i>	<i>16</i>
<i>1.4.2 Gli organi sociali di un'associazione.....</i>	<i>17</i>
<i>1.4.2.1 Assemblea.....</i>	<i>17</i>
<i>1.4.2.2 Organo di Amministrazione e Organo di Controllo.....</i>	<i>19</i>
<i>1.4.3 I libri sociali obbligatori.....</i>	<i>20</i>
<b>1.5 Le Associazioni di Promozione Sociale (APS).....</b>	<b>21</b>
<b>CAPITOLO II GLI SPAZI INDIPENDENTI: ANALISI STORICA, SVILUPPO E CRITICITÀ.....</b>	<b>25</b>
<b>2.1 La nascita degli spazi indipendenti.....</b>	<b>25</b>
<i>2.1.1 Hogarth Club.....</i>	<i>25</i>
<i>2.1.2 I secessionisti.....</i>	<i>26</i>
<i>2.1.3 Kunsthalle Bern.....</i>	<i>27</i>

2.1.4 <i>SoHo</i> .....	27
<b>2.2 Gli Spazi indipendenti in Italia.....</b>	<b>28</b>
2.2.1 <i>Spazio Zona</i> .....	28
2.2.2 <i>Brown Boveri</i> .....	29
2.2.3 <i>Isola Art Center</i> .....	30
<b>2.3 Gli spazi indipendenti e problematicità dei finanziamenti.....</b>	<b>32</b>
2.3.1 <i>Italian Cluster</i> .....	32
2.3.2 <i>Il Codice del Terzo settore</i> .....	43
<b>2.4 Possibili proposte e soluzioni.....</b>	<b>46</b>
2.4.1 <i>Forum dell'arte contemporanea italiana</i> .....	47
<b>2.5 Conclusioni.....</b>	<b>51</b>
<b>CAPITOLO III CASO STUDIO: SPAZIO CORDIS.....</b>	<b>52</b>
<b>3.1 Spazio Cordis.....</b>	<b>52</b>
3.1.1 <i>Storia</i> .....	52
3.1.2 <i>Struttura giuridica e team</i> .....	52
3.1.3 <i>Progetti espositivi</i> .....	53
3.1.3.1 <i>Mostre di Spazio Cordis</i> .....	54
3.1.3.2 <i>Ectopie</i> .....	55
3.1.3.3 <i>ArtVerona – i10 Spazi Indipendenti</i> .....	55
3.1.4 <i>Forme di sostentamento economico</i> .....	55
3.1.5 <i>Analisi Spazio Cordis</i> .....	57
<b>3.2 Casi virtuosi.....</b>	<b>60</b>
3.2.1 <i>Analisi del caso virtuoso Careof</i> .....	60
3.2.2 <i>Analisi del caso virtuoso Recontemporary</i> .....	66

<b>3.3 Proposte per miglioramenti futuri Spazio Cordis.....</b>	<b>70</b>
<b>CONCLUSIONI.....</b>	<b>73</b>
<b>BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA.....</b>	<b>77</b>
<b>APPENDICE.....</b>	<b>82</b>

## INTRODUZIONE

Il presente elaborato è il risultato di uno studio volto ad analizzare le misure recentemente introdotte dalla Riforma del Terzo Settore (L. n. 106/2016) nell'ordinamento giuridico italiano, esaminando in particolare gli impatti sulle organizzazioni culturali "no profit" nonché sulle associazioni di promozione sociale (APS).

Obiettivo del presente lavoro è quello di esaminare e di individuare le misure più efficaci che permettano a tali soggetti di garantire la continuità delle attività culturali svolte.

All'interno del primo capitolo viene data una definizione del settore no profit, illustrandone l'evoluzione storica dal medioevo ad oggi delle organizzazioni senza scopo di lucro in Italia, analizzandone le diverse tappe che hanno portato all'attuale Riforma del Terzo Settore. Vengono quindi descritte le novità introdotte dalla Riforma e dal Codice del Terzo Settore (D.Lgs. n. 117/2017): le tipologie di Enti che possono aderire alla stessa, l'analisi del Registro Unico Nazionale, per ciò che concerne le modalità e gli elementi necessari per gli enti per potersi iscrivere, in seguito viene esplicitata l'obbligatorietà della stesura del Bilancio d'esercizio e del Bilancio sociale per determinate categorie di soggetti considerando la misurazione e la valutazione dell'impatto sociale. Successivamente vengono prese in considerazione le Associazioni con particolare attenzione alle Associazioni di Promozione Sociale, analizzando l'Atto costitutivo, la personalità giuridica, gli organi che compongono le stesse e i libri sociali obbligatori.

Nel secondo capitolo sono invece descritti gli spazi indipendenti, ripercorrendone l'evoluzione nel corso del tempo prendendo come esempi i movimenti secessionisti del XIX secolo, la Kunsthalle Bern nei primi del Novecento e il quartiere SoHo negli anni '50 e '60 del Novecento. Per quanto riguarda la situazione in Italia degli spazi indipendenti vengono studiati come esempi alcune realtà influenti nel panorama artistico italiano tra cui Spazio Zona di Firenze, Brown Boveri e Isola Art Center di Milano, individuandone le principali caratteristiche comuni ad essi. Sono illustrate le principali opportunità e agevolazioni della Riforma per spazi indipendenti che non perseguono finalità di lucro e che ricadono sotto la definizione di APS, anche con riferimento alle possibili forme di finanziamento previste dalle norme. Inoltre, sono illustrate tramite i report *Italian Cluster* e *Chiamata Alle Arti* le problematiche che gli spazi indipendenti devono affrontare nel loro percorso, proponendo successivamente possibili soluzioni delle stesse.

Infine, l'ultimo capitolo esamina un particolare caso studio: Spazio Cordis, giovane spazio indipendente veronese. Con l'ausilio delle interviste a Jessica Bianchera, e Simone Frittelli di Spazio Cordis, rispettivamente curatrice e membro del consiglio direttivo dello spazio, sono esposte le tappe che hanno portato alla sua costituzione nonché le attività artistiche svolte e le modalità di finanziamento adottate. Successivamente con il supporto delle interviste a Marta Bianchi, Responsabile Progetti di Careof spazio indipendente di Milano che favorisce la creatività e la sperimentazione artistica tramite mostre di giovani artisti e di artisti affermati, workshop e progettualità ibride e Iole Pellion di Persano, fondatrice di Recontemporary spazio espositivo di Torino specializzato nell'utilizzo delle tecnologie digitali dell'arte contemporanea, vengono illustrati due spazi indipendenti classificati come casi virtuosi: Careof di Milano e Recontemporary di Torino, da considerarsi come tali per il loro efficace approccio nell'utilizzare una buona strategia economica e di networking, a cui Spazio Cordis potrebbe attingere per poter apportare migliorie nel futuro alla propria attività.

## CAPITOLO I

### LA RIFORMA DEL TERZO SETTORE E LE ASSOCIAZIONI DI PROMOZIONE SOCIALE

Questo primo capitolo si apre dando una definizione dal punto di vista etimologico della locuzione "no profit" per focalizzarsi poi sulle caratteristiche che posseggono le organizzazioni senza scopo di lucro in Italia. Per avere una visione completa e approfondita del terzo settore, è importante un excursus dal punto di vista storico, per poter comprendere al meglio i cambiamenti che sono intercorsi in questo settore e come si è arrivati all'idea attuale di "terzo settore".

Il corpo di questo capitolo si incentra soprattutto sulla Riforma del Terzo Settore (L. n. 106/2016) e sul Codice del Terzo Settore (D.Lgs. n. 117/2017): detti passaggi normativi hanno chiarito determinate questioni che le precedenti disposizioni non avevano trattato in modo esaustivo e hanno avuto quale conseguenza di "obbligare" molte associazioni culturali a cambiare le modalità di governance, di finanziamento e amministrazione interna.

In conclusione, vengono analizzate le associazioni, specificatamente le Associazioni di Promozione Sociale (APS) in quanto molte organizzazioni, soprattutto nell'ambito artistico, hanno preferito questo tipo di ente perché dà loro la possibilità di usufruire di finanziamenti, donazioni etc. sia pubbliche che private.

L'approfondimento normativo sarà utile per una miglior comprensione del terzo e ultimo capitolo di questo elaborato, dove verrà trattato da un punto di vista più pratico e operativo, il caso studio che si va a proporre.

#### **1.1 Definizione**

Il termine "non profit" oppure "no profit" traducibile in italiano con la locuzione "senza scopo di lucro", venne introdotto negli anni '80 negli Stati Uniti per definire in un unico insieme le organizzazioni che avevano, come scopo della propria attività, la non distribuzione degli utili conseguiti (Picciaia, 2018). Le caratteristiche principali delle organizzazioni no profit sono (Picciaia, 2018): l'impossibilità di svolgere attività commerciali, ad eccezione di quelle attività che svolgano azioni per il raggiungimento degli scopi sociali; qualsiasi utilità prodotta (anche nella forma di beni o servizi) deve

essere destinata, con carattere di esclusività, in favore di terzi. Questi enti hanno una specificità del contratto societario che vede i soci legati all'organizzazione: lo statuto prevede un vincolo alla distribuzione degli utili, cui si affianca l'impossibilità di cedere la propria quota sociale a terzi. Quindi l'obiettivo del "non profitto" è riferito al singolo socio e non all'organizzazione in sé, la quale, nel caso in cui realizzi un utile, non procederà alla sua distribuzione tra i soci, ma lo tratterà al suo interno come autofinanziamento (Pilonato, 2012, [www.treccani.it](http://www.treccani.it)).

Le organizzazioni no profit operano specificatamente nel terzo settore ed hanno un ruolo significativo nei sistemi economici e nei processi di sviluppo della società civile. Per la prima volta il termine "terzo settore" è stato utilizzato da due studiosi statunitensi negli anni '70: Amitai Etzioni nell'articolo *The Third Sector and Domestic Missions* e Theodore Levitt nel libro *The Third Sector: New Tactics for a Responsive Society* (Vittadini, 1997). Etzioni separa il terzo settore dallo Stato e dal mercato (rispettivamente primo e secondo settore), non ponendolo in sostituzione degli altri due, ma unisce e bilancia i loro importanti ruoli. A differenza dello Stato che possiede funzioni coercitive e sanzionatorie, e del mercato che è mosso dal raggiungimento di remunerazioni di natura economica, il terzo settore è caratterizzato da individui che svolgono attività basate su principi e ideali condivisi (Etzioni, 1973). Levitt, invece, descrive il terzo settore come l'insieme di organizzazioni che nascono come risoltrici di problematiche ignorate dallo Stato e dal mercato; in esso sono presenti nuove attività che tentano di sviluppare una società più consapevole e responsabile, migliorando la qualità della vita, sviluppando la partecipazione pubblica e incrementando l'equità nell'allocazione di risorse (Levitt, 1973).

## **1.2 Cenni storici**

La nascita del fenomeno no profit si può far risalire all'alto medioevo con la creazione delle Opere Pie, di matrice religiosa, che fonda il proprio operato in interventi solidaristici in favore di una larga fascia di persone in condizioni di indigenza in un panorama di totale assenza di intervento pubblico (Zaninelli, 1996). Tali interventi spaziavano dall'assistenza sanitaria all'erogazione di sussidi; questi enti venivano finanziati dalle donazioni dei fedeli e dalle rendite di terreni di proprietà ecclesiastica ed erano regolamentati da decreti emessi dalle stesse autorità religiose. Nello stesso periodo sorgevano i Monti di Pietà che concedano prestiti a condizioni agevolate ai meno abbienti

(Cova, 1997). A partire dal XVIII secolo avviene una progressiva laicizzazione dell'assistenza a causa del malfunzionamento degli enti religiosi, con accumulo progressivo di ingenti patrimoni senza che questo corrispondesse ad un miglioramento delle attività erogate. La fine di questo secolo, infatti, vede la chiusura di molti enti religiosi con centralizzazione dello Stato come unico ente preposto all'assistenza e beneficenza (Capecchi, 2005).

Successivamente, la Rivoluzione Francese, fa sua l'idea che non ci debbano essere enti intermedi tra cittadini e Stato, lasciando quest'ultimo come unico erogatore di servizi collettivi (Alleva, 2007).

Nel XIX secolo l'ideologia Illuminista sbarca in Italia e si manifesta anche nel diritto positivo, portando all'emanazione di una serie di leggi, tra cui lo Statuto Albertino (1848), con l'obiettivo di ridurre la libertà associativa privata sottomettendo le proprietà religiose all'influenza statale (Borzaga et al., 1999).

All'inizio del Novecento si assiste ad un'ulteriore ingerenza statale negli enti no profit, e la situazione peggiora ancor di più con l'avvento del Fascismo, avverso a qualsiasi forma di associazionismo che non sia di matrice statale o autorizzata dallo stesso (Capecchi, 2005). Dopo la caduta del regime fascista e il plauso del testo costituzionale nel 1948, si assiste ad un nuovo impulso della vita associativa, anche se la libertà di aggregazione e di espressione rimane sul piano teorico risentendo dell'impostazione civilista per quanto riguarda il privato sociale (Borzaga et al., 1999).

Agli fine degli anni '70 del Novecento, il sistema del Welfare State comincia ad andare in crisi, lasciando spazio al privato sociale, limitatamente al welfare leggero, che comprende servizi ambientali e culturali; tuttavia, persiste un'emarginazione delle iniziative dei cosiddetti servizi di terzo settore (Speranzini, 2002).

Lo Stato, quindi, in questo periodo rimane l'unica autorità che possa erogare e gestire i servizi tipicamente sociali, sostituendosi o normando qualsiasi espressione del privato sociale. Le attività di welfare pubblico possono ricomprendersi nelle seguenti aree (Borzaga et al., 1999):

- i. Una funzione redistributiva: riguardante i trasferimenti pecuniari e ai servizi rivolti a persone emarginate, facendo fronte così alle difficoltà del mercato, garantendo equità ed efficienza nella diminuzione del divario sociale.

- ii. Una funzione assicurativa: inerente alla tutela della cittadinanza verso determinati rischi (es. sussidi di disoccupazione), con la duplice funzione di integrazione e redistribuzione del mercato.
- iii. Una funzione produttiva: relativa alla produzione pubblica e di sostegno di quella privata, dinanzi al fallimento del mercato che preclude il conseguimento di beni pubblici o meritori<sup>1</sup>.

In quegli anni la tradizionale forma d'investimento pubblico è caratterizzata dalla logica del trasferimento, che riesce a limitare il problema dello svantaggio ma non a risolverlo. L'idea è quella di assicurare una tutela del cittadino a seconda di un approccio quantitativo e la presenza di sprechi, corruzione, inefficienze e burocratizzazione non ne hanno impedito la funzione rassicurante. I motivi che hanno portato alla crisi del centralismo statale nell'erogazione dei servizi alla collettività è da ricercare in ordine generale (Soraci, 1994):

- a) Nella globalizzazione dell'economia;
- b) Nell'innalzamento del debito pubblico;
- c) Nell'aumento della pressione fiscale;
- d) Nei cambiamenti sociodemografici;
- e) Nell'immigrazione;
- f) Nell'incremento dei bisogni della popolazione, la comparsa di nuove povertà e di nuove patologie sociali;
- g) Nella modificazione del sistema occupazionale;
- h) Nell'inefficienza, inefficacia e iniquità.

Tutto ciò ha portato ad una diminuzione dei finanziamenti agli enti pubblici ed un maggior ricorso alle organizzazioni no profit senza che venissero coinvolte a livello di policy making.

---

<sup>1</sup> I beni pubblici sono individuati per il possesso della non rivalità (la caratteristica di quei beni il cui consumo da parte di un individuo non limita la possibilità di consumo da parte di altri) e non escludibilità (l'impossibilità per il produttore di un bene di escludere altri individui dai benefici di tale produzione). I beni meritori sono definiti quei beni o servizi cui la collettività attribuisce un particolare valore funzionale allo sviluppo morale e sociale della collettività.

Solo a partire dagli anni '90 del Novecento, si assiste ad una progressiva privatizzazione dei servizi di welfare, con le organizzazioni no profit, che iniziano a sperimentare nuovi gradi di autonomia e managerializzazione delle proprie attività, si assiste quindi all'emanazione di svariati testi normativi: L. n. 49/1987 (*Nuova disciplina sulla cooperazione dell'Italia con i Paesi in via di sviluppo*); L. n. 398/1991 (*Disposizioni tributarie relative alle associazioni sportive dilettantistiche*); L. n. 266/1991 (*Legge Quadro sul volontariato*); L. n. 381/1991 (*Disciplina delle cooperative sociali*); D.Lgs. n. 460/1997 (*Disciplina delle organizzazioni non lucrative di utilità sociale*); D.Lgs. n. 155/2006 (*Disciplina dell'impresa sociale*) (Speranzini, 2002).

Questi interventi legislativi hanno permesso, da un lato, di riorganizzare aspetti delle organizzazioni no profit e del welfare, dall'altro, hanno prodotto una «*giungla legislativa*» (cit. Picciaia, 2018, p. 36) di difficile interpretazione. Dato questo subbuglio, vi è stata la necessità di riorganizzare in chiave moderna la normativa di settore, arrivando all'emanazione della L. n. 106/2016 che ha dato l'input alla c.d. "Riforma del Terzo Settore", che verrà approfondito nel paragrafo seguente.

### **1.3 La Riforma del Terzo Settore**

«Con "Riforma del Terzo settore" si indica il complesso di norme che ha ridisciplinato il no profit e l'impresa sociale. All'inizio della XVIII Legislatura, sono stati esaminati, dalle competenti Commissioni parlamentari, gli schemi dei decreti integrativi e correttivi del Codice del Terzo Settore e del Decreto di revisione dell'impresa sociale. Di specifico interesse per il Terzo settore, anche le modifiche introdotte al Codice dal cosiddetto Decreto Fiscale che, fra l'altro, hanno fornito un nuovo criterio per la determinazione della natura commerciale o non commerciale degli enti del Terzo settore e sono intervenute sulla disciplina per le deduzioni previste per chi effettua erogazioni liberali a favore di enti del Terzo settore»<sup>2</sup>.

Il Codice varato con il D.Lgs. 3 luglio 2017, n. 117, recante "Codice del terzo settore, a norma dell'art. 1, c. 2, lettera b), della legge 6 giugno 2016, n.106. è parte integrante e fondamentale della cosiddetta "Riforma del Terzo Settore". Vi sono molteplici motivi che ne han reso complessa e innovativa l'opera. Basti pensare all'indissolubile intreccio dei profili civilistici e fiscali; o all'incidenza su una legislazione speciale tanto disorganica

---

<sup>2</sup> Informazioni da: Camera dei deputati, <https://temi.camera.it/leg18/>

quanto necessaria, alla luce delle incertezze e carenze del Codice Civile del 1942 (Mazzullo, 2017).

L'esigenza di un riordino della disciplina è iniziata nel 2014 con l'emanazione delle *"Linee Guida per una riforma del Terzo settore"*, dove sono stati evidenziati tre obiettivi su cui la legge di riforma avrebbe posto le sue radici: la costruzione di un nuovo welfare partecipativo basato sul coinvolgimento di soggetti singoli, di terzo settore e corpi intermedi al processo decisionale ed attuativo delle politiche sociali, per poter fornire i servizi di welfare in maniera efficace; la valorizzazione del potenziale di crescita e di occupazione del terzo settore essendo l'unico comparto, soprattutto nei momenti di crisi economica, che ha continuato a svilupparsi, avendo la possibilità di generare nuove opportunità lavorative e di sviluppo professionale; l'incoraggiamento e il sostegno continuo tramite incentivi ai cittadini ed alle imprese che posseggano comportamenti donativi e pro-sociali, orientati a generare coesione e responsabilità condivisa. Nelle *Linee Guida* trovano chiarimento anche le singole aree interessate dall'intervento di riforma: riordino legislativo e riorganizzazione delle norme esistenti, valorizzazione della sussidiarietà orizzontale e verticale, modifica della legge sull'impresa sociale, riorganizzazione del servizio civile nazionale, riformulazione della fiscalità di settore, anche attraverso il potenziamento del 5 per mille. Successivamente a ciò, dopo un susseguirsi di modifiche da parte delle Camere, il 6 giugno 2016, è stata emanata la L. n. 106/2016 (*Delega al Governo per la riforma del Terzo settore, dell'impresa sociale e per la disciplina del Servizio Civile Universale*), punto di riferimento per lo sviluppo dei decreti legislativi attuativi della riforma medesima. A partire dalle indicazioni della legge delega sono stati emanati decreti legislativi, riportati qui di seguito (Picciaia, 2018):

- D.Lgs. 6 marzo 2017, n. 40, *"Istituzione e disciplina del Servizio Civile Universale"* (Pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n.78 del 3 aprile 2017) in cui viene operata una riorganizzazione del servizio civile nazionale;
- D.Lgs. 3 luglio 2017, n.111, *"5 per mille"* (Pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n. 166 del 18 luglio 2017) con il quale vengono dettate le regole sull'istituto del cinque per mille dell'imposta sul reddito delle persone fisiche;
- D.Lgs. 3 luglio 2017, n. 112, *"Impresa sociale"* (Pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n. 167 del 19 luglio 2017) in cui è stata approvata la revisione della disciplina dell'impresa sociale. Il provvedimento è attuativo dell'art. 2, c. 2, lettera

- c) della L. 6 giugno 2016, n.106 e sancisce la completa abrogazione del D.Lgs. n. 155/2006;
- D.Lgs. 3 luglio 2017, n. 117, “*Codice del Terzo Settore*” (Pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n. 179 del 2 agosto 2017) in cui vengono dettate le norme relative al Codice del Terzo Settore, attuative dell’art. 1, c. 2, lettera b), della L. 6 giugno 2016, n.106.

Il lavoro di revisione apportato dal Decreto Legislativo del 3 luglio 2017, n. 117 ha delle finalità ben precise che comprendono il sostegno dell’iniziativa della cittadinanza che si appresta a perseguire il bene comune, aumentando la partecipazione attiva su tematiche di livello sociale, favorendone l’inclusione e la partecipazione, ciò viene evidenziato dagli artt. 2, 3 c. 2, artt. 4, 9, 18, 118 c. 4, della Costituzione; l’utilizzo di un sistema di registrazione per gli enti del terzo settore (sia livello regionale che nazionale), cosicché da prevedere, in quali casi le amministrazioni abbiano l’obbligatorietà di acquisire la certificazione antimafia; la denominazione di ente di terzo settore e di volontariato, sottolineandone la loro funzione (De Stefanis et al., 2019).

### *1.3.1 Novità apportate dal Codice del Terzo Settore*

Con il Codice del Terzo settore vengono abrogate diverse leggi tra cui la L. 266/1991 “*Legge quadro sul volontariato*”, L. 383/2000 “*Disciplina delle associazioni di promozione sociale*”, il decreto del Ministro del lavoro e delle politiche sociali (n. 177/2010) “*Regolamento concernente i criteri e le modalità per la concessione e l’erogazione dei contributi di cui l’art. n. 96, della L. 342/2000, in materia di utilità sociale, in favore di associazioni di volontariato e organizzazioni non lucrative di utilità sociale*”, il decreto del Ministro del tesoro dell’8 ottobre 1997, art. n. 102 “*Modalità per la costituzione dei fondi speciali per il volontariato presso le regioni*” e infine il D.Lgs. 460/1997 “*Riordino della disciplina tributaria degli enti non commerciali e delle organizzazioni non lucrative di utilità sociale*” (De Stefanis et al., 2019)

#### *1.3.1.1 Enti del Terzo Settore*

Una delle grandi novità presenti nel Codice è la categoria degli Enti del Terzo Settore (ETS), che presentano sette nuove tipologie e vengono raggruppati in un unico testo, presentati in elenco di seguito (De Stefanis et al., 2019):

- Organizzazioni di volontariato (alla loro denominazione dovranno aggiungere “ODV”);
- Associazioni di promozione sociale (APS);
- Imprese sociali (incluse le cooperative sociali);
- Enti filantropici;
- Reti associative;
- Società di mutuo soccorso;
- Altri enti (associazioni riconosciute e non, fondazioni, enti di carattere privato senza scopo di lucro diversi dalle società).

Essi sono costituiti per il «[...] perseguimento, senza scopo di lucro, di finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale mediante lo svolgimento di una o più attività di interesse generale in forma di azione volontaria o di erogazione gratuita di denaro, beni o servizi, o di mutualità o di produzione o scambio di beni o servizi [...]» (D.Lgs. 117/2017, art. 4); ed hanno l’obbligo di modificare i propri statuti, entro il 31 ottobre 2020, inserendo l’indicazione di “Ente del Terzo Settore” oppure utilizzando l’acronimo “ETS”. I soggetti che non vengono riconosciuti come ETS sono le amministrazioni pubbliche, le formazioni e le associazioni politiche, i sindacati, le associazioni professionali e di rappresentanza di categorie economiche, le associazioni di datori di lavoro, gli enti sottoposti a direzione e coordinamento o controllati dai suddetti enti (D.Lgs. 165/2001, art. 1, c. 2).

Gli enti di terzo settore esercitano, in via esclusiva o principale, una o più attività di interesse generale, che abbiano finalità di tipo solidaristico, di utilità sociale e civico. Il perseguimento di queste attività deve essere effettuato esclusivamente senza un fine di lucro, e sono considerate tali se hanno ad oggetto (De Stefanis et al., 2019):

- a) Interventi e servizi sociali;
- b) Interventi e prestazioni sanitarie;
- c) Prestazioni sociosanitarie;
- d) Educazione, istruzione e formazione professionale;

- e) Servizi per la salvaguardia e miglioramento ambientale, l'utilizzo razionale delle risorse naturali, ad esclusione della raccolta e del riciclaggio di rifiuti, tutela degli animali e prevenzione del randagismo;
- f) Interventi di tutela e valorizzazione del patrimonio culturale e del paesaggio;
- g) Formazione universitaria e post-universitaria;
- h) Ricerca scientifica di interesse sociale;
- i) Organizzazione e gestione di attività culturali, artistiche o ricreative di interesse sociale;
- j) Comunicazione a carattere comunitario;
- k) Organizzazione e gestione di attività turistiche di interesse sociale, culturale o religioso;
- l) Formazione extra-scolastica, finalizzata alla prevenzione della dispersione scolastica e allo successo scolastico e formativo;
- m) Servizi strumentali ad enti del terzo settore resi da enti composti in misura non inferiore al settanta per cento da enti del terzo settore;
- n) Cooperazione allo sviluppo;
- o) Commercio equo e solidale;
- p) Servizi finalizzati all'inserimento o al reinserimento nel mercato del lavoro dei lavoratori;
- q) Alloggio sociale e ogni altra attività di carattere residenziale temporaneo diretta a soddisfare bisogni sociali, sanitari, culturali, formativi o lavorativi;
- r) Accoglienza umanitaria ed integrazione sociale di stranieri;
- s) Agricoltura sociale;
- t) Organizzazione e gestione di attività sportive dilettantistiche;
- u) Beneficenza, sostegno a distanza, o erogazione di denaro, beni o servizi a sostegno di persone svantaggiate o di attività di interesse generale;
- v) Promozione della pace tra i popoli, della nonviolenza e della difesa non armata;

- w) Promozione e tutela dei diritti umani e dei diritti civili;
- x) Cura di procedure di adozione internazionale;
- y) Protezione civile;
- z) Riqualificazione di beni pubblici inutilizzati o di beni confiscati alla criminalità organizzata.

### *1.3.1.2 Registro Unico Nazionale*

All'articolo 11 del Codice del Terzo Settore, viene stabilito che gli enti del terzo settore devono iscriversi al Registro Unico Nazionale del Terzo Settore, istituito presso il Ministero del lavoro e delle politiche sociali, gestito operativamente dalle Regioni e Province autonome. Come espresso dall'art. 45, c. 2, il registro è pubblico ed è accessibile da tutti i soggetti ad esso interessati, questa sua natura pubblica rende possibile la trasparenza ad informazioni relative a soggetti, che iscrivendosi al registro, possano percepire fondi pubblici o a ricevere determinati benefici. Il Registro all' art. 46, c. 1 viene diviso in sette sezioni (Organizzazioni di volontariato, associazioni di promozione sociale, enti filantropici, imprese sociali incluse le cooperative sociali, reti associative, società di mutuo soccorso, altri enti del terzo settore), ogni ente si orienta verso una precisa connotazione, al fine di evitare una contemporanea iscrizione a più sezioni; l'unico ente che si comporta in via eccezionale sono le reti associative che possono avere composizioni varie e possono inglobare enti tra loro disomogenei (Mazzullo, 2017).

Per poter iscrivere l'ente al RUNTS, il rappresentante legale o l'ente associativo deve presentare domanda presso il Registro della Regione o della Provincia cui l'ente ha sede legale, dopodiché vengono depositati tutti i documenti necessari (l'atto costitutivo, lo statuto ed eventuali allegati), indicando la specifica sezione cui l'ente richiede l'iscrizione. L'ufficio competente verifica le condizioni previste dal Codice, per la costituzione dell'ente del terzo settore e la propria iscrizione al Registro; entro sessanta giorni dalla presentazione della domanda per l'iscrizione al Registro, l'ufficio può iscrivere il suddetto ente, rifiutare l'iscrizione motivandone la scelta oppure sollecitare l'ente ad integrare la documentazione necessaria alla domanda d'iscrizione. Per ciascun ente, iscritto al Registro unico nazionale, devono essere presenti i seguenti elementi (Mazzullo, 2017):

- La denominazione;

- La forma giuridica;
- La sede legale;
- La data di costituzione;
- L'oggetto delle attività di interesse generale, il codice fiscale o la partita IVA;
- Il possesso della personalità giuridica e il patrimonio minimo;
- Le generalità dei soggetti che hanno la rappresentanza legale dell'ente;
- Le generalità dei soggetti che ricoprono cariche sociali con indicazioni di poteri e limitazioni.

L'iscrizione al Registro è obbligatoria per accedere a delle agevolazioni fiscali e permette di costruire rapporti con le pubbliche amministrazioni per lo svolgimento in favore di terzi di attività di interesse generale. È importante che i rendiconti e i bilanci dell'ente siano depositati entro trenta giorni dalla loro approvazione devono essere depositati entro il 30 giugno di ogni anno ed entro trenta giorni decorrenti da ciascuna modifica, devono essere pubblicate le informazioni aggiornate e depositati gli atti, incluso l'eventuale riconoscimento della personalità giuridica, di ciò se ne occupano gli amministratori dell'ente che in caso di violazione si applicano delle sanzioni tra cui una sanzione amministrativa pecuniaria che ad oggi varia dai 103 euro a 1.032 euro; se la denuncia, la comunicazione o il deposito avvengono nei 30 giorni successivi alla scadenza dei termini prescritti sono previste sanzioni amministrative in caso di violazione della disciplina.

#### *1.3.1.3 Bilancio d'esercizio*

Un altro punto fondamentale del Codice del Terzo Settore riguarda l'obbligatorietà da parte degli ETS della redazione del bilancio d'esercizio formato dallo stato patrimoniale, dal rendiconto gestionale e dalla relazione di missione. Nel caso in cui le rendite, proventi o entrate siano inferiori a 220.000,00 euro, tale bilancio può essere redatto nella forma del rendiconto finanziario per cassa seguendo la modulistica approntata dal Ministero del lavoro e delle politiche sociali. Gli enti del terzo settore che esercitano la propria attività esclusivamente in forma di impresa commerciale, devono depositare il bilancio d'esercizio, redatto, presso il Registro delle imprese, mentre quelli non iscritti al suddetto Registro, lo depositeranno presso il Registro unico nazionale del terzo settore (De Stefanis et al., 2019).

Lo schema dello stato patrimoniale non è molto diverso da quello adottato dalle società ma presenta alcune modifiche ed aggiustamenti che tengono conto della peculiarità della struttura del patrimonio degli enti no profit. Il rendiconto finanziario tratta di proventi ed oneri e non di costi e ricavi; per quanto riguarda i proventi vi è da fare una distinzione tra i ricavi generati da scambi contrattuali, dai proventi derivanti da donazioni, lasciti e contribuzioni. I ricavi, che sono frutto degli scambi di mercato, non sono funzione dei prezzi praticati mediamente, ma, fissati su valori inferiori per lo scopo sociale dell'ente senza scopo di lucro. La funzione del rendiconto deve rappresentare il risultato della gestione di periodo dell'ente, che può essere o positivo o negativo, ma deve soprattutto esporre mediante il confronto tra proventi e ricavi da una parte, costi e oneri dall'altra, dell'esercizio di competenza, il modo in cui si è giunti al risultato di sintesi (Mazzullo, 2017).

La relazione di missione è un documento in cui gli amministratori, dell'ente, espongono e commentano le attività svolte nell'esercizio oltre che le prospettive sociali; in definitiva è un giudizio espresso dagli stessi sui risultati conseguiti, al fine di determinare come sarà distribuito il risultato in caso di bilancio positivo, e la copertura con provvedimenti relativi in caso di conseguimento negativo. La relazione di missione è importante in quanto fornisce informazioni riguardanti tre ambiti principali, che sono: missione ed identità dell'ente, attività istituzionali per il perseguimento diretto della missione, attività strumentali per il perseguimento della missione istituzionale (Mazzullo, 2017).

#### *1.3.1.4 Bilancio sociale e Impatto sociale*

Gli enti del Terzo Settore, a seconda dell'ammontare delle proprie entrate, cambiano gli adempimenti, se possiedono entrate superiori ad 1.000.000 di euro sono tenuti a redigere il bilancio sociale che è uno strumento di informazione e trasparenza, viene messo a disposizione degli stakeholders e riguarda informazioni circa le attività svolte, i risultati sociali conseguiti dall'ente nell'anno; è utile, inoltre, all'organizzazione per una valutazione e controllo dei risultati conseguiti e che può contribuire ad una gestione più efficace e coerente con i valori e la missione. La redazione del bilancio sociale è auspicabile per tutti gli enti poiché è funzionale a dimostrare l'impatto della propria attività sulla società, al fine di attrarre nuovi donatori che possano fornire finanziamenti di natura pubblica e/o privata. Tale bilancio deve essere redatto secondo le "*Linee guida per la redazione del bilancio sociale degli enti del terzo settore*" (D.M. 186/2019) e

depositato presso il Registro unico nazionale e pubblicato sul sito internet dell'ente; inoltre gli enti del terzo settore, nel caso in cui denunciino entrate superiori ai 100.000 euro annui, devono pubblicare annualmente e tenere aggiornato nel proprio sito gli eventuali compensi o corrispettivi a qualsiasi titolo attribuiti agli associati, ai componenti degli organi di amministrazione e ai dirigenti. Da tutto ciò si evince che il bilancio sociale dovrà confrontarsi con la misurazione e la valutazione dell'impatto sociale. La finalità del decreto è quella di definire metodologie e criteri utili agli ETS per la valutazione dei risultati raggiunti, e rendere partecipi gli stakeholders di tutte le attività svolte dall'ente, in particolare il valore aggiunto e i cambiamenti sociali prodotti dall'organizzazione e la sostenibilità delle azioni introdotte. La valutazione dell'impatto sociale deve impiegare metodi quantitativi e qualitativi, basandosi su un sistema di indicatori da poter inserire nel bilancio sociale (Montanini et al., 2020).

Come viene espresso dalle *“Linee guida per la realizzazione di sistemi di valutazione dell'impatto sociale delle attività svolte dagli enti del Terzo settore”* nel D.M. n. 214/2019, la valutazione dell'impatto sociale segue i principi di:

«Intenzionalità: il sistema di valutazione dei risultati deve essere connesso alla valutazione di obiettivi strategici dell'organizzazione; rilevanza: inclusione di informazioni utili a dare evidenza all'attività di interesse generale svolta dall'ente e della dimensione comunitaria dell'attività svolta; affidabilità: le informazioni devono essere precise, veritiere ed eque, con specifica indicazione delle fonti dei dati; misurabilità: le attività oggetto di valutazione che possono essere ricondotte a parametri quantitativi devono essere opportunamente misurate. A tal fine, gli ETS dovranno prevedere un sistema di valutazione che identifichi le dimensioni di valore che le attività perseguono e gli indici e gli indicatori coerenti con le attività oggetto della valutazione; comparabilità: restituzione dei dati che consenta la comparabilità nel tempo; trasparenza e comunicazione: restituzione pubblica della valutazione di impatto e del processo partecipativo degli stakeholders».

Nella pubblicazione della valutazione dell'impatto sociale si devono riportare delle dimensioni che riguardano innanzitutto l'importanza del processo di partecipazione degli stakeholders, che possono essere interni o esterni all'ente, il quale deciderà autonomamente le modalità in cui verranno raccolte le opinioni e il monitoraggio degli impatti tra i propri principali stakeholders; le attività svolte che rispondono ai bisogni

delle persone su un determinato territorio, in base agli obiettivi di interesse generale dell'ente; i servizi che hanno una standardizzazione di costo e di regolamentazione; progetti che sono di carattere non continuativo e di durata prestabilita, possono influenzare i risultati delle attività e dei servizi; gli input considerati come risorse umane e finanziarie impiegate, fattori produttivi, fattori propri e di terzi; i prodotti, beni e servizi (output) derivanti dalle attività; gli outcome che sono i risultati indiretti generati dall'attività svolta, che ha influenzato i soggetti in un determinato contesto sociale e territoriale. Infine il processo di valutazione deve essere articolato in cinque fasi di misurazione che comprendono l'analisi dei bisogni e del contesto, con forme di partecipazione degli stakeholders; la progettazione degli obiettivi di impatto; rispetto agli obiettivi predeterminati e gli aspetti di intervento, si devono analizzare le attività, la scelta metodologia, di strumento e di tempistica della misurazione; la valutazione cui si attribuisce un significato quantitativo alla misurazione utilizzata o esprimibile qualitativamente; la comunicazione della risultanza della valutazione, che comporrà le fondamenta per una futura riformulazione di strategie ed obiettivi che l'ente si porrà come fine per le prossime iniziative (Montanini et al., 2020).

## **1.4 Le Associazioni**

### *1.4.1 Atto costitutivo e personalità giuridica di un'associazione*

Nel D.Lgs. n. 117/2017, art. 21 viene esaminato l'atto costitutivo di un'associazione del terzo settore, in esso devono essere indicate la denominazione dell'ente; le finalità perseguite devono essere solidaristiche, di utilità sociale e civiche, con la precisazione dell'assenza di scopo di lucro; l'attività di interesse generale che comprende l'oggetto sociale; la sede legale dell'ente e il proprio patrimonio iniziale ai fini del possibile riconoscimento della personalità giuridica; le norme sull'ordinamento, l'amministrazione e la rappresentanza dell'ente; i diritti e gli obblighi degli associati, i requisiti necessari per l'ammissione di nuovi associati e la procedura corrispondente secondo principi di non discriminazione, coerenti sempre con le finalità e le attività perseguite da esso; la nomina dei componenti degli organi sociali obbligatori e del soggetto deputato alla revisione dei conti; nel caso di scioglimento o di estinzione dell'ente, le norme riguardanti la devoluzione del patrimonio residuo e, se prevista, la durata di vita dell'ente. Lo statuto, in quanto riguardante le norme attinenti al funzionamento dell'ente, è parte sostanziale dell'atto costitutivo.

Nell'art. 22 del suddetto Decreto Legislativo, è illustrato il modo in cui un'associazione può acquistare personalità giuridica, ciò è possibile tramite l'iscrizione al Registro unico nazionale del terzo settore. Un'associazione deve recarsi presso il notaio, il quale, per poter depositare l'atto costitutivo della suddetta, verifica la sussistenza delle condizioni previste dalla legge per la costituzione dell'ente, delle disposizioni riguardanti la sua natura e il patrimonio minimo, dopodiché entro venti giorni deve depositarlo presso il competente ufficio del RUNTS, richiedendo l'iscrizione dell'associazione, successivamente l'Ufficio, verifica la regolarità della documentazione e iscrive l'ente nel Registro. Nella possibilità in cui il notaio non dovesse ritenere valide le condizioni per la costituzione dell'ente o il patrimonio minimo, comunica tempestivamente la decisione ai fondatori o agli amministratori, non oltre trenta giorni. I fondatori (o gli amministratori), entro trenta giorni dalla ricevuta comunicazione da parte del notaio, possono richiedere l'iscrizione al Registro unico nazionale, facendo domanda all'Ufficio del Registro competente. Se nel termine di sessanta giorni, dalla suddetta domanda, l'Ufficio non chiede che venga integrata con ulteriore documentazione o non provvede all'iscrizione, essa si intende negata. Per quanto riguarda il patrimonio minimo, che le associazioni devono possedere per poter possedere la personalità giuridica, non deve essere inferiore ai 15.000 euro di liquidità, se questo dovesse riguardare beni diversi dal denaro, il valore deve risultare da una relazione giurata, allegata all'atto costitutivo, di un revisore legale. Nel caso in cui il patrimonio minimo fosse diminuito di oltre un terzo, l'organo di amministrazione (e nel caso sua inerzia, l'organo di controllo) deve convocare l'assemblea per decretare l'associazione come non riconosciuta, la fusione o lo scioglimento dell'ente.

#### *1.4.2 Gli organi sociali di un'associazione*

Un'associazione riconosciuta o non riconosciuta ha la necessità di avere al suo interno degli organi sociali per il buon funzionamento della stessa. Questi, che verranno approfonditi nei sotto paragrafi successivi, sono l'organo assembleare, l'organo amministrativo e l'organo di controllo.

##### *1.4.2.1 Assemblea*

Per quanto riguarda l'organo assembleare, se ne fa riferimento nella disciplina speciale del Terzo Settore, dove viene espressa la necessità di questo tipo di organo e di regole per il suo giusto funzionamento, con la finalità di avere internamente una giusta democrazia;

l'art. 24 prevede e disciplina sia per le associazioni riconosciute, sia per quelle non riconosciute, la funzionalità e le regole dell'assemblea degli associati. L'art. 2 della Costituzione è molto importante in questo contesto, poiché il principio di democraticità è inderogabile e all'interno di un'associazione deve vigere il rispetto del principio maggioritario e di parità di trattamento degli associati; quindi, non sarebbero ammessi al proprio interno categorie diverse di associati (come per esempio benefattori, sostenitori, fondatori etc.), cui far coincidere maggiori o minori poteri amministrativi o decisionali. Sempre facendo riferimento all'art. 24, il c. 1 precisa che il diritto di voto appartiene all'associato che sia iscritto da almeno tre mesi, il c. 2 stabilisce che ogni associato ha diritto di voto, introducendo inoltre che l'atto costitutivo o lo statuto possono assegnare agli associati più voti, fino ad un massimo di cinque, in proporzione al numero degli associati dell'ente. Il c. 5, si riferisce alle associazioni con più di 500 soci, prevedendo delle assemblee separate, attuando così, una democrazia indiretta, rendendone efficace il governo di una associazione che sia consistente per numero di associati. Le assemblee separate, vengono differenziate per materia, territorio o categorie di associati; eleggono i propri delegati che andranno a formare l'assemblea generale dei delegati, che lavora in sostituzione dell'assemblea generale degli associati. Per quanto concerne il funzionamento dell'assemblea e di voto, nel c. 3 del suddetto articolo, viene disciplinata la delega per il voto, esigendo la forma scritta e un limite massimo che varia a seconda di quanti soci fanno parte dell'ente interessato. Al c. 4, viene concesso allo statuto di prevedere l'intercessione dell'assemblea anche tramite mezzi di telecomunicazione, come anche la comunicazione del voto tramite corrispondenza o in via elettronica, dove però ci sia la possibilità di verificare l'identità del votante. Nell'art. 25, c.1 vengono elencate le competenze inderogabili dell'assemblea, in cui «nomina e revoca i componenti degli organi sociali; nomina e revoca il soggetto incaricato della revisione legale dei conti; approva il bilancio; delibera sulla responsabilità dei componenti degli organi sociali e promuove azione di responsabilità nei loro confronti; delibera sull'esclusione degli associati, se l'atto costitutivo o lo statuto non attribuiscono la relativa competenza ad altro organo eletto dall'assemblea stessa; delibera sulle modificazioni dell'atto costitutivo o dello statuto; approva l'eventuale regolamento dei lavori assembleari; delibera lo scioglimento, la trasformazione, la fusione o la scissione dell'associazione; delibera sugli altri oggetti attribuiti dalla legge, dall'atto costitutivo o dallo statuto alla sua competenza».

### Ammissione associati

Come si evince all'art. 23, c. 1, 2, 3, 4, un nuovo associato, per essere ammesso, deve fare richiesta all'associazione (riconosciuta o non riconosciuta), l'avvenuta conferma di ammissione, verrà eseguita dall'organo di amministrazione, nel caso in cui l'atto costitutivo o lo statuto non dispongano diversamente, viene poi comunicato l'esito al richiedente e annotato nel libro degli associati. Nell'eventualità in cui vi sia un rigetto da parte dell'associazione, l'organo competente deve, entro sessanta giorni, motivare la decisione e comunicarla agli interessati; il richiedente, entro sessanta giorni dall'avvenuta comunicazione di rigetto, può chiedere che su tale decisione, si pronunci l'assemblea o un altro organo eletto dalla stessa.

#### *1.4.2.2 Organo di Amministrazione e Organo di Controllo*

L'art. 26 tratta la nomina dell'organo di amministrazione, che viene effettuata dall'assemblea. Al c. 2 viene stabilito che la maggioranza degli amministratori sia scelta tra i soggetti associati, indicate dagli enti giuridici associati; per gli amministratori (come da art. 2382 c.c.) si applicano le cause di ineleggibilità e decadenza. Il c. 3 dà la possibilità all'atto costitutivo o allo statuto di subordinare l'assunzione della carica di amministratore che possieda requisiti di onorabilità, professionalità ed indipendenza, facendo riferimento anche a requisiti previsti dai codici di comportamento stilati da associazioni di rappresentanza o reti associative. Il c. 4 stabilisce che tramite atto costitutivo o statuto, venga scelto uno o più amministratori che provengano da diverse categorie di associati, cosicché vi sia una gestione partecipata da tutti gli stakeholders dell'ente del Terzo Settore. Il c. 5 consente di attribuire a soggetti esterni, a lavoratori o utenti, di nominare in via extra-assembleare, uno o più amministratori, la nomina è soggetta in via esclusiva all'assemblea e vi è un limite ben preciso della quantità degli amministratori all'interno di un'associazione, come viene espresso al c. 2. Gli amministratori, entro trenta giorni dalla loro nomina, devono chiederne l'iscrizione nel Registro unico nazionale del terzo settore. Il potere di rappresentanza che ottengono è generale e le limitazioni di questo potere non sono opponibili ai terzi se non sono iscritte al RUNTS o se non si prova che terzi ne erano a conoscenza. Infine, l'art. 29 tratta dell'azione di denuncia al Tribunale di cui l'art. 2409 c.c. si fa rinvio; i soggetti che hanno una legittimazione processuale attiva rispetto a questa azione di denuncia sono gli associati (se rappresentano un decimo del totale), l'organo di controllo che può agire

anche su iniziativa delle minoranze degli associati, l'organo di revisione legale e il Pubblico Ministero.

Nel Codice del Terzo Settore, agli artt. 30 e 31 vengono trattati l'organo interno di legalità e della revisione legale dell'ente. La nomina di un organo di controllo è obbligatoria quando vengono superati per due esercizi consecutivi due dei seguenti limiti che sono il totale dell'attivo dello stato patrimoniale di 110.000,00 euro; ricavi, rendite, proventi, entrate denominate di 220.000,00 euro; dipendenti occupati in media durante l'esercizio di 5 unità. Per nominare un revisore legale dei conti, deve essere iscritto nell'apposito registro, e deve esserci un superamento per due esercizi consecutivi due dei seguenti limiti che sono il totale dell'attivo dello stato patrimoniale di 1.100.000,00 euro; ricavi, rendite, proventi, entrate di 2.200.000,00 euro e 12 unità di dipendenti occupati in media durante l'esercizio. I componenti di tali organi devono possedere dei requisiti di indipendenza di cui all'art. 2399 c.c. e devono essere scelti tra i soggetti di cui all'art. 2397 c.c.. l'organo di controllo ha la funzione di vigilare sull'osservanza della legge e dello statuto; sul rispetto dei principi di corretta amministrazione; sull'adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile e sul suo concreto funzionamento. Inoltre, può attuare un controllo contabile nel caso in cui non venga nominato un soggetto incaricato della revisione legale dei conti. Esercita poi compiti di monitoraggio dell'osservanza delle finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale, avuto riguardo delle disposizioni degli artt. 5, 6, 7, e 8 e attesta che il bilancio sociale sia stato redatto in conformità alle linee guida di cui all'art. 14. In conclusione, il comma 8 attribuisce specifici poteri quali il procedere in qualsiasi momento ad atti di ispezione e controllo e quindi chiedere agli amministratori notizie sull'andamento delle operazioni sociali o su determinati affari.

#### *1.4.3 I libri sociali obbligatori*

Un obbligo amministrativo molto importante, che viene espresso all'art. 15 del D.Lgs. n. 117/2017, riguarda l'obbligatorietà, per gli enti del Terzo settore, di redigere i libri sociali che registrano la vita associativa dell'ente, dei suoi associati e delle sue decisioni; i libri obbligatori sono tre e fanno riferimento agli associati o aderenti, alle adunanze e alle deliberazioni delle assemblee (dove vengono trascritti i verbali redatti per gli atti pubblici), alle adunanze o deliberazioni degli organi di amministrazione, controllo e di eventuali altri organi sociali. Viene chiarito dalla Relazione illustrativa del Governo, che ciascun ente deve possedere i libri che siano compatibili con la propria forma giuridica. I

libri obbligatori possono venire consultati dagli associati, seguendo le regole stabilite dall'atto costitutivo e dallo statuto, presenti nella norma. Il libro dei volontari è un altro libro essenziale per la vita associativa di un'associazione, come si evince all'art. 17, c. 1 del suddetto Decreto Legislativo; gli enti possono avere volontari che si prestano nello svolgimento delle attività, previa iscrizione in un apposito registro dove viene specificata la frequenza non occasionale della propria prestazione. Il libro ha una considerevole rilevanza poiché il suo fine è quello di distinguere i diversi tipi di prestazione, che siano di lavoro dipendente, autonomo o gratuito; in materia di assicurazione agevola i controlli dal punto di vista dell'obbligatorietà assicurativa dei volontari, previsto dall'art. 18.

### **1.5 Le Associazioni di Promozione Sociale (APS)**

Le associazioni di promozione sociale vennero introdotte per la prima volta con la L. n. 328/2000 "*Legge quadro per la realizzazione del sistema integrato di interventi sociali*", con funzioni riguardanti la programmazione, organizzazione e gestione di servizi sociali. La L. n. 383/2000 ne fornisce una definizione «sono considerate associazioni di promozione sociale le associazioni riconosciute e non riconosciute, i comitati, i movimenti, i gruppi e i loro coordinamenti o federazioni costituiti al fine di svolgere attività di utilità sociale a favore di associati o di terzi, senza finalità di lucro e nel pieno rispetto della libertà e dignità degli associati». Con l'entrata in vigore del Codice del Terzo Settore, le APS si collocano all'interno dell'ambito delle particolari categorie di enti del Terzo settore, le speciali caratteristiche vengono trattate negli artt. 35 e 36 del Codice. Nell'art. 4 vengono riconosciute come parte di quegli enti speciali, soggetti legittimi che rispondono alle finalità e ai principi indicati negli artt. 1 e 2, determinando le loro condizioni generali «Sono enti del Terzo settore [...] le associazioni di promozione sociale [...] costituiti per il perseguimento, senza scopo di lucro, di finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale mediante lo svolgimento di una o più attività di interesse generale in forma di azione volontaria o di erogazione gratuita di denaro, beni o servizi, o di mutualità o di scambio di beni o servizi, ed iscritti nel registro unico nazionale del terzo Settore». Esse traggono le proprie indicazioni generali dai Titoli II del Codice e trovano la propria specificità negli articoli 35 e 36, nel Titolo V, dedicato alle particolari categorie di enti del Terzo settore. Nell'art. 35 vengono descritte le caratteristiche che un'associazione di promozione sociale deve possedere tra cui la costituzione in forma di associazione riconosciuta o non riconosciuta, devono essere formate da almeno n. 7 persone o da n. 3 APS, Se per qualche motivo i soci diminuiscono fino a diventare meno

di 7, c'è tempo un anno per reintegrare la base associativa, oppure spostarsi in altre sezioni del Registro del Terzo Settore, inoltre devono svolgere l'attività di interesse generale in favore dei propri associati, di loro familiari o di terzi, avvalendosi dell'attività di volontariato dei propri associati. Possono prevedere l'ammissione come associati di altri ETS o altri senza scopo di lucro, a condizione che il loro numero sia inferiore al cinquanta per cento del numero delle APS associate e infine possono contenere nella denominazione sociale, l'acronimo APS o ETS. Con l'art. 36 si è previsto che le APS possano assumere lavoratori dipendenti o avvalersi di prestazioni di lavoro autonomo o di altra natura, solo quando ciò è necessario per lo svolgimento dell'attività di interesse generale e al perseguimento delle finalità, è possibile inoltre stabilire dei rapporti di collaborazione, ricorrendo anche ai propri associati (Auriscchio, 2018). L'art. 35, c. 2 del CTS riprende la formulazione dell'art. 2, c. 3 della L. n. 383/2000 dove viene decretato che «non possono essere associazioni di promozione sociale i circoli privati e le associazioni che dispongano di limitazioni riguardanti le condizioni economiche e discriminazioni in relazione all'ammissione degli associati, o prevedendo il trasferimento della quota associativa o che collegano la partecipazione sociale alla titolarità di azioni o quote di natura patrimoniale».

Le attività che possono svolgere le associazioni di promozione sociale, sono individuate nelle aree di interesse generale trattate nell'art.5 del D.Lgs. 117/2017. Possono inoltre svolgere e organizzare (anche in forma di impresa): «attività diverse in via strumentale e secondaria e non prevalente; raccolta fondi per le attività di interesse generale; raccolta fondi speciali svolte senza l'impiego di mezzi organizzati professionalmente per fini di concorrenzialità di mercato; vendita senza intermediari di beni acquisiti da terzi a titolo gratuito a fine di sovvenzione; cessioni di beni prodotti dagli assistiti e dai volontari, a patto che la vendita sia curata direttamente dall'organizzazione; somministrazione di alimenti e bevande in occasione di raduni, manifestazioni, celebrazioni e simili a carattere occasionale; gestione del proprio patrimonio, mobiliare e immobiliare; somministrazione di alimenti e bevande, anche a fronte del pagamento di corrispettivi specifici, se si tratta di associazioni iscritte all'apposito registro per le cui finalità assistenziali sono riconosciute dal Ministero dell'Interno; organizzazione di viaggi e soggiorni turistici, quest'ultime due voci devono essere attività strettamente complementari a quelle svolte

in diretta attuazione degli scopi istituzionali; essere rivolte ai soci e ai loro famigliari; non essere pubblicizzate a soggetti terzi»<sup>3</sup>.

Per quanto riguarda il rapporto con le amministrazioni pubbliche (art. 75, del D.Lgs. n.117/2017), esse possono sottoscrivere con le associazioni di promozione sociale, iscritte da almeno sei mesi nel Registro Unico Nazionale, delle convenzioni riguardanti lo svolgimento in favore di terzi di attività o servizi sociali di interesse generale, nel caso in cui siano più favorevoli rispetto al ricorso al mercato. Nel caso in cui ci siano attività convenzionate con gli enti pubblici, è consentito solo il rimborso di spese sostenute e documentate. Per quanto concerne il rimborso dei costi indiretti, deve essere attribuito alla quota parte relativa all'attività in oggetto della convenzione.

Dal punto di vista del regime fiscale, come viene espresso all'art. 85, del D.Lgs. n. 117/2017: «[...] Per le associazioni di promozione sociale sono considerate attività non commerciali le attività istituzionali svolte dietro corrispettivo specifico nei confronti degli associati e dei familiari conviventi degli stessi; o degli associati di altre associazioni che svolgono la medesima attività, o nei confronti di enti composti in misura non inferiore al 70% da enti del terzo settore; le cessioni anche a terzi di proprie pubblicazioni cedute prevalentemente agli associati e a familiari e ai conviventi degli stessi verso pagamento di corrispettivi specifici, se in attuazione di scopi istituzionali; la somministrazione di alimenti e bevande effettuata presso le sedi in cui viene svolta l'attività istituzionale da bar ed esercizi similari; l'organizzazione di viaggi e soggiorni turistici quando sono attività strettamente complementari alle attività istituzionali ed effettuate nei confronti degli associati, familiari e conviventi, e non si avvalgono di strumenti pubblicitari/diffusione di informazioni a terzi, diversi dagli associati; le attività di vendita di beni acquistati da terzi a titolo gratuito a fini di sovvenzione, se la vendita è curata direttamente dall'organizzazione e sia svolta senza l'impiego di mezzi organizzati professionalmente per fini di concorrenzialità sul mercato. Le APS possono svolgere attività commerciali, ai fini delle imposte sui redditi le cessioni di beni nuovi prodotti per la vendita; le somministrazioni di pasti; le erogazioni di acqua, gas, energia elettrica e vapore; le prestazioni alberghiere, di alloggio, di trasporto e di deposito e le prestazioni di servizi portuali e aeroportuali; le prestazioni effettuate nell'esercizio delle seguenti attività: gestione di spacci aziendali e di mense; organizzazione di viaggi e soggiorni

---

<sup>3</sup> Informazioni da: <https://www.associare.it/post/riforma-del-terzo-settore-la-nuova-associazione-di-promozione-sociale>

turistici; gestione di fiere ed esposizioni a carattere commerciale; pubblicità commerciale; telecomunicazioni e radiodiffusioni circolari [...]».

## CAPITOLO II

### GLI SPAZI INDIPENDENTI: ANALISI STORICA, SVILUPPO E CRITICITÀ

È difficile poter dare una spiegazione univoca di che cosa esattamente siano gli spazi indipendenti, poiché ogni spazio è come un'impronta digitale: unica nel suo genere ma che punta tutto il suo essere nell'arte contemporanea e nel dare un palcoscenico ai giovani artisti che si avvicinano per la prima volta a questo settore. Possiamo definirli come dei trampolini di lancio per la carriera di un artista ma non è così, il rapporto tra artista e spazio può continuare negli anni, essendo esso una "comfort zone" pronta ad accogliere al suo interno le idee di chi vuole esprimere il suo essere con la propria arte. Per poter cercare di dare un significato univoco di "spazio indipendente" è importante capire dove poggia le proprie radici, analizzando la sua evoluzione storica soffermandosi sugli spazi che caratterizzano e hanno caratterizzato l'ambito italiano. Dopo aver dato una definizione sugli spazi indipendenti, in quale contesto operino e quale ruolo abbiano nell'arte contemporanea, è importante cercare di capire come possano sostenere, dal punto di vista economico, progetti artistici, curatoriali e soprattutto come possano continuare ad esistere nel lungo termine.

#### 2.1 La nascita degli spazi indipendenti

##### 2.1.1 Hogarth Club

Gli spazi indipendenti hanno radici molto profonde nella storia dell'arte, infatti si fa risalire il primo spazio indipendente al 1858, con la nascita dell'*Hogarth Club*, in Inghilterra (Fossati, 2010); questo club era stato costituito dagli artisti che avevano fatto parte della *Confraternita dei Preraffaelliti*; essi rifiutavano ogni forma di tradizione nelle loro opere. Per questo motivo la *Royal Society* non diede mai la possibilità di esporre all'interno delle mostre annuali, evitando di dare ufficialità e istituzionalizzare la *Confraternita*. Successivamente grazie ai due artisti Dante Gabriel Rossetti e Ford Madox Brown, venne creato l'*Hogarth Club*, uno spazio non istituzionalizzato che dava la possibilità agli artisti di esporre il proprio lavoro. Il *Club* era sia un luogo espositivo sia un luogo di ritrovo utilizzato anche per realizzare riunioni. L'amministrazione interna era data dalla suddivisione dei membri per titoli professionali (come ad esempio Artisti e non-Artisti, Residenti e non-Residenti). Al *Club* appartiene la denominazione di spazio

indipendente poiché gli artisti avevano la possibilità di scambiarsi idee, collaborare e mettendo da parte le loro visioni differenti per unirsi sotto l'idea di un progetto comune appunto l'*Hogarth Club* (Cherry, 1980).

### 2.1.2 I secessionisti

In Francia, nel XIX secolo, molti artisti francesi si erano ribellati alle norme canoniche dell'Accademia, cosicché nel 1890 crearono la *Société Nationale des Beaux-Arts*, dove realizzavano annualmente una mostra chiamata il *Salon de Champ-de-Mars* (Davies, 2009). Esempio questo di rottura, nei confronti delle organizzazioni artistiche accademiche, che in quel periodo avveniva in molti Paesi come si può evincere dall'esperienza della Secessione viennese, di Monaco e di Berlino. Gli artisti di Monaco furono i primi ad allontanarsi dalle organizzazioni accademiche e dal 1892 perseguirono una continua ricerca di nuove modalità di espressione artistica, rifiutando lo stile classico dell'epoca. Furono il primo gruppo a creare un'associazione indipendente: i loro principi si basavano sull'idea che un artista non doveva essere imprigionato da ideali superati ma poter sperimentare e dare libero spazio alla propria creatività. Essi erano sostenuti finanziariamente da un'organizzazione formata da importanti investitori. Per quanto concerne La Secessione berlinese, essa avvenne nel 1898 con procedure simili a quella degli artisti a Monaco (Fossati, 2010).

A Vienna, si formò l'*Associazione degli Artisti Visivi della Secessione di Vienna* e a differenza degli altri gruppi, essi non erano uniti sotto un unico stile artistico ma erano presenti forme d'arte eterogenee; l'idea era quella di creare un nuovo stile che non fosse influenzato dal periodo storico in cui essi vivevano. La loro sede era situata in un edificio denominato *Palazzo della Secessione* (definito anche *Secession*), sul cui ingresso era scolpito il pensiero comune che rappresentava questi artisti rivoluzionari "Ad ogni epoca la sua arte e all'arte la sua libertà". In epoca recente *Secession* ha cambiato forma diventando la più antica galleria indipendente d'arte contemporanea, dove il programma espositivo viene deciso, democraticamente, dagli artisti che sono membri dell'Associazione, selezionandolo unicamente su dei parametri di natura artistica. Uno degli obiettivi prioritari dell'Associazione è dare spazio e mostrare al pubblico l'arte austriaca ed internazionale; la continua sperimentazione artistica è caratteristica fondamentale della galleria (Fossati, 2010).

### 2.1.3 *Kunsthalle Bern*

La prima struttura museale dedicata totalmente all'arte contemporanea è la *Kunsthalle Bern* aperta nel 1918 gestita da artisti facenti parte della *Società degli Artisti Bernesi*, nata nel 1866, con l'intento di garantire un sostegno economico agli artisti, organizzare mostre, editare una rivista di settore e porre i membri al centro del dibattito politico riguardante la cultura. Gli artisti che si occupavano della *Kunsthalle* adottarono un metodo scientifico per l'organizzazione della struttura e degli eventi; un elemento che si discostava dagli altri spazi considerati indipendenti era la nomina di un direttore-curatore che si occupava dell'organizzazione delle mostre ed eventi (Carusto et al., 2012).

La *Kunsthalle* ebbe sempre un profilo culturale ed artistico altissimo ma per molto tempo rimase un'organizzazione statica e focalizzata su artisti locali e nazionali. Nel 1961 ci fu la svolta da parte degli artisti membri dove elessero come direttore Harald Szeemann, curatore svizzero. Szeemann che rivoluzionò l'organizzazione programmandola fino a 15 mostre all'anno proponendo, oltre al lavoro degli artisti svizzeri, anche quello di importanti artisti europei. La collaborazione dello *Stedelijk* di Amsterdam portò alla visibilità delle opere di artisti americani come, ad esempio, Andy Warhol e Roy Lichtenstein. Durante la sua permanenza alle *Kunstalle*, Szeemann fu il primo a dare la possibilità a Christo di impacchettare un edificio, inoltre organizzò molte personali di artisti e la prima retrospettiva di Morandi. Durante gli anni di vita della *Kunstalle* vennero fatte diverse modifiche innovative all'edificio: nel 1989 fu creata una sala informazioni che venne ridisegnata periodicamente da un'artista e nel 1998 si inaugurò una sala per le video proiezioni, con un curatore indipendente (Millet, 2007).

### 2.1.4 *SoHo*

A New York negli anni '50 e all'inizio dei '60 del Novecento, vi fu un'apertura massiccia di gallerie da parte di numerosi artisti, che operavano nel Lower East Side di Manhattan, questo gruppo di gallerie venne nominato come *Tenth Street Galleries*. Le gallerie, aperte e gestite da artisti, operarono con bilanci molto bassi spesso senza alcun personale collaborando alla realizzazione e al mantenimento di più gallerie. Le *Tenth Street Galleries* erano prevalentemente gallerie d'avanguardia e alternative a quelle che si trovavano a Madison Avenue e sulla 57sima strada, considerate dai giovani artisti come gallerie conservatrici e altamente selettive (Bard, 1977).

In quegli anni molte gallerie aprirono in conseguenza alla nascita di una comunità artistica nel centro di Manhattan diventando il luogo ideale per le case e gli studi di numerosi giovani pittori e scultori, per il costo relativamente basso degli affitti. Si venne così a creare una comunità artistica che però non aveva luoghi dove esporre le proprie opere, pertanto decisero di muoversi insieme collaborando, ebbero l'idea di aprire molte gallerie. Si creò così un quartiere composto principalmente da gallerie. Molti artisti già affermati aiutarono economicamente gli artisti più giovani a mantenere questi spazi e sostennero attivamente la “nuova scena” che si stava creando in questo contesto. Queste gallerie crearono anche un contesto sociale grazie agli opening collettivi dei vari spazi espositivi, offrendo la possibilità agli artisti di mescolarsi tra loro con scrittori, poeti, curatori e collezionisti occasionali che gravitavano nel quartiere. Gli artisti e le gallerie della *Tenth Street* possono essere considerati come i diretti predecessori alla scena delle gallerie di SoHo e delle attuali gallerie di Chelsea (Fossati, 2010).

Nella prima metà degli anni '60, nacque nel quartiere di SoHo, la galleria *Park Palace Gallery*, creata inizialmente come galleria cooperativa di artisti; la sua peculiarità era che all'interno dello spazio espositivo venivano create mostre per artisti emergenti. All'inizio degli anni '60 molti artisti americani si trasferirono nel quartiere di Soho occupando loft, edifici abbandonati e magazzini, luoghi molto ampi e con prezzi bassissimi. Il quartiere da quel momento divenne il centro di riferimento di molti artisti e da lì a poco fulcro di riferimento per giovani artisti, alimentando l'interesse dei galleristi all'apertura di nuove gallerie (Rachleff, 2017).

## **2.2 Gli Spazi indipendenti in Italia**

Dopo aver trattato della nascita storica degli spazi, è importante averne una visione della situazione italiana contemporanea.

### *2.2.1 Spazio Zona*

Uno dei punti di riferimento degli spazi indipendenti italiani è *Zona* che nasce a Firenze nel 1974. Esso fu creato da un collettivo di artisti locali stimolati da un'idea di Mario Mariotti, Paolo Masi e Maurizio Nannucci; esso viene caratterizzato come spazio espositivo, di ricerca e di documentazione. Le intenzioni del collettivo erano quelle di discostarsi dall'arte fiorentina attraverso una gestione autonoma e indipendente di uno spazio espositivo senza scopo di lucro. Per quanto riguarda il sostentamento economico, venne organizzata una vendita al pubblico di multipli e piccole opere d'arte degli artisti

in mostra tramite un mercatino. La libertà progettuale di questo spazio, si notava anche dal punto di vista finanziario in quanto era un'organizzazione no profit, qualsiasi progetto creato da Zona, era fine a sé stesso, senza la necessità di mercificare le opere che venivano presentate all'interno dello spazio e quindi rompendo le logiche del mercato artistico. Riguardo alla gestione amministrativa, all'interno del collettivo vi era un'organizzazione delle risorse di tipo sostenibile: ognuno contribuiva in una logica di avanzamento del progetto comune dove i fondatori coprivano le spese dello spazio e la comunità locale contribuiva con il proprio lavoro (Detterer et al., 2012), infatti «Dal punto di vista del rapporto con l'ambiente locale, Zona condivideva con il quartiere San Nicolò, alcuni aspetti quali la marginalità, l'aggregazionismo politico e il desiderio di collettivizzazione delle esperienze» (Acocella et al., 2016, pag. 23).

Un punto fondamentale e innovativo era che il collettivo si poneva come organizzatore delle mostre e non come artista, creando così un canale diretto con gli artisti e successivamente con il pubblico: esso contattava e invitava gli artisti, ideava i progetti, le manifestazioni, pubblicizzando anche le iniziative su tutto il territorio, documentandone poi i risultati. L'impiego di nuove tecnologie veniva utilizzato dal punto di vista comunicativo, gestionale e documentativo cosicché l'artista poteva non rivolgersi alle figure professionali del sistema artistico (Detterer et al., 2012).

Data questa analisi, possiamo dedurre che lo spazio si poneva come alternativa al sistema istituzionale, promuovendo la ricerca e la sperimentazione artistica, l'esposizione al suo interno era a trecentosessanta gradi di opere artistiche dove venivano organizzate rassegne di film d'artista, stampa alternativa e di musica, quindi non venivano fatte distinzioni e la cosa interessante era che i documenti e le riviste realizzate dal collettivo potevano essere usufruite da chiunque. Si poneva, quindi, come realtà democratica rispetto al sistema dell'arte e degli approcci estetici, rinunciando all'autopromozione in favore di un'esperienza collettiva (Voso, 2005).

### 2.2.2 *Brown Boveri*

Nel quartiere storico e operaio Isola di Milano nel 1984 venne occupato lo stabile in disuso da anni, della *Brown Boveri*, da parte di un gruppo di studenti di architettura del Politecnico, trasformandolo in un luogo di ricerca e sperimentazione artistica con il fine di realizzare una grande mostra collettiva. Questo progetto era nato dalla necessità e la volontà dei giovani artisti, ancora ignorati dal circuito ufficiale dell'arte, di poter

sperimentare e di creare opere dando sfogo alla loro libera espressione. Il luogo, rinato, attirò l'attenzione dei critici e delle gallerie che se ne volevano appropriare, ma *Brown Boveri*, rimase sempre una realtà autogestita ed indipendente. *Brown Boveri* è un esempio di come l'arte contemporanea, per poter esprimersi in maniera libera, sceglie uno spazio, lo occupa e crea un progetto, mosso da una volontà di autonomia e di polemica nei confronti del circuito classico dell'arte che non crea dei canali alternativi di produzione, promozione e fruizione dell'arte (Ciavoliello, 2005).

Lo spazio si presentava come un non-luogo o luogo caratteristico dell'abbandono urbano. Questo era contraddistinto da un'assenza di identità dettata dalla perdita della propria funzionalità d'impiego originaria, perciò gli artisti davano nuova vita all'edificio, diventando esso stesso un punto cardine dell'arte contemporanea, intriso simbolicamente da due possibili significati che parallelamente esprimono il ricordo dell'edificio in quanto tale, con la sua storia passata e la sua riqualificazione all'interno della società odierna post-industriale (Fossati, 2010). Gli artisti che entravano in contatto con *Brown Boveri*, per realizzare le proprie opere utilizzavano i materiali che trovavano sul posto, quindi lo spazio d'arte da contenitore di opere, diventa esso stesso parte integrante dell'opera. La fabbrica diventa una metafora della dimensione urbana e sociale ritrovata dall'artista, riportando l'arte alla popolazione e alla sua quotidianità, contrapponendosi all'idea di arte come elitaria (Bondi et al., 2007).

Si è quindi passati da fenomeni di squatting degli anni '70 caratterizzati da un pensiero politicamente schierato, ad occupazioni di simile natura ma principalmente orientati alla sperimentazione artistica, che ha caratterizzato gli anni '80, creando degli spazi alternativi a quelli istituzionalizzati. In quegli anni Milano non era il fulcro dell'arte contemporanea, non vi erano istituzioni che promuovessero la stessa, uno dei problemi fondamentali può considerarsi anche la mancanza di unione tra pubblico e privato che potesse sostenere la cultura; grazie anche all'azione di *Brown Boveri*, vennero proposti dei cambiamenti interessanti, che aprirono Milano al mondo dell'arte contemporanea (Meneguzzo, 1998).

### 2.2.3 *Isola Art Center*

Nel 2001, nel quartiere Isola di Milano, nasce l'idea di creare un centro per l'arte contemporanea: *Isola Art Project*. Questo centro trattava una serie di eventi nel quartiere organizzato da artisti e curatori, in cui collaboravano con gli spazi senza scopo di lucro di *Care of* e *Viafarini*. Due anni dopo, il progetto diventa *Isola dell'Arte* in cui al gruppo

originario si aggiungono trenta artisti, critici, curatori, editori, direttori di musei italiani. Nel 2005 si trasforma in *Isola Art Center* dove nei primi anni di attività si occupa dell'organizzazione di mostre e col passare del tempo ci si rende conto che questo centro d'arte non è più solamente una rivendicazione ma un luogo reale che ha tutto il diritto di esistere. Una importante novità è che le mostre all'interno dello spazio venivano programmate per durare più di una settimana, mentre negli anni precedenti duravano solo qualche giorno (Guida, 2012). *Isola Art Center* è radicata nel quartiere che la ospita, per questo motivo è sempre riuscita a sopravvivere allo sfratto e ha continuato la propria attività usufruendo del quartiere trasformandolo come palcoscenico per i propri eventi artistici trovando ospitalità presso altri spazi tra cui negozi, associazioni, spazi pubblici. Con la creazione di nuovi rapporti, si è aperta la strada a nuove opportunità. Il progetto di *Isola*, si è orientato verso la creazione di un nuovo modello di Centro d'Arte, discostandosi dai modelli istituzionali, provocato da una situazione prolungata di crisi culturale, sociale e politica; rimane tutt'ora una proposta senza budget che opera tramite la solidarietà e l'entusiasmo. Dal punto di vista amministrativo è strutturato in modo non piramidale: non vi è un direttore che decide il programma, ha una struttura flessibile e aperta, non utilizza una gerarchia prestabilita (Fossati, 2010).

Dopo questa panoramica storica e posto l'attenzione su alcuni casi italiani, si evince che ciò che viene raggruppato oggi in Italia sotto l'etichetta di spazi indipendenti, è che «sono organizzazioni che spingono dal basso, spesso attraverso un atteggiamento site specific, aggiornano la pratica espositiva comportandosi come veri e propri dispositivi in cui funzioni e posizioni cambiano in divenire» (Da Pieve, 2018)<sup>4</sup>.

Vi sono diversi elementi significativi che uniscono questi luoghi tra cui l'autonomia della produzione e la creazione di format espositivi, con l'aspirazione di creare, esprimersi liberamente e, al tempo stesso, di inventarsi un futuro attraverso organizzazioni autonome. Questi luoghi, da considerarsi di transizione, sono animati per lo più da giovani che affrontano le inquietudini della nostra epoca con fatiche e volontariato per non pensare al futuro come qualcosa che sembra allontanarsi sempre più. Occorre osservare ogni spazio, essendo essi eterogenei, e analizzarne il fenomeno ripartendo con un'analisi approfondita di queste realtà, riflettere su ogni singola attività coscienti del fatto che in

---

<sup>4</sup> Informazioni da: <http://formeuniche.org/project-space/>

ogni epoca e in ogni contesto gli artisti sono stati capaci di avanzare nuove pratiche (Da Pieve, 2018).

È importante che in Italia siano nati molti artist-run space, perché testimoniano un desiderio di cambiamento e di rinnovamento del sistema dell'arte che è possibile anche in un Paese come il nostro che non mette ancora in pratica una politica seria a sostegno dell'arte e della ricerca.

## **2.3 Gli spazi indipendenti e problematicità dei finanziamenti**

### *2.3.1 Italian Cluster*

L'analisi fatta da *Italian Cluster*, report che censisce e raccoglie informazioni in merito ai project space italiani che lavorano nel campo dell'arte contemporanea, dà la possibilità di volgere uno sguardo su come gli spazi progetto si sostengano e in che modo si rapportano con il sistema dell'arte contemporanea e, non da ultimo, la loro importanza e rilevanza dal punto di vista sperimentale.

Grazie al lavoro compiuto da Giulia Floris e Giulia Ratti<sup>5</sup>, nella creazione di questo report, è stato possibile un importante aiuto alla mappatura e allo studio dei project space; si sono confrontate, tramite interviste, con i professionisti del settore, che all'interno di questi spazi gestiscono, partecipano, finanziano gli stessi. Da questa ricerca si evince che gli spazi indipendenti, essendo luoghi di sperimentazione artistica, non riescono ad avere una totale indipendenza dal sistema accademico dell'arte ma anzi vengono influenzati dallo stesso. Per poter perseguire i propri progetti e aiutare artisti giovani ed emergenti ad entrare in contatto con collezionisti e gallerie, gli spazi devono in qualche modo istituzionalizzarsi, cercando finanziamenti pubblici e privati, poggiandosi sull'aiuto altrui; poiché molti di questi luoghi, contando solo sull'autosostentamento hanno avuto, purtroppo, vita breve. È noto che gli spazi non sono duraturi, anche a causa della scarsità di bandi pubblici in loro favore e dell'erogazione con termine dei finanziamenti.

Il contributo dato da Luigi Presicce e Davide Daninos, rispettivamente fondatore e membro successivo di *Brown Project Space*, è fondamentale per capire come lo spazio *Brown Project* si muovesse per autosostentarsi, Luigi Presicce ha affermato «Per autofinanziarci una volta abbiamo realizzato il multiplo di un'opera di Francesco Arena (era

---

<sup>5</sup> Giulia Floris è una storica dell'arte specializzata in curatela, con un passato nel mercato dell'arte e un presente nella programmazione museale. Giulia Ratti è un'artista e co-fondatrice dell'artist-run project /77 e da anni collabora con artisti e project space.

il secondo evento pubblico nello spazio). Poi abbiamo cercato di ripetere l'esperienza ma non ha funzionato. In generale, comunque, vari artisti hanno venduto le loro opere esposte da Brown ma sempre in modo diretto e noi non ci abbiamo guadagnato» (Floris et al., 2018, cit. pag. 19). Successivamente Davide Daninos ha aggiunto «[...] il nostro obiettivo non era fare da galleria, era fare qualcosa di bello, fare qualcosa di nuovo. La nostra posizione è stata sempre, naturalmente, quella di mettere l'artista in contatto diretto con i collezionisti. La vendita da parte dell'artista per noi era un risultato in più. Ma non ci è mai venuto in mente di chiedere una percentuale» (Floris et al., 2018, cit. pag. 19). Tramite il progetto *Laboratorio*<sup>6</sup> venne chiesto un contributo per l'affitto e le bollette agli artisti che abitavano all'interno di *Brown*, successivamente però lo spazio è stato chiuso per mancanza di fondi.

Con l'intervento di Diego Bergamaschi, si ha una visione dal punto di vista di un collezionista: egli si occupa anche di corporate finance per un gruppo bancario e infine condivide progetti artistici ed editoriali con giovani artisti esordienti. Egli tratta l'argomento dei project space paragonandoli alle start-up, parlando in termini di investimento in borsa, dove il finanziamento di un'idea, di un primo prototipo di start-up, viene chiamato seed-financing, essendo un investimento insicuro vi è la possibilità di un guadagno maggiore rispetto ad un investimento più consolidato; quindi puntando sugli artisti emergenti anziché quelli già consolidati nel sistema dell'arte contemporanea.

«Se guardo agli spazi di ora, non ti dico che vedo un business-plan, però vedo che hanno chiaro in testa di portare avanti quell'attività solo per alcuni anni perché hanno già ulteriori progetti. Non ci vedo niente di male. Anzi, a me che figure giovani credano in qualcosa abbastanza da investire dei fondi propri e sperimentino nei modi di fare ricerca, dando peraltro spazio ai propri coetanei, sembra qualcosa di estremamente positivo. Il fatto che poi dopo tre anni chiudano e magari aprano una galleria non lo vedo come un controsenso o una negazione dei motivi della fondazione anzi, lo vedo quasi come una naturale evoluzione. A mio avviso, poi, questa è un'evoluzione figlia dei tempi. Oggi, infatti, non solo ci sono meno soldi, c'è anche una voglia più consapevole, rispetto a un tempo, di fare cose insieme: quello che in economia si chiama "fare network"» (Floris et al., 2018, cit. pag. 24).

---

<sup>6</sup> Progetto del 2010 di *Brown Project Space*. Lo spazio è rimasto aperto ventiquattr'ore su ventiquattro per la durata di sei mesi. Gli artisti potevano accedervi liberamente così da poter lavorare alle loro opere, alle esposizioni.

Giulia Floris esamina le difficoltà che uno spazio progetto deve affrontare durante i suoi anni di attività, la maggior parte di chi gestisce gli spazi ammette che non vi è un riconoscimento scientifico ed economico da parte del sistema artistico. Una delle cause principali per cui gli spazi chiudono dopo pochi anni è la difficoltà di auto-sostentarsi. Secondo Andrea Bruciati (storico dell'arte e curatore e direttore di musei e fiere d'arte), le fiere d'arte danno la possibilità ai project space di avere una maggiore visibilità, dando un implicito riconoscimento al lavoro che fanno, inoltre aggiunge che «[...] Questione importante è che gli spazi poi possono rivendicare tale riconoscimento come funzione sociale, assumendo così una forza maggiore nei confronti, ad esempio, delle amministrazioni al momento di ricevere sovvenzionamenti e quant'altro. L'ottica può essere, insomma, quella di creare un circuito virtuoso in cui il project space, venendo selezionato, viene riconosciuto come spazio valido e utile per una serie di ragioni. Tutto questo permette infatti allo spazio di aver sempre maggior dialogo contrattuale qualora voglia tentare un bando o, comunque, una strada pubblica di approvvigionamento economico e di auto-sostentamento. Il discorso sviluppato da *ArtVerona*<sup>7</sup> è quindi, in questo senso, molto funzionale per spazi che, come loro priorità, hanno ovviamente la sopravvivenza. È infatti fornita loro visibilità, riconoscimento, stand gratis e la possibilità di ricevere un premio per il miglior progetto» (Floris et al., 2018, cit. pag. 35).

Andrea Bruciati affronta la relazione della pubblica amministrazione e gli spazi indipendenti, affermando che «[...] È giusto che la Pubblica Amministrazione ci sia per supervisionare una situazione d'insieme, dando dei parametri e un quadro generale. All'interno di quest'ultimo, però, è necessario lasciar operare con grande libertà in merito alla qualità dell'operazione da svolgere. Si deve quindi dare a questi spazi la possibilità di muoversi ed essere visibili, lasciando a loro la scelta su come muoversi e verso quale direzione, evitando l'invasività. Ovviamente non si può fare un discorso generalizzato ma guardare di volta in volta al territorio in cui un project space opera» (Floris et al., 2018, cit. pag. 35). Prosegue dicendo che chi è a capo degli spazi progetto debba «[...] calibrarsi

---

<sup>7</sup> Si fa riferimento al progetto *i-Spazi indipendenti* dove viene perseguito l'intento di dare spazio e visibilità in una fiera d'arte moderna e contemporanea alle più interessanti realtà artistiche e sperimentali italiane, che si muovono in maniera autonoma ed emancipata rispetto al sistema istituzionale e che sono spesso catalizzatrici di nuove tendenze. Un'operazione innovativa, che coinvolge un pubblico ampio e diversificato e che permette l'inedito incontro tra soggetti indipendenti, stakeholder e opinion leader del mondo dell'arte, creando all'interno di *ArtVerona* una sezione specificatamente dedicata a spazi no profit, associazioni, fondazioni, collettivi, impegnati in percorsi autonomi di ricerca e sperimentazione in ambito contemporaneo. Informazioni da: <https://www.artverona.it/i8-spazi-indipendenti/>

in base alle varie necessità e ai vari enti con cui vanno a confrontarsi. Chi è a capo dei project space deve svolgere un lavoro certamente di grande raccordo ed equilibrio. È un discorso molto complesso e articolato ma ho sempre pensato che i limiti - che in questo caso sono il rischio di imbrigliamento a sovrastrutture o la mancanza di fondi e riconoscimento - possano divenire punti di forza. Essere perseveranti e competitivi paga sempre perciò il reinventarsi continuamente all'interno di questi equilibri non può che essere un processo formativo e interessante» (Floris et al., 2018, cit. pag. 35).

Per quanto riguarda la relazione tra gli spazi e lo Stato, Bruciati prosegue dicendo «[...] possiamo anche decidere che si tratti di una questione di tipo prettamente sociale e che, quindi, lo Stato debba assistere queste realtà poiché hanno una valenza di tipo sociale e di miglioramento del cittadino, però non credo che in Italia si possa facilmente valutare quest'opzione. Non un sostegno affidato alla Pubblica Amministrazione e sono rari i mecenati fin a sé stessi, ma resto convinto che proprio questo aspetto possa dare vita a una ricerca estremamente interessante, perché questa può divenire più estrema e coraggiosa. Mi viene in mente Brown (Project Space) che, tra le varie motivazioni, ebbe un tale successo perché lavorava su un filo molto sottile tra tradizione, cultura di un Paese e ri-aggiornamento di determinati stilemi di quella cultura. Una “corda” che se non viene “tirata” in maniera tesissima, può rischiare di cadere nella più estrema delle banalità» (Floris et al., 2018, cit. pag. 35).

Quindi se la pubblica amministrazione non aiuta gli spazi, essi devono trovare una soluzione; Bruciati propone una svolta innovativa, affermando che «[...] Sicuramente un'altra possibilità che c'è, rispetto soprattutto alla questione del riconoscimento economico, è quella di guardare allo spazio progetto come a un incubatore. Ad esempio, si potrebbe pensare che alcune opere - magari nel caso in cui un artista con cui lavorano inizi ad essere rappresentato da una galleria - possano essere commercializzate, almeno per i primi anni, affinché possano finanziarsi per un lavoro di ricerca che è già stato svolto. L'artista in quest'ottica dovrebbe essere l'individuo che parla con il gallerista, facendo presente che se quel rapporto è potuto nascere è perché qualcuno - il project space - ha creduto fin dall'Accademia nel lavoro dell'artista» (Floris et al., 2018, cit. pag. 36).

In conclusione, viene chiesto a Bruciati se secondo lui gli spazi abbiano la possibilità di sopravvivere nel tempo o se siano destinati ad avere vita breve; egli afferma che «[...] Dipende dalla capacità creativa e gestionale di chi ne è membro. Certo, secondo me tra le

varie soluzioni possibili non ci sono scelte critiche come quella di non partecipare ai bandi pubblici. Io credo comunque che si tratti di organi che possono modificarsi: si tratta di strutture leggere che hanno l'opportunità di rimanere sempre attuali. Tutto sta nell'avere una mente fresca - non una biografia fresca - quindi non è necessario neanche portare avanti un progetto sull'arte emergente solo in giovane età. La cosa importante ritengo sia non far diventare questo tipo di inclinazione una moda perché non può esserlo in maniera efficace» (Floris et al., 2018, cit. pag. 37).

Un'intervista di rilievo è quella a Federico Del Vecchio che dal 2011 gestisce Flip Project Space a Napoli. Egli afferma che le problematiche principali che ha dovuto affrontare gestendo il proprio project space riguarda il fattore economico, affermando che «[...] l'esperienza di Flip è stata resa possibile solo grazie all'entusiasmo e al generoso contributo/sostegno degli artisti che vi hanno preso parte, oltre a quello di altri amici e galleristi. [...] Purtroppo, in Italia mancano i supporti e i fondi necessari per la cultura sono assegnati secondo criteri che penalizzano proprio quei centri culturali o quegli artisti validi che ne avrebbero maggiormente bisogno; contrariamente a ciò che avviene in Paesi come la Svezia, la Scozia, la Svizzera, l'Olanda ed altri, dove esistono open call a cadenza annuale, su cui fanno affidamento diverse realtà culturali e gli stessi artisti» (Floris et al., 2018, cit. pag. 30). e aggiunge «Anche se alcuni colleghi mi sottolineano che non bisogna aspettarsi niente da nessuno, e che bisogna continuare a lavorare seriamente anche con le minime risorse disponibili, io ritengo che sarebbe opportuno ed anche doveroso, da parte di chi può, sostenere con piccoli ma significativi gesti gli sforzi dei project space, visto che oltretutto ne hanno riconosciuto qualità e attività. Ne sono testimonianza l'attenzione dell'allora direttore della Fiera Artissima, Francesco Manacorda per la realizzazione di Artissima Lido nel 2011 ed ancora, più recentemente, l'incontro Supercondominio al Castello di Rivoli su iniziativa della direttrice Carolyn Christov-Bakargiev» (Floris et al., 2018, cit. pag. 31).

La questione del sostegno da parte della pubblica amministrazione è una tematica molto presente in questo report rapportandola al sostegno di tipo privato e si può evincere da ciò, come afferma Andrea Rebaglio, che dal 2000 lavora presso l'Ufficio Attività Filantropiche di Fondazione Cariplo e dal 2009 Vicedirettore dell'Area Arte e Cultura della Fondazione, «[...] L'area Arte e Cultura nello specifico, ancor prima di questa scelta generale, aveva deciso di puntare molto sulla creatività emergente e, quindi, su tutte le forme di produzione artistica e culturale legate alle nuove generazioni. Per questo motivo,

siamo diventati inevitabilmente un punto di riferimento del territorio in cui operiamo - Lombardia e due province del Piemonte - dove siamo ormai interlocutore principale di chi si avvicina alla cultura, ancor prima delle istituzioni pubbliche che vi operano. Questa scelta da parte della nostra area, e in generale della Fondazione, è legata in primo luogo al fatto che le istituzioni pubbliche - quindi non mi riferisco solo all'ente Regione ma anche alle amministrazioni comunali - negli ultimi anni hanno ridotto sempre di più i fondi dedicati alla cultura emergente. Quindi, dovendo noi essere un soggetto per natura sussidiario, che non va cioè a sostituirsi agli enti pubblici ma va semmai a colmare dei vuoti - a sperimentare, a innovare - abbiamo deciso di scegliere questo target e di sviluppare iniziative legate, appunto, all'impresa culturale e creativa giovanile. [...] La Fondazione, come tutte le fondazioni di origine bancaria che operano in Italia - che sono circa novanta - può sostenere per legge solo realtà no-profit. Il dire "senza finalità di lucro" non significa che chi opera all'interno di questi soggetti, di queste organizzazioni, debba farlo a titolo volontaristico o senza procurarsi uno stipendio. Il "no-profit" significa che l'organizzazione, alla fine dell'anno, chiuso il bilancio, non può distribuire gli eventuali utili realizzati ma li può reinvestire nell'attività. Tale attività però può comportare che vengano distribuiti degli stipendi, che vengano fatti dei piccoli investimenti: formarsi come "no-profit" non significa costituire dei soggetti che non pagano gli stipendi, significa costituire delle realtà che alla fine dell'anno non lucrano sull'attività che hanno svolto» (Floris et al., 2018, cit. pag. 41).

Rebaglio tratta di ciò che riguarda la Fondazione Cariplo, «Abbiamo sempre cercato di sostenere lo sviluppo imprenditoriale delle organizzazioni, aiutando le realtà - anche le più piccole, le più giovani - a strutturarsi in modo da operare a livello sempre più professionale. Le abbiamo sempre aiutate a porsi l'importante domanda: "io sto facendo quest'attività, c'è un mercato là fuori che è disposto a pagare per quello che faccio?" Un mercato che può essere fatto di persone di ogni tipo, di clienti, ma può anche essere fatto di istituzioni pubbliche o private che sono interessate. "Attitudine imprenditoriale" non significa solamente gestire in maniera manageriale la propria attività, significa anche farsi delle domande su come costruire la propria impresa. E uso volutamente questo termine perché anche un'associazione culturale delle più semplici è una forma di "impresa": è infatti un gruppo di persone che condividono una medesima "battaglia" e che decidono di organizzare il proprio lavoro, di sviluppare dei prodotti, dei servizi, e di offrirli a una clientela che può essere variamente composta. Ecco, noi abbiamo sempre cercato di

aiutare le realtà emergenti a strutturarsi in questa forma perché la loro attività diventi professionale e perché le persone che decidono di imbarcarsi in questo tipo di “avventura” lo facciano non a tempo perso, ma come lavoro» (Floris et al., 2018, cit. pag. 42).

Bernabò Visconti di Modrone, imprenditore che da alcuni anni si dedica al settore dell’arte; nel 2016 promuove lo sviluppo di Artshell, un software indirizzato a galleristi, artisti e collezionisti, il cui obiettivo è supportare con un unico strumento le attività quotidiane di gestione delle opere d’arte. Egli è interessato agli spazi progetto e afferma che «I project space sono alla base del sistema e ritengo che l’arte nasca in questi luoghi. Sono spazi più dediti alla qualità artistica e culturale che al profitto, è interessante capire come dei giovani curatori, dei giovani artisti, dei giovani allestitori, comincino la loro carriera nel mondo dell’arte, partendo dalla costruzione di questi luoghi. Vedo una grandissima forza di volontà, una grandissima passione, e pochi soldi. Capire quali sono i bisogni di questi spazi e supportarli, ad esempio con un sistema come Artshell, è stata la mia idea iniziale. Far conoscere al pubblico la loro esistenza, il valore aggiunto che danno al panorama artistico e, di conseguenza, trovare delle forme di supporto per incentivarne la nascita e supportarne il lavoro, è un tema importante. Con questo intendo capire quanto un progetto culturale - un progetto di passione - si possa sviluppare riuscendo a sostenersi dal punto di vista economico o quanto debba rimanere vincolato a finanziamenti senza scopo di lucro, per esempio» (Floris et al., 2018, cit. pag. 47).

Gli spazi indipendenti sono parte integrante della filiera del sistema dell’arte, infatti «[...] L’opera d’arte, realizzata all’interno del project space, poi, spesso e volentieri non è un “oggetto” da collezionismo: è un’installazione, una performance, una ricerca sperimentale di un nuovo momento, di una nuova forma d’arte. Ritengo che il project space completi la filiera tra galleria, museo e collezionismo e per questo sia un pilastro del sistema dell’arte. Capire come far diventare queste realtà sostenibili è sicuramente un obiettivo imprenditoriale molto interessante. Penso che studiando ulteriormente il sistema si possa riuscire a trovare una forma di sostenibilità» (Floris et al., 2018, cit. pag. 47).

Egli afferma infatti, che «I bandi sono una forma di finanziamento dove quest’ultimo può essere erogato sia per un’attività sostenibile che per un’attività non sostenibile. Mi piace pensare che il bando possa rappresentare l’opportunità per creare una struttura che sia in grado di sostenersi piuttosto che una formula di sostenibilità fine a sé stessa. Oggi, per esempio, la filosofia dell’impact investing, una tipologia di investimento in cui chi

finanzia è disposto a ricevere un ritorno economico minore di quello usuale, in un tempo maggiore di quello usuale, in favore del fatto che il progetto finanziato abbia un alto impatto sociale, ha sostenuto e promosso con successo moltissime attività imprenditoriali che spesso e volentieri fino a ieri erano sostenute esclusivamente dai bandi o dalla “beneficenza”» (Floris et al., 2018, cit. pag. 47).

Le fiere d’arte danno la possibilità agli spazi indipendenti di poter partecipare, ricevendo una quota, anche simbolica per la realizzazione di un proprio progetto. Questo contenuto è stato oggetto dell’intervista e Visconti di Modrone aggiunge «[...] mi sembra che questo sia un’ulteriore conferma di quanto i project space abbiano una funzione importante e diversa rispetto ai galleristi. Il project space ha quell’essenza di puro, di sperimentale, di evoluzione, che offre uno sguardo verso quello che potrebbe essere il panorama artistico del domani. Forse è proprio “l’immagine” e la “visibilità” che il project space può offrire come formula per la propria sostenibilità. Una forma di investimento dove non si ottiene un ritorno economico, ma di immagine. Una sponsorizzazione, insomma [...] Certo, potrebbe emergere il problema circa se e come lo sponsor possa “influenzare” l’attività del project space che rischierebbe di perdere la propria autonomia e così l’indipendenza» (Floris et al., 2018, cit. pag. 47).

In conclusione, illustra una proposta futura che potrebbe aiutare gli spazi ad auto sostentarsi «[...] Magari in casi futuri una gestione fatta insieme agli artisti “rappresentati”, potrebbe diventare una forma di sostenibilità: l’artista dona una sua opera allo spazio con cui ha lavorato e il profitto generato dalla vendita serve a sostenere lo sviluppo del project space. Migliore sarà la selezione degli artisti fatta in partenza dal project space, più alto potrebbe essere il profitto fatto dalla vendita delle opere donate. Il project space potrebbe diventare una sorta di acceleratore del mondo dell’arte, come ce ne sono tanti nel settore delle startup» (Floris et al., 2018, cit. pag. 48).

Filippo Del Corno dal 2013 assessore alla cultura di Milano, aveva lanciato un’associazione senza scopo di lucro che trattava di musica. Dalla sua esperienza fornisce informazioni circa l’autofinanziamento delle organizzazioni no profit, «[...] da un lato si stanno sviluppando modalità positive e virtuose di “micro-finanziamento” alle attività culturali che derivano spesso dalla volontà di singoli cittadini, o gruppi di cittadini, per consentire la crescita di queste attività. Lo fanno attraverso piccole donazioni economiche che, di fatto, sono dal punto di vista dell’ingaggio totalmente gratuite perché non

richiedono niente in cambio. Si tratta semplicemente di affezione da parte dei donatori i quali, dato che questi progetti migliorano la qualità della vita del territorio in cui risiedono, ritengono siano da sostenere. [...] L'altro tema legato ai privati è l'assunzione del rischio di impresa. Oggi più che mai, assistiamo alla presenza di soggetti privati che si rendono conto che è possibile, attraverso progetti e processi culturali, assumersi un rischio di impresa vincente nel sistema culturale» (Floris et al., 2018, cit. pag. 70).

L'ultima intervista è di Francesco Lecci, che dal 2012 a New York gestisce uno spazio di progetto no-profit, chiamato *Room Service*. Nel 2015 torna in Italia, a Milano, dove fonda nell'ottobre dello stesso anno la sua galleria di arte contemporanea, *Clima*. Sempre sulla tematica dei finanziamenti afferma che «[...] L'apporto delle amministrazioni può essere fondamentale e può permettere allo spazio progetto - come è stato per tanto tempo per Viafarini e Careof - di non preoccuparsi di dover avere il sostentamento dalle vendite ma di averlo da altri canali, come bandi pubblici ed altre iniziative. Questo perché, se lo spazio è costretto ad optare per la vendita al fine di sostenersi, si perde anche la certezza che le collaborazioni che avvia con gli artisti siano completamente slegate da un ragionamento di vendita. Insomma, poi la domanda sennò diviene "perché hai fatto la mostra con quell'artista? L'hai fatto perché è un'urgenza per la tua ricerca o per logiche di mercato che sono le stesse che stanno anche alla base di una galleria commerciale?" Che poi per la galleria commerciale questi non sono gli unici motivi per muoversi verso un artista o un altro però certamente sono ragionamenti che è necessario fare» (Floris et al., 2018, cit. pag. 75).

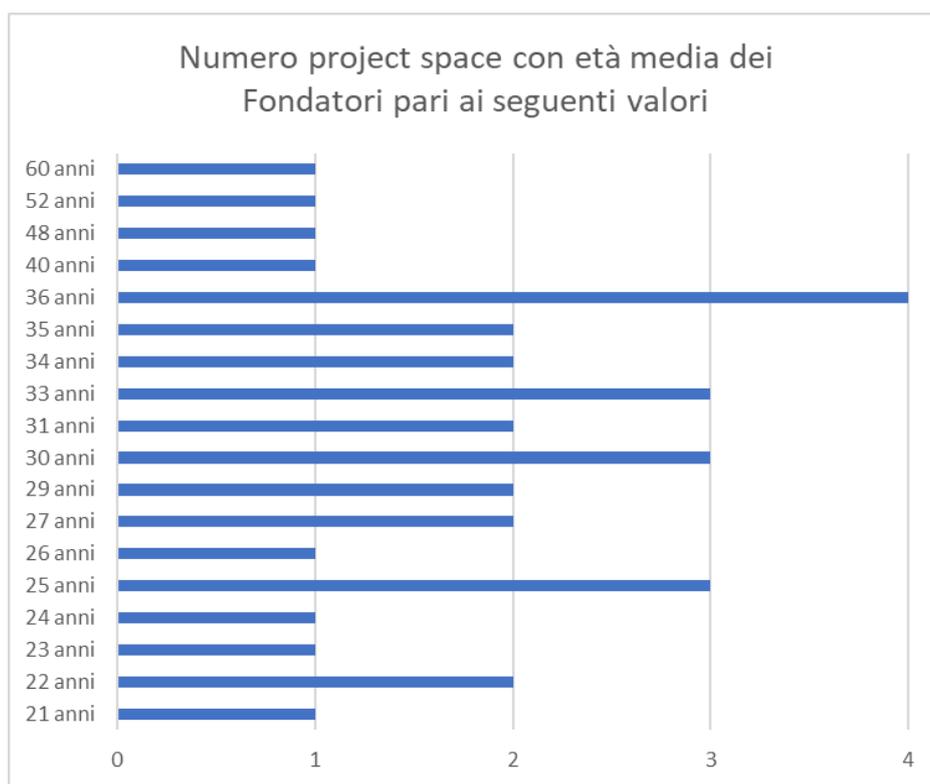
Da queste interviste vengono evidenziate le problematiche e le opportunità che gli spazi indipendenti devono affrontare. I finanziamenti di uno spazio senza sovvenzioni durature non sopravviverà mai negli anni e non avrà mai la possibilità di attuare delle progettualità che caratterizzano il lavoro dello stesso, mancando opportunità ai giovani artisti. Viene criticata duramente la pubblica amministrazione, che non offre bandi in favore all'arte contemporanea, di conseguenza i project space devono orientarsi verso quelli proposti da Fondazioni private o da enti bancari. Molti spazi, invece, preferiscono ricercare aiuti finanziari tramite i privati con donazioni.

Per ciò che concerne la visibilità e le possibilità di fare network con altre organizzazioni culturali, viene dato merito alle fiere d'arte; esse hanno la capacità di inserire gli spazi all'interno del circuito d'arte contemporanea, premiando tal volta, le mostre e gli artisti.

### Analisi statistica

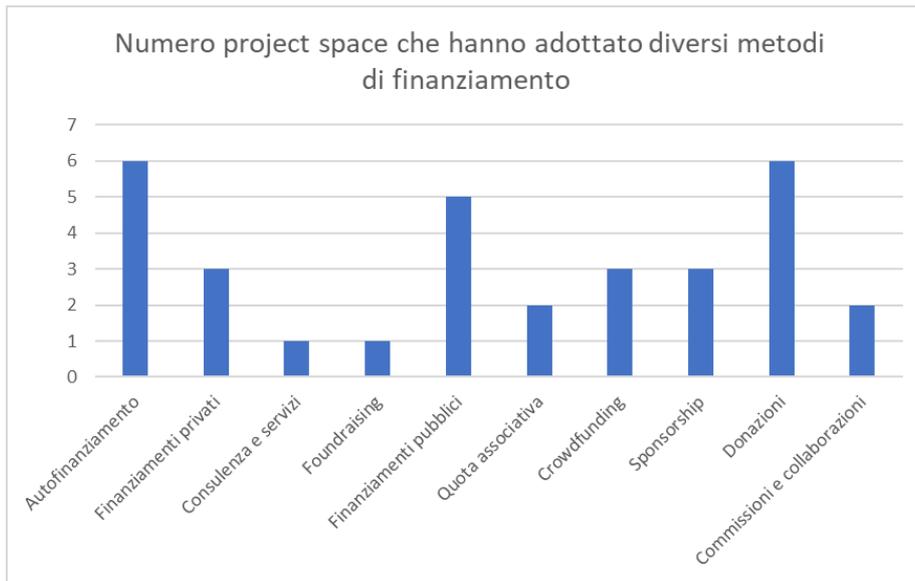
Dall'analisi statistica fatta da Giulia Floris e Giulia Ratti, tramite le interviste presenti nello stesso, sono emersi dei punti fondamentali: come la natura sociale degli spazi indipendenti, principalmente formati come associazioni (Tabella 3), l'aumento dei project space negli anni e una percentuale di età dei fondatori, nei campioni utilizzati che varia dai 22 ai 36 anni (Tabella 1). È anche emerso che le problematiche maggiori riscontrate dagli spazi indipendenti è il reperimento di fondi, in mancanza di riconoscimento da parte delle istituzioni e la difficoltà di rapporto con gli enti locali (Tabella 4). Per ciò che riguarda il sostentamento, la forma più utilizzata è quella dell'autofinanziamento (Tabella 2). Si nota un evolversi della creazione di spazi progetto negli ultimi anni, soprattutto dall'anno 2013 all'anno 2016 (Tabella 5).

Tabella 1. Numero di Project space ed età media dei fondatori



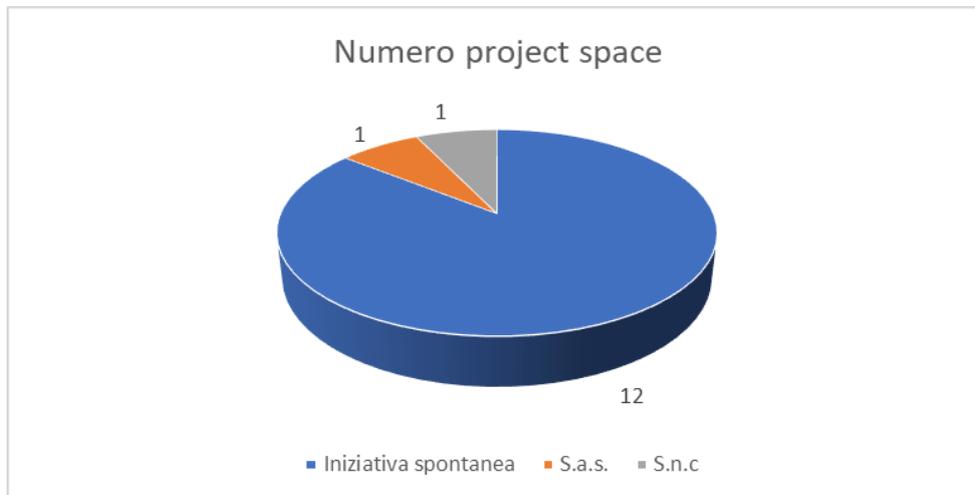
Fonte: Italian Cluster (2018)

Tabella 2. Metodi di finanziamento dei project space



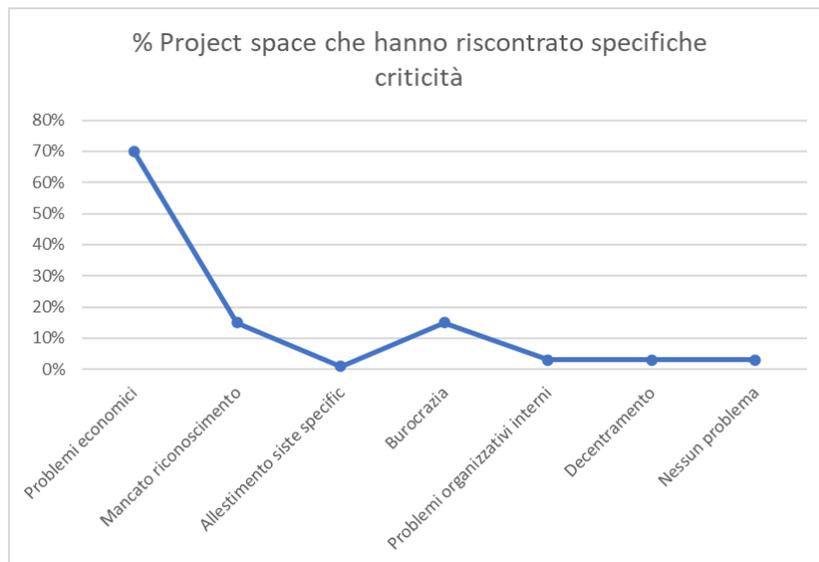
Fonte: Italian Cluster (2018)

Tabella 3. Fonte sociale dei project space



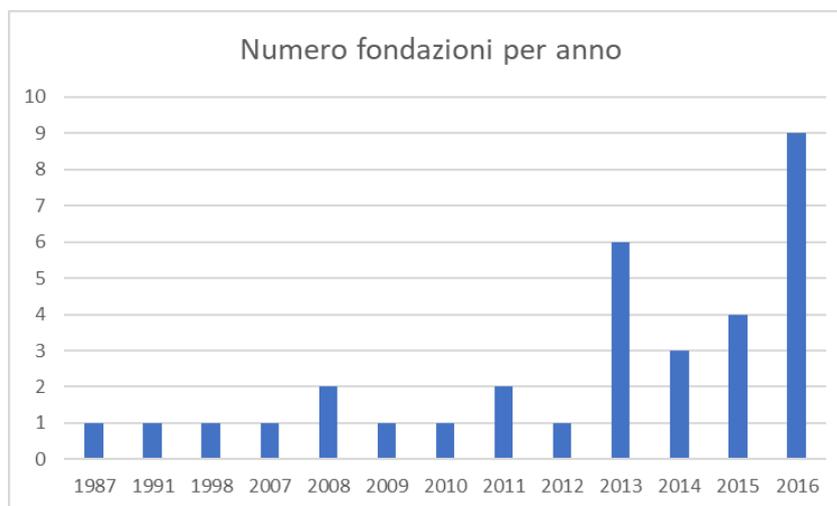
Fonte: Italian Cluster (2018)

Tabella 4. Problematiche legate alla gestione di un project space in %



Fonte: Italian Cluster (2018)

Tabella 5. Anno di fondazione e quantità project space



Fonte: Italian Cluster (2018)

### 2.3.2 Il Codice del Terzo settore

Con l'entrata in vigore del Codice del Terzo Settore, le organizzazioni senza scopo di lucro, intese come enti del terzo settore, hanno la possibilità, come visto nel capitolo precedente, di usufruire di agevolazioni fiscali, incentivi, finanziamenti e convenzioni con gli enti pubblici. Questo è rilevante per capire come le associazioni che si occupano di arte contemporanea e nello specifico gli spazi indipendenti, che giuridicamente si sono

formati in associazioni di promozione sociale (APS), possano ottenere dei finanziamenti da parte dell'amministrazione pubblica.

Oltre alla possibilità di accedere ai bandi pubblici e privati riguardanti l'arte contemporanea, nel Codice del Terzo settore vengono enucleate le modalità di erogazione di finanziamenti e le peculiarità che gli enti devono possedere per accedervi.

L'articolo 67 del D.Lgs. n. 117/2017 illustra l'accesso al credito agevolato e afferma che le provvidenze creditizie e fideiussorie sono estese anche alle organizzazioni di promozione sociale che abbiano ottenuto l'approvazione di uno o più progetti di attività di interesse generale inerenti alle finalità istituzionali; negli artt. 77 e 78 viene trattato il social lending (prestito sociale), definito anche come lending based crowdfunding, una forma di prestito finanziario tra privati. Esso è uno strumento attraverso il quale una pluralità di soggetti ha la possibilità di richiedere a una pluralità di potenziali finanziatori, tramite piattaforme online, fondi rimborsabili per uso personale o per finanziare un progetto. L'accesso al Fondo sociale europeo viene trattato nell'art. 69 dove lo Stato, le Regioni e le Province autonome promuovono le iniziative per favorire l'accesso agli enti del Terzo settore ai finanziamenti del suddetto Fondo e ad ulteriori finanziamenti europei per progetti che sono finalizzati al raggiungimento degli obiettivi istituzionali. Vi è la possibilità, infatti, dell'utilizzo non oneroso di beni mobili e immobili di proprietà dello Stato, Regioni, Enti locali e Province autonome che viene citato all'articolo n. 70, dove gli enti del terzo settore possono usufruirne per manifestazioni e iniziative temporanee, nel rispetto però della trasparenza, uguaglianza e pluralismo; con l'aggiunta, al c. 2, di poter somministrare alimenti e bevande nel periodo di svolgimento delle manifestazioni.

Viene introdotto un Fondo per il finanziamento di progetti e attività di interesse generale del Terzo settore, in cui si fa riferimento all'art. 72, dove il suddetto sostiene lo svolgimento di attività di interesse generale costituenti oggetto di iniziative e progetti promossi da organizzazioni di volontariato, associazioni di promozione sociale e fondazioni del Terzo settore, iscritti nel RUNTS. Le iniziative e i progetti possono essere finanziati anche con accordi sottoscritti dal Ministero del lavoro e delle politiche sociali con le pubbliche amministrazioni ed esso determina annualmente gli obiettivi generali, le aree di intervento e le linee di attività finanziabili nei limiti delle risorse disponibili sul Fondo medesimo.

In merito al sostegno finanziario delle APS, dato dal Fondo nazionale per le politiche sociali, viene espresso dall'art. 75; il sostegno è destinato alla copertura degli oneri relativi agli interventi in materia di terzo settore di competenza del Ministero del lavoro e delle politiche sociali, dove sono trasferite su un apposito capitolo di spesa iscritto nello stato di previsione del Ministero del lavoro e delle politiche sociali nel programma "*Terzo settore (associazionismo, volontariato, Onlus e formazioni sociali) e responsabilità sociale delle imprese e delle organizzazioni*" nell'ambito della missione "*Diritti sociali, politiche sociali e famiglia*", queste risorse hanno come finalità la concessione di contributi per la realizzazione di progetti elaborati dalle APS, anche in partenariato tra loro e in collaborazione con gli enti locali, volti alla formazione degli associati, al miglioramento organizzativo e gestionale, all'incremento della trasparenza e della rendicontazione al pubblico delle attività svolte o a far fronte a particolari emergenze sociali, attraverso l'applicazione di metodi avanzati o a carattere sperimentale.

Il rapporto con gli enti pubblici riguarda l'art. 55 del Codice, dove le amministrazioni pubbliche tutelano il coinvolgimento attivo degli Enti del Terzo settore attraverso forme di co-progettazione, co-produzione e accreditamento; nel c. 2 viene esplicitato che la co-programmazione è finalizzata all'individuazione da parte della pubblica amministrazione dei bisogni da soddisfare e degli interventi da utilizzare per tali bisogni, delle modalità di realizzazione degli stessi e delle risorse disponibili. La co-progettazione viene esposta al c. 3 dove si afferma che essa è finalizzata alla definizione e alla realizzazione eventuale di determinati progetti di servizio o di intervento finalizzati a soddisfare i bisogni definiti riguardanti gli strumenti di programmazione relativi al c. 2. L'attivazione del partenariato è possibile mediante forme di accreditamento degli obiettivi generali e specifici dell'intervento, della durata e delle caratteristiche essenziali dello stesso e dei criteri e delle modalità per l'individuazione degli enti partner.

Un punto molto importante viene trattato all'art. 56 riguardante le convenzioni, tra amministrazioni pubbliche, organizzazioni di volontariato e associazioni di promozione sociale (iscritte da almeno sei mesi al Registro Unico Nazionale); le convenzioni sono finalizzate allo svolgimento in favore di terzi di attività o servizi sociali di interesse generale, se più favorevoli rispetto al ricorso al mercato. Nel c. 2 viene previsto il rimborso delle spese effettivamente sostenute e documentate dalle organizzazioni di volontariato e associazioni di promozione sociale. Per poter individuare le ODV e le APS con cui stipulare la convenzione, ci si basa sui principi di imparzialità, pubblicità,

trasparenza, partecipazione e parità di trattamento, tramite procedure comparative. Queste devono possedere dei requisiti di moralità professionale, dimostrare attitudine all'attività svolta, alle finalità perseguite, al numero degli aderenti, alle risorse a disposizione e alla capacità tecnica e professionale nell'operare e realizzare l'attività oggetto di convenzione, da valutarsi con riferimento anche all'esperienza maturata, all'organizzazione, alla formazione e all'aggiornamento dei volontari; ciò viene espresso al c. 3 del suddetto articolo.

Il Fondo sociale europeo, il Fondo per il finanziamento di progetti e attività di interesse generale del terzo settore e il Fondo per le politiche sociali si occupano principalmente di tematiche riguardanti la disparità, le criticità sociali, la diversità di genere, la disoccupazione e l'integrazione, quindi non riguardanti tutto ciò che concerne l'arte e la cultura. Un'organizzazione senza scopo di lucro che si occupa di cultura avrà difficoltà ad accedere ai Fondi sopracitati e dovrà orientarsi verso altre opportunità. L'unico vantaggio è dato dall'utilizzo di beni immobili concessi liberamente dallo Stato, cosicché un'organizzazione culturale può organizzare mostre, eventi, workshop all'esterno della propria sede giuridica e quindi avere anche la possibilità di creare relazioni e perciò avere la possibilità di far conoscere l'organizzazione e trovare dei possibili finanziatori.

La Riforma del Terzo Settore propone delle agevolazioni per chi è un'associazione culturale, come ad esempio la possibilità di accesso al 5 per mille e la detrazione di tasse per chi eroga donazioni in favore delle stesse. Avendo una regolamentazione giuridica di questo tipo, sicuramente vi è un riconoscimento maggiore da parte degli enti pubblici e una tutela per chi è socio volontario all'interno della stessa.

Vi è comunque la possibilità di accedere ai bandi pubblici, ma le associazioni culturali che vogliono accedervi dovranno fornire delle progettualità, dal punto di vista sociale, educativo, formativo, per poter vincere gli stessi poiché è uno dei tanti punti richiesti dai bandi.

#### **2.4 Possibili proposte e soluzioni**

Da ciò si deduce che il supporto pubblico non è sufficiente per il sostentamento delle APS, poiché dalla normativa si evince che esse devono proporre principalmente progettualità con finalità di sostegno sociale rivolte alla comunità. L'arte contemporanea, però, intrinsecamente fornisce già uno scopo sociale perché rappresenta la società odierna. Per poter ovviare a ciò, gli spazi, che giuridicamente sono APS, devono accedere

oltre ai bandi riservati alla loro formazione giuridica, anche a quelli riguardanti l'arte contemporanea che vengono erogati sia da enti pubblici che privati; per aggiungere ulteriore sostentamento una possibile soluzione è sicuramente individuabile nelle donazioni e nei finanziamenti forniti da aziende (anche tramite sponsorship e partnership) o privati cittadini tramite le modalità del crowdfunding e donazioni. Per un'associazione è possibile grazie agli associati, iscriversi alla stessa, partecipando con un contributo monetario.

#### *2.4.1 Forum dell'arte contemporanea italiana*

Alcune delle criticità dell'amministrazione pubblica, vengono espresse nel *Forum dell'arte contemporanea italiana*, un'organizzazione informale nata a Prato nel 2015, dove in oltre 40 tavoli furono discussi i principali temi relativi al sistema dell'arte italiana, tra cui la creazione di un Art Council di supporto alla produzione degli artisti che dopo poco è diventato realtà per opera del Ministero della Cultura. Nel corso del tempo, attraverso consultazioni permanenti tra i propri membri ed appuntamenti successivi svolti in diverse città italiane coinvolgendo migliaia di addetti ai lavori, ha predisposto proposte per la quasi totalità delle problematiche inerenti il sistema delle arti visive: l'educazione, la produzione, la promozione, la fiscalità etc. Il Forum, in quanto associazione di fatto di natura informale, si caratterizza come l'arena di dibattito più vasta e inclusiva del panorama dell'arte italiano<sup>8</sup>.

Nel report effettuato nel 2015, dal *Forum dell'arte contemporanea italiana* si è discusso sulle motivazioni che hanno portato alla nascita di queste realtà e sul ruolo che hanno avuto, e come questi sono cambiati negli anni. «[...] L'eterogeneità dei relatori coinvolti nella discussione ha fatto emergere questa diversificazione, testimoniano come queste realtà, pur nella loro simile natura, possano scaturire da motivazioni e talvolta ambizioni differenti. La molteplicità dei punti di vista emersi ha trovato un punto di incontro nella questione della sostenibilità, che resta uno dei problemi principali degli indipendenti. Le soluzioni a questo problema vanno in una duplice direzione: sensibilizzare sempre di più i privati, che restano una potenziale fonte di sostegno estremamente importante, e ripensare il rapporto con l'amministrazione pubblica a partire dall'attivazione di un canale di dialogo concreto che oggi non esiste. È stato proposto di fare un'operazione di monitoraggio delle realtà indipendenti attive sul territorio in modo continuativo. Tale

---

<sup>8</sup> Informazioni da: <http://www.forumartecontemporanea.it/chi-siamo/storia-del-forum>

operazione andrebbe fatta dall'amministrazione pubblica e ciò implicherebbe anche la determinazione di meccanismi di valutazione che possano permettere di identificare quegli ambienti culturali che hanno una concreta ricaduta sulla produzione culturale del Paese. È stato proposto di costituire un comitato promotore che si faccia portavoce delle esigenze di queste realtà e diventi un interlocutore attivo dell'amministrazione pubblica. Il problema della sostenibilità è correlato all'opportunità di crescita che queste dovrebbero avere, il primo passo da fare sarebbe quello di riconoscere e salvaguardare la diversificazione di questi spazi e poi quello di definirne un percorso di crescita, una crescita e un consolidamento che ne possa garantire l'esistenza al di là delle contingenze e delle energie personali che talvolta sono l'unica cosa che li tiene in vita» (Forum dell'arte contemporanea italiana, 2015).

Questo report appena citato, tratta argomentazioni affrontate nel *Forum* del 2020. Queste problematiche si stanno prolungando nel tempo e quindi si nota la necessità di un cambiamento nei confronti del settore dell'arte contemporanea, dando una validità e sostegno anche dal punto di vista finanziario. Il report fatto dal *Forum dell'arte contemporanea* è decisivo poiché sviscera determinate tematiche importanti per il settore dell'arte contemporanea, proponendo idee e soluzioni al Governo italiano.

Grazie a *Chiamata alle Arti*, svoltosi dal 10 al 30 maggio 2020 in modalità online presso il *Forum dell'arte contemporanea italiana*, vengono affrontate diversi argomenti suddivise in sei tavoli di lavoro, facendo intervenire diversi professionisti del settore dell'arte contemporanea. Da questi tavoli emergono delle caratteristiche importanti anche per chi è diventato ente del terzo settore, poiché composto da associazioni e spazi no profit che si occupano di arte contemporanea. Analizzando il report emergono determinate proposte per risolvere l'organizzazione frammentaria del settore riguardante l'arte contemporanea e soluzioni che l'amministrazione pubblica potrebbe attuare per lo stesso. Importanti per questo lavoro sono le problematiche e le proposte emerse nei Tavoli 2 e 4.

### Tavolo 2

Nel Tavolo 2 della *Chiamata alle Arti* viene affrontato il tema riguardante l'*Italian Council*<sup>9</sup>, viene espressa la volontà di trasformarlo in un programma con sostegno

---

<sup>9</sup> L'*Italian Council*, nato nel 2017, è il bando internazionale promosso dalla Direzione Generale Creatività Contemporanea (DCGG) a supporto della creatività contemporanea italiana. Promuove

continuativo, proponendo un allargamento delle funzioni dello stesso, ampliando il concetto di opera ed includendo quello di pratica. Per gli operatori delle arti visive viene proposto un allargamento del sostegno offerto dal programma per lo sviluppo formativo e professionale degli stessi. Finanziariamente la proposta riguarda una suddivisione in fasce di contributo e la riformulazione dei criteri di accessibilità dello stesso. Di seguito vengono espresse, in modo esaustivo, le richieste da parte del Tavolo 2 (Chiamata alle arti, 2020)<sup>10</sup>:

- 1) Le richieste e le proposte all'interno di questo tavolo riguardano il concetto di internazionalizzazione, dove viene richiesta l'estensione dell'oggetto all'ambito artistico internazionale contemporaneo riguardanti le attività critiche e curatoriali ed anche l'estensione ai critici italiani della possibilità di poter essere finanziati per la partecipazione volte alle manifestazioni internazionali curatoriali.
- 2) La richiesta dell'aumento dell'ammontare complessivo del fondo cosicché da poter ampliare il programma includendo anche le richieste presenti nel report.
- 3) Per gli enti no profit e la loro accessibilità al bando, viene proposto di agire sulle modalità di erogazione e di cofinanziamento del bando tramite diverse fasce di contributo, relativi a diverse modalità di rendicontazione ed erogazione, di criteri di valutazione, in accordo con le progettualità previste dallo stesso. L'accesso al bando dovrebbe essere caratterizzato dalla possibilità di poter presentarsi come organizzazione o come singolo e l'erogazione di sovvenzioni dovrebbe essere fornita in modo individuale e separata agli artisti e ai curatori. La devoluzione dovrebbe essere emessa in tre tranche, specificatamente all'avvio del progetto, a presentazione di una percentuale delle spese rendicontate (anche antecedenti al massimo di 6 mesi con una percentuale del 10% massimo) e a saldo.

Grazie al lavoro di questo tavolo, è iniziato un dialogo con la Direzione Generale Creatività Contemporanea e gli esponenti del suddetto, è stato affermato che nel prossimo bando di *Italian Council* verranno apportate delle sostanziali modifiche, tratte dalle proposte esposte precedentemente, con la concreta possibilità di rapporti continuativi che porteranno ulteriori modifiche al bando e la presenza del gruppo di interesse.

---

la produzione, la conoscenza e la diffusione della creazione contemporanea italiana nel campo delle arti visive. Informazioni da: [http://www.aap.beniculturali.it/italiancouncil\\_r.html](http://www.aap.beniculturali.it/italiancouncil_r.html)

<sup>10</sup> Informazioni da: <https://forumartecontemporanea.wordpress.com/chiamata-alle-arti/>

#### Tavolo 4

Il Tavolo 4 ha trattato specificatamente degli spazi indipendenti, sulla base del Report del 2015, sono state proposte migliorie e integrazioni rispetto alle esigenze attuali (Chiamata alle arti, 2020):

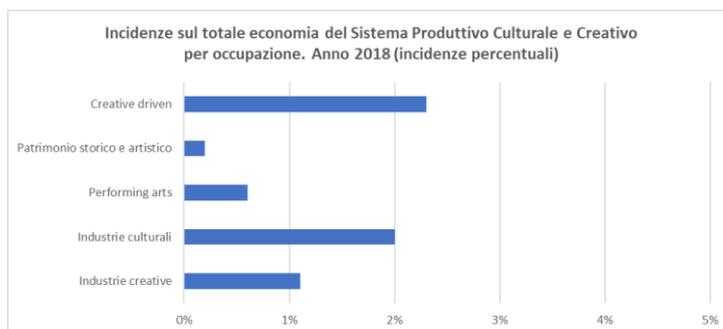
- 1) Poter fornire una panoramica sullo stato dell'arte e confermare gli importanti ruoli sociali che essi hanno nel territorio, ripensare al ruolo del museo in termini di osservatorio territoriale cioè che possa diventare attivatore di comunità scientifiche che abbiano le competenze specifiche e di conoscenza diretta, per portare avanti la ricerca sugli spazi indipendenti partendo da un'idea di reddito.
- 2) Creare un coordinamento nazionale che possa mettere in relazione gli osservatori territoriali. Il coordinamento nazionale dovrebbe creare una ricerca bibliografica delle mappature esistenti, per avere uno storico dell'evoluzione degli stessi. Dovrebbe altresì monitorare i cambiamenti e le esigenze sociali degli spazi e la necessità da un punto di vista dei finanziamenti attraverso i bandi, puntando su dei criteri minimi comuni e migliorativi che possano aiutare gli spazi presenti nel territorio italiano, dove ogni Regione presenta caratteristiche differenti.
- 3) Utilizzare un tipo di governance Nazionale che abbia le proprie fondamenta su un rapporto inclusivo tra Istituzioni, Fondazioni private e Spazi Indipendenti.
- 4) La creazione di un sistema di sostegno ibrido agli spazi a cura delle fondazioni bancarie che si basa sull'alleanza con altri enti.
- 5) La creazione di un dialogo tra enti, fondazioni e spazi indipendenti.
- 6) Ripensare al sostegno degli spazi in termini di accompagnamento e continuità per poter sostenere i costi per l'infrastruttura oltre ai singoli progetti.

#### Analisi statistica

L'insieme di attività presenti nella Tabella 6, che rappresenta l'incidenza del Sistema Produttivo Culturale e Creativo sul totale dell'economia italiana, genera un prodotto pari a circa 35,8 miliardi di euro (il 2,3% del complessivo nazionale, in crescita rispetto al 2,2% registrato nel 2017) e impiegano 591 mila addetti (corrispondenti sempre al 2,3% del totale dell'occupazione complessiva). Si evince che le Industrie culturali e le imprese Creative driven vanno ad impattare l'economia nazionale in percentuali che variano

dall'1% al 2%. Questi dati portano alla consapevolezza dell'influenza economica che la cultura ha sul nostro territorio e quanto questo sarebbe vantaggioso alla nostra economia se sfruttata nel modo migliore.

Tabella 6. Incidenze sul totale economia del Sistema Produttivo Culturale e Creativo



Fonte: Unioncamere, Fondazione Symbola, 2019

## 2.5 Conclusioni

Data l'analisi delle possibilità e criticità che uno spazio indipendente deve affrontare sul territorio italiano, è necessario rimarcare che questi spazi sono nati in territori molto diversi tra loro e la loro diversità riguarda anche la loro mission e i progetti che vengono proposti al pubblico. Il percorso di ognuno di essi è sicuramente travagliato e non duraturo, come si è visto, e ciò è dovuto soprattutto dalla mancanza di finanziamenti. Una delle tante difficoltà affrontate degli spazi è sicuramente il difficile accesso al sistema dell'arte e quindi l'impossibilità che il loro operato venga riconosciuto ed apprezzato.

Un auspicio è che nel prossimo futuro vi sia una presa di coscienza da parte delle istituzioni e soprattutto dalla pubblica amministrazione per ciò che concerne l'operato di questi spazi, e ne venga garantita la loro longevità e importanza nel sistema dell'arte contemporanea.

## CAPITOLO III

### CASO STUDIO: SPAZIO CORDIS

Tramite il caso studio vengono affrontati sul campo e in modo pratico le criticità e le opportunità che uno spazio indipendente deve affrontare. Spazio Cordis è stato scelto poiché è uno dei pochi spazi indipendenti presenti sul territorio veronese. Seppur nato in tempi recenti, non è sinonimo di inesperienza poiché chi lo gestisce sa come approcciarsi al mondo dell'arte contemporanea e conosce bene il territorio veronese, culla di musei e gallerie importanti nel territorio. Uno spazio come questo lascia libero sfogo alla creatività degli artisti e avvicina giovani, adulti e anziani in un ambiente non tradizionale che si sveste dalle convenzionalità austere rappresentate dalle istituzioni dell'arte contemporanea. Tuttavia, per uno spazio nuovo e ancora in fase di trasformazione, come è Spazio Cordis, è utile un'analisi sui punti di forza e sulle criticità, e sulle strategie di miglioramento.

#### 3.1 Spazio Cordis

##### 3.1.1 Storia

Spazio Cordis è uno spazio indipendente fondato nell'ottobre del 2018 a Verona. È da considerarsi come area progettuale, luogo che supporta il lavoro di giovani artisti meritevoli. Lo spazio è stato per trentotto anni il primo ambulatorio medico del Dott. Alberto Geremia, cardiologo e collezionista. Per questo motivo lo spazio rispecchia la sua doppia anima: la cardiologia e l'arte contemporanea, ciò lo si nota sia negli ambienti, che conservano l'originale articolazione in sala d'attesa, studio medico e sale per le visite ambulatoriali e sia nel nome Spazio Cordis, che riprende l'etimologia latina di cuore, *cor - cordis*, intendendolo dal punto di vista medico, come centro delle emozioni, delle passioni e nelle declinazioni progettuali<sup>11</sup>.

##### 3.1.2 Struttura giuridica e team

Le informazioni che seguono sono tratte dall'art. 3 dello Statuto di Spazio Cordis, dove viene specificato che dal punto di vista giuridico, lo spazio è un'associazione apolitica che si occupa di cultura, senza scopo di lucro. Essa promuove e favorisce la conoscenza e la promozione della pratica artistica, lo sviluppo e la diffusione di attività culturali legate

---

<sup>11</sup> Informazioni da: <https://spaziocordis.com/About>

all'arte contemporanea, e dell'arte nel suo più ampio significato. Nello specifico promuove mostre, incontri, pubblicazioni ed eventi. L'associazione svolge propaganda, organizzando e ponendo in essere tutte quelle attività che possono essere utili, proficue o vantaggiose per la diffusione della conoscenza e della pratica dell'arte contemporanea e dell'arte, in tutte le sue forme. L'associazione può promuovere ed organizzare attività a carattere culturale, mostre, periodiche riunioni tra gli associati, organizzare spettacoli e intrattenimenti musicali e teatrali, organizzare viaggi culturali, somministrare bevande ed alimenti esclusivamente agli associati, promuovere qualsiasi iniziativa che contribuisca al raggiungimento dello scopo sociale. L'associazione può ricevere contributi e sovvenzioni di ogni genere dai soci, da Enti pubblici e privati, svolgere attività di tipo economico e finanziario che saranno ritenute utili al raggiungimento dello scopo sociale. A tal fine sarà in grado di raccogliere contributi pubblicitari, organizzare ogni tipo di manifestazioni e convegni, nonché corsi, singole lezioni tecniche e pratiche o conferenze e incontri anche a pagamento rivolti a tutti coloro che vogliono avere un approccio con il mondo dell'arte contemporanea e in tutte le sue declinazioni. L'associazione nell'espletamento di tali attività può avvalersi di collaboratori, professionisti e società esterne e non necessariamente associate. L'associazione potrà inoltre associarsi con altri comitati od associazioni aventi oggetto sociale analogo od affine per ottenere il raggiungimento dell'oggetto sociale.

Il team di Spazio Cordis è composto da un Consiglio direttivo di cui ne fa parte Alberto Geremia (Presidente), Simone Frittelli, Andrea Mion, Paola Parolin. La direzione artistica e la curatela delle mostre è affidata a Jessica Bianchera. Marco Toté si occupa della parte fotografica, il progetto grafico è affidato a Umberto Zamboni, Valentina Rigotti è la collaboratrice redazionale e infine Debora Marcucci si occupa delle traduzioni.

### *3.1.3 Progetti espositivi*

Il programma espositivo Spazio Cordis, a cadenza bimestrale, presenta mostre monografiche dedicate a giovani artisti italiani e internazionali costruite in contatto con gli artisti stessi, è accompagnato dall'edizione di un bollettino, che richiama le riviste che si sfogliano nelle sale d'attesa degli ambulatori. Oltre alle mostre, Spazio Cordis organizza e promuove progetti fuori sede, chiamati "Ectopie", termine adottato dalla cardiologia, che indica quei battiti anticipati derivanti da uno stato di forte eccitazione. Si tratta di quei progetti che vengono organizzati, promossi e

sostenuti dallo spazio al di fuori delle mura dell'ambulatorio, per aprire un dialogo con la città e il territorio. Se il programma espositivo è accompagnato dall'edizione dei "Bollettini di Spazio Cordis", le "Ectopie" sono l'occasione per proporre grafiche numerate realizzate dagli artisti e prodotte in collaborazione con Alessandro Corubolo ed Ex Officina Chimaerea<sup>12</sup>.

A supporto del lavoro degli artisti invitati, Spazio Cordis porta avanti un programma di acquisizioni per la costruzione di una collezione.

### 3.1.3.1 Mostre di Spazio Cordis

Il programma espositivo dello spazio comprende mostre personali di giovani artisti:

- Andrea Francolino con *Principi di Mutamento* (11 Ottobre-30 Novembre 2018);
- Marco La Rosa con *Beneath between beyond* (16 Dicembre-15 febbraio 2019);
- Michal Martychowiec con *Empty Room* (13 aprile-08 giugno 2019);
- Diego Tonus con *The Artist's Proof* (28 giugno-10 agosto 2019);
- Rebecca Moccia con *Catarifrangente* (10 ottobre-30 novembre 2019);
- Chiara Ventura con *Corpo Limite* tramite il progetto First Step<sup>13</sup>, in collaborazione con ABAV (Accademia di belle arti di Verona) (06-14 dicembre 2019);
- Giulio Squillacciotti con *EURAMIS* (14 febbraio-04 aprile 2020). In collaborazione con il Circolo del cinema, ArtVerona, Careof;
- Valentina Ornaghi e Claudio Prestinari con *Tre Vani* (17 ottobre 2020- 31 dicembre 2020). Grazie a questa mostra lo spazio collabora con l'azienda Formigari che opera nell'ambito della produzione e lavorazione del marmo e dal 1972 si è specializzata nella pietra naturale tagliata a misura per progetti in tutto il mondo. Gli artisti hanno lavorato in stretto dialogo con l'azienda.

---

<sup>12</sup> Informazioni da: <https://spaziocordis.com/Exhibitions>

<sup>13</sup> Progetto dell'Accademia di Belle Arti di Verona che coinvolge studenti dell'Accademia in una prima occasione espositiva e studenti dell'Università in una prima esperienza curatoriale.

### 3.1.3.2 Ectopie

- Marco La Rosa con *L'argomento del terzo uomo* (15 aprile-04 maggio 2019) in collaborazione con la Parrocchia dei Santi Apostoli;
- Jacopo Mazzonelli e Matteo Franceschini aka Tovel con *The Act of Touch* (27 maggio-02 giugno 2019), mostra per “Verona Risuona - riconversione sonora di spazi urbani”. In collaborazione con AGIVERONA Associazione Culturale e Lorenzo Lomonaco con la courtesy di Paolo Maria Deanesi Gallery (Trento), Galleria Giovanni Bonelli (Milano - Pietrasanta) e Collezione privata Verona;
- Jacopo Mazzonelli con *Hidden Sound Rooms* (27 maggio-02 giugno 2019) presso Giardino Giusti a Verona;
- Mimmo Rotella con *Parlando con Dio* (20 ottobre-08 dicembre 2019) presso la Chiesa dei Santi Apostoli a Verona. A cura di Francesco Galluzzi e in collaborazione con Frittelli Arte Contemporanea (Firenze) e Parrocchia dei Santi Apostoli.

### 3.1.3.3 ArtVerona – i10 Spazi Indipendenti

Dall'11 al 13 ottobre 2019 Spazio Cordis ha partecipato a “i10 Spazi Indipendenti”<sup>14</sup> organizzato da ArtVerona, portando *Documentalità* un progetto di Rebecca Moccia.

«Il contest, che dal 2017 vede la partnership del MAXXI – Museo nazionale delle arti del XXI Secolo per il progetto The Independent, seleziona 14 realtà, che saranno ospitate alla 15a edizione di ArtVerona e saranno pubblicate sulla piattaforma dedicata del Museo. Tra loro sarà selezionata nel corso di ArtVerona la realtà con la progettualità più rispondente al tema indicato, vincitrice di 2000 euro, che avrà la possibilità di presentare, in tempi e modi da concordare, la propria mission sul wall del MAXXI dedicato a The Independent, il progetto dedicato alla presentazione dei gruppi indipendenti, e godrà di un approfondimento sulla rivista Artribune, media partner del progetto»<sup>15</sup>.

### 3.1.4 Forme di sostentamento economico

Spazio Cordis ha diversi partner e sostenitori tra cui: Accademia di Belle Arti di Verona, Università degli Studi di Verona, IUSVE – Istituto Universitario Salesiano Venezia -

---

<sup>14</sup> Per il decimo anniversario di questo format, Cristiano Seganfredo ha invitato associazioni non profit e collettivi impegnati nei linguaggi del contemporaneo a una riflessione sul tema della *Release*.

<sup>15</sup> <https://www.artverona.it/i10-spazi-indipendenti/>

Verona, Parrocchia dei Santi Apostoli, Verona Risuona, AGIVERONA Associazione Culturale, Associazione Culturale Urbs Picta, Collezione privata Verona, Frittelli Arte Contemporanea (Firenze), A+B Gallery, Paolo Maria Deanesi Gallery, Galleria Giovanni Bonelli, Giardino Giusti, Galleria Continua. Officina Arte Contemporanea, Tipografia Moderna s.a.s, Moving s.r.l., Cantine Aldegheri, Bruno s.r.l., B&B Orti di Spagna, Formigari, Mons. Ezio Falavegna, Silvia Concari, Alessandro Corubolo, Francesco Galluzzi, Lorenzo Lomonaco, Elisabetta Nosadini, Elsa Zaupa, Paola Ferrara, Giulia Guariento<sup>16</sup>.

La principale forma di sostentamento è data dal mecenatismo di Alberto Geremia, da erogazioni liberali e vi è anche in progettazione una campagna di membership indirizzata ai soci per sostenere e promuovere i giovani artisti, permettendo di investire nella produzione di mostre, progetti e incontri, garantendo così l'apertura e l'accesso gratuito dello spazio e soprattutto dando un sostegno agli artisti che collaborano con lo spazio attraverso un premio di acquisizione. Per chi vuole sostenere lo spazio diventando membro, può farlo tesserandosi e facendo una donazione annuale, ricevendo diverse opportunità in base alla fascia scelta, tra cui<sup>17</sup>:

- Scegliendo la categoria Member dal valore di 15 euro si ha la possibilità di accedere a una selezione di eventi su invito, all'interno e all'esterno dello spazio, avendo la possibilità di incontrare gli artisti e i curatori. Hanno diritto ad una copia gratuita del Bollettino e ricevono una newsletter dedicata;
- Scegliendo invece Friend dal valore di 50 euro, oltre alla partecipazione su invito degli eventi hanno la possibilità di visitare le mostre in anteprima, partecipare a incontri e aperitivi con gli artisti e i curatori. Come i Member, anche i Friend riceveranno una newsletter dedicata e hanno diritto a una copia del Bollettino di Spazio Cordis firmata dall'artista;
- Scegliendo infine Supporter dal valore di 200 euro, si ha la possibilità di essere invitati in anteprima ad ogni evento curato da Spazio Cordis, ricevendo sempre una newsletter dedicata, una copia con dedica del Bollettino in omaggio e in aggiunta la possibilità di scegliere una delle edizioni grafiche numerate e firmate

---

<sup>16</sup> Informazioni da: <https://spaziocordis.com/About>

<sup>17</sup> Informazioni da: <https://spaziocordis.com/Support-Us>

dagli artisti che hanno collaborato con lo spazio<sup>18</sup>. Avranno anche l'opportunità di accedere agli eventi organizzati appositamente per i Supporter e qualora lo si desidera, essere citati tra i sostenitori dello spazio.

### *3.1.5 Analisi Spazio Cordis*

A seguito delle interviste fatte a Jessica Bianchera<sup>19</sup>, curatrice dello spazio, e Simone Frittelli<sup>20</sup>, membro del consiglio direttivo, vengono riportati i punti salienti che caratterizzano l'operato dello spazio.

Spazio Cordis è uno spazio indipendente, luogo di sperimentazione artistica che ha come mission quella di dar voce ad artisti delle nuove generazioni. Dal punto di vista giuridico è un'associazione culturale. È stata mantenuta la struttura architettonica dello stesso, originariamente era lo studio medico del fondatore Dott. Alberto Geremia, luogo frequentato dalla comunità, per questo motivo lo spazio è ben inserito e conosciuto nel territorio. Spazio Cordis ha quindi cambiato la funzionalità originaria dell'edificio, mantenendo però degli elementi che richiamano la sua natura originaria (come, ad esempio, il mantenimento della sala d'attesa dello studio medico), vi è un'analogia con lo spazio Brown Boveri, nato all'interno di uno stabile in disuso, dove venne data nuova vita all'edificio (Fossati, 2010).

I progetti espositivi proposti da Spazio Cordis sono interessanti poiché essendo uno dei pochi spazi indipendenti presenti sul territorio veronese danno spazio a giovani artisti che hanno la possibilità di esporre all'interno dello stesso, avendo così l'opportunità di ottenere maggiore visibilità nel campo dell'arte contemporanea. Spazio Cordis acquisisce

---

<sup>18</sup> Le edizioni grafiche di Spazio Cordis sono realizzate in tiratura limitata e in collaborazione con gli artisti. Il ricavato viene interamente reinvestito per supportare nuovi progetti e il lavoro degli artisti.

<sup>19</sup> Curatrice. Laureata in storia dell'arte contemporanea nel 2013 e nel 2018 consegue il titolo della Scuola di Specializzazione in Beni Storico Artistici. Dal 2015 è cultore della materia per la cattedra di storia dell'arte contemporanea dell'Università di Verona. Dal 2016 collabora con ArtVerona nell'ambito del programma di visite guidate. Nel novembre 2016 fonda l'Associazione Culturale Urbs Picta, attiva nella promozione e organizzazione di eventi culturali al fine di favorire la conoscenza e la fruizione consapevole dell'arte contemporanea. Scrive per Exibart e altre riviste d'arte contemporanea. Collabora con musei, gallerie, enti e manifestazioni per progetti di ricerca e di curatela. Dal 2018 è curatrice presso Spazio Cordis. Informazioni da: <https://service.exibart.com/exibart-team/jessica-bianchera/>

<sup>20</sup> Gallerista. Successivamente all'esperienza del Centro d'arte Spaziotempo, Simone e Carlo Frittelli hanno creato un nuovo spazio dell'arte contemporanea: "Frittelli Arte Contemporanea" di Firenze. Dal 2018 è membro del consiglio direttivo di Spazio Cordis. Informazioni da: <http://www.frittelliarte.it/it/info.php>

le opere che sono state esposte all'interno dello spazio per poter costruire una propria collezione. Per la produzione delle mostre sopracitate ci sono state diverse collaborazioni, una di importante rilievo è quella con l'azienda veronese Formigari poiché è la prima collaborazione dello spazio con un'azienda. Il tipo di aiuto dato dall'azienda a Spazio Cordis è stata una sponsorizzazione di tipo tecnico<sup>21</sup>, fornendo il marmo come materiale di utilizzo per le opere dei due artisti Ornaghi e Prestinari. Un'altra sponsorizzazione tecnica è stata nell'ambito delle mostre all'interno dello spazio, grazie alla collaborazione con Alessandro Corubolo ed Ex Officina Chimaerea, per la produzione delle edizioni grafiche limitate e grazie anche a una concessione gratuita di cibi e bevande fornite dai negozi locali per gli opening delle mostre. Questa partecipazione della comunità territoriale è fondamentale per la sopravvivenza degli spazi indipendenti poiché danno un supporto concreto, senza avere un ritorno economico ma le persone si mettono a disposizione poiché credono nel valore che quel determinato spazio ha e del surplus culturale che può portare alla comunità (Detterer et al., 2012). Lo spazio produce bollettini riguardanti le mostre che vengono organizzate in situ, esse sono consultabili online sul sito internet dello spazio e in forma cartacea dai soci che, quando sarà attivata la campagna di membership, avranno la possibilità di riceverli in modo gratuito, questa scelta è dettata dall'ideale dello spazio nel volere aprirsi al pubblico in modo inclusivo, differenziandosi dalle altre organizzazioni d'arte contemporanea che hanno un approccio elitario (Voso, 2005).

Con il progetto "First Step", Spazio Cordis ha organizzato la mostra di Chiara Ventura, studentessa dell'Accademia di Belle Arti di Verona, la parte curatoriale è stata affidata ad una studentessa dell'Università degli Studi di Verona e ciò ha portato ad una collaborazione con questi due enti di formazione. Grazie poi al ciclo espositivo denominato "Ectopie" sono state organizzate delle performance presso Giardino Giusti, per "Verona Risuona", che è un festival realizzato dall'Accademia di Belle Arti assieme al Conservatorio di Verona e l'associazione DiplomArt di Verona (operante nel campo del cinema e della musica); invece all'interno della Chiesa dei Santissimi Apostoli, sono state esposte opere di Marco La Rosa e Mimmo Rotella. Il risultato ha portato ad intrecciare rapporti con enti del territorio veronese che hanno interessi nell'arte contemporanea pur non essendo specificatamente enti promotori della stessa; esponendo

---

<sup>21</sup> Gli sponsor mettono a disposizione beni e servizi che sono necessari per il buon proseguimento e la buona riuscita delle attività all'interno dell'associazione.

al di fuori della loro sede, sono riusciti ad ottenere un maggiore pubblico interessato alle loro attività. Un ulteriore aiuto è dato dalle collaborazioni saltuarie o continuative con professionisti del settore e anche con programmi di tirocini attivato da Spazio Cordis.

Dal punto di vista dell'educational non hanno attivato dei workshop e non hanno intrapreso rapporti con le scuole, sopperendo con dei talk di approfondimento sui temi delle mostre nei canali social.

Per ciò che concerne la visibilità dello spazio, i social e il passaparola dei collaboratori che circuitano in Spazio Cordis, hanno aiutato a far conoscere al pubblico questa realtà. Nota di merito è data anche dalla partecipazione ad ArtVerona nel 2019 al programma *i10 spazi indipendenti*, contribuendo a dare un valore istituzionale all'associazione. Essendo stato selezionato al programma, viene riconosciuto come ente valido ed ottiene maggiore credibilità e così un "maggior dialogo contrattuale" nel momento in cui volesse partecipare ai bandi erogati dalla Pubblica Amministrazione (Floris et al., 2018).

Se l'aspetto della proposta culturale è un ottimo punto di partenza per questo spazio, un suo limite è dato dalla difficoltà di autosostenersi dal punto di vista economico; lo spazio, infatti, si sostiene tramite donazioni liberali ma il contributo finanziario principale è dato dal mecenatismo del Dott. Alberto Geremia, presidente dell'associazione. Il mecenatismo è una forma di sostentamento tipica degli spazi indipendenti, utilizzato anche da Spazio Zona, dove i fondatori coprivano le spese dello stesso (Detterer et al., 2012). Sicuramente una difficoltà è data dalla situazione pandemica che non ha permesso all'associazione di attivare la campagna di membership e la vendita delle edizioni grafiche limitate. Lo spazio è penalizzato, avendo meno di 3 anni di attività, perciò non ha la possibilità di accedere ai bandi. Essendo un'associazione culturale che non ha aderito alla Riforma del Terzo Settore (D.Lgs. n. 117/2017), non può accedere ai bandi specifici per le APS, ai Fondi nazionali ed europei riguardanti le politiche sociali (artt. 69, 72, 75), convenzioni con le amministrazioni pubbliche e le organizzazioni di volontariato (art. 56) e soprattutto la possibilità di accesso al 5 per mille (D.Lgs. n. 111/2017).

Sicuramente non potrà usufruire delle agevolazioni fornite dalla Riforma anche se un sostegno economico, come affermato da Simone Frittelli, si ricercherà presso enti e soggetti privati anziché richiederlo alla Pubblica Amministrazione, in quanto questa potrebbe minare alla libertà di azione e di stipulazione dei progetti dell'associazione (Floris et al., 2018).

Lo spazio ha dei progetti futuri che vuole attivare: tra questi c'è la volontà di creare un rapporto stretto con il territorio veronese, collegare le attività dello spazio con collaborazioni internazionali (Una collaborazione imminente sarà quella con ArtVerona tramite il progetto "Blast"), ampliare la propria rete con spazi indipendenti esteri, entrare nel settore formativo tramite workshop e laboratori, per riuscire così ad avere entrate derivanti esclusivamente dalla loro proposta culturale.

### **3.2 Casi virtuosi**

L'intenzione di intervistare due casi virtuosi, Careof con base Milano e Recontemporary a Torino, è interessante per capire come Spazio Cordis potrebbe muoversi in un futuro, replicando o meno le strategie di questi due spazi, integrandole in un contesto come quello veneto che presenta delle differenze sostanziali e lacune rispetto a territori con più opportunità di chi opera nell'arte contemporanea come Milano e Torino.

#### *3.2.1 Analisi del caso virtuoso Careof*

Careof è un'organizzazione non profit per l'arte contemporanea. Fondata nel 1987 a Cusano Milanino da Mario Gorni e Zefferina Castoldi. Dal 2008 ha sede alla Fabbrica del Vapore di Milano, in quella occasione viene creato il DOCVA (Documentation Centre for Visual Arts) avviando così l'attività didattica in collaborazione con Accademie ed Università. Dal 2011 al 2018 viene realizzato il FDV Residency Program, un progetto di residenze. Nel 2019 vengono modificati il direttivo e la struttura organizzativa per guidare l'associazione verso nuovi obiettivi individuati dai soci, mentre le relazioni con altre attività creative e di produzione culturali si consolidano. Careof è da considerarsi uno spazio indipendente, luogo di ispirazione e confronto per artisti giovani ed affermati. Incoraggia la ricerca artistica attraverso mostre, workshop, screening, conferenze e progettualità ibride attraverso lo spazio espositivo e l'Archivio<sup>22</sup>.

A seguito dell'intervista fatta a Marta Bianchi<sup>23</sup>, responsabile progetti di Careof, vengono riportati i punti salienti che caratterizzano lo spazio.

---

<sup>22</sup> Informazioni da: <https://www.careof.org/about/about>

<sup>23</sup> Progettista culturale. Laureata in Economia e Gestione dei Beni Culturali. Dal 2009 inizia a collaborare con Careof e dal 2011 riveste il ruolo di Responsabile Progetti. Nel 2012 ha lavorato come Development Assistant presso il Dax Centre a Melbourne. Si è specializzata in produzioni di film d'artista nell'ambito del progetto ArteVisione in collaborazione con Sky Italia. Dal 2009 inizia la collaborazione con Careof, dal 2016 al 2019 è stata presidente di Careof, di cui ora è

Careof è interessante analizzarlo come caso virtuoso poiché dalla sua nascita sino ad oggi è riuscito a modellare le proprie attività e la struttura interna in base alle necessità di determinati eventi che ha dovuto affrontare, attuando un'interessante strategia dal punto di vista economico. Quando è stato creato Careof, i finanziamenti venivano erogati da Mario Gorni fondatore dello spazio, e contemporaneamente vi era una ricerca di fondi presso i Comuni limitrofi, dove le erogazioni, all'epoca, venivano concesse liberamente presentando semplicemente un progetto, senza dover partecipare ad un bando. Ad oggi questo tipo di erogazione libera non esiste più e per poter riuscire a ricevere finanziamenti dalla Pubblica Amministrazione è necessaria la partecipazione ai bandi. I Comuni non erogavano grandi quantità di denaro ma il necessario per Careof per poter produrre, pubblicare e stampare i materiali relativi alle mostre. Questa collaborazione con le Pubbliche Amministrazioni ha fatto sì che Careof non dovesse ricorrere alla vendita delle opere degli artisti per finanziare i propri progetti, così non perdendo la propria natura di spazio indipendente, di modo che il rapporto con gli artisti non fosse legato alle logiche di mercato (Floris et al., 2018).

Careof ha sempre avuto un rapporto con la Pubblica Amministrazione, interagendo con la Regione Lombardia e il Comune di Milano, quest'ultimo riconosce Careof e l'associazione Viafarini come interlocutori privilegiati poiché le loro attività riguardava la documentazione e l'archiviazione delle opere degli artisti, che sarebbe stata competenza del Comune, poiché Careof dagli anni '70 ad oggi ha archiviato, conservato e diffuso i materiali d'arte contemporanea raccolti all'interno del DOCVA, tra cui fotografie, video d'artista, cataloghi, riviste specializzate ecc. offrendo così all'utenza, gratuitamente, un servizio "al posto dell'ente pubblico"; nel 1995 il Comune di Milano decide di sostenere il lavoro del "Consorzio per la promozione dell'arte contemporanea", creato in quegli anni da Careof e l'Associazione Viafarini con l'obiettivo di fare rete, partecipare a bandi pubblici e offrire servizi di documentazione e supporto agli artisti. Negli anni 1995-1999 vincono un bando del Comune finalizzato alla fornitura pubblica di servizi dedicati all'arte contemporanea. Careof ad oggi ha un archivio storico comprendente 14.000 volumi d'arte contemporanea, 8.000 titoli di video e 126.000 scatti fotografici.

---

membro del consiglio direttivo. Informazioni da: <http://www.forumartecontemporanea.it/chiamo/partecipanti/bianchi>

Careof è da considerarsi giuridicamente come un'Associazione di Promozione Sociale, la scelta è stata strategica poiché permette allo spazio di accedere al Registro Regionale del Volontariato e a dei bandi predisposti principalmente agli enti del terzo settore. Ha un rapporto stretto con il CSV (Centro Servizi per il Volontariato) che lo aiuta a reperire informazioni riguardanti gli aggiornamenti normativi anche di consulenza.

La scelta di diventare APS ha dei vantaggi, ad esempio ha la possibilità di accedere ai bandi specifici per le APS e come presente nel Decreto Legislativo n. 117/2017 l'accesso al "Fondo sociale europeo" (art. 69), "Fondo per il finanziamento di progetti e attività di interesse generale" (art. 72), "Fondo nazionale per le politiche sociali" (art. 75) a differenza delle associazioni che non hanno aderito alla Riforma e quindi non possono accedervi; successivamente al suo cambiamento giuridico, a partire dal 2018 ad oggi, Careof ha partecipato a bandi regionali, che permettevano allo spazio di aprirsi ad un pubblico più ampio ed erogare attività prettamente dedicate ai bambini e categorie che di solito non partecipavano ai loro progetti. Ad oggi crea attività laboratoriali per le scuole e associazioni dedicate agli anziani. Sempre in quegli anni ha partecipato ad un bando dedicato al terzo settore sociale, portando un apporto innovativo che è quello culturale presente nella loro attività. Per questi motivi ha modificato le attività all'interno dello spazio e grazie a ciò ha potuto lavorare sul territorio e con artisti che volevano fare attività laboratoriali. Questa strategia è interessante poiché Careof non si è fossilizzato solo sulla creazione di mostre ma ha inglobato all'interno dei propri progetti ambiti trasversali, con una grande capacità di reinventare le progettualità e aprendo un dialogo produttivo con gli enti con cui viene in contatto (Floris et al., 2018), aumentando così il network e la possibilità di raggiungere determinati finanziamenti collaborando anche con enti esteri, riuscendo così a sostenersi in modo autonomo tramite le attività proposte dall'associazione.

Ha avuto problematiche economiche quando la collaborazione con il Comune di Milano è venuta meno, poiché negli ultimi anni vi è stata una riduzione nell'erogazione di fondi dedicata alla cultura (Floris et al., 2018): ha erogato meno attività e servizi, eliminato le collaborazioni didattiche come quella con "Pane Arte e Marmellata". Cambiando così l'universo di riferimento per la richiesta di fondi si sono approcciati ai singoli privati che avevano interesse a supportare l'attività, ricevendo finanziamenti anche dagli artisti che avevano esposto all'interno dello spazio e si erano affermati successivamente, strategia

comune presente anche nell'esperienza di Flip Project Space dove il contributo monetario veniva fornito dagli artisti che circuitavano nello spazio (Floris et al., 2018).

Per far conoscere il suo operato si è affidato al passaparola, all'utilizzo dei social e all'attività di pubbliche relazioni.

Successivamente, nel 2010, ha cambiato il proprio comparto organizzativo creando poi un board composto da professionisti nel settore no profit, della finanza e della comunicazione. Esso è stato creato con l'intento di costruire un ponte verso il settore privato e di migliorare la propria comunicazione all'esterno; se inizialmente vi era un direttore artistico, questo è venuto meno lasciando spazio al pensiero collettivo del board che delineava una linea di indirizzo raccogliendo e promuovendo nuove proposte, evitando una struttura gerarchica. Con la creazione del board si è formata così una struttura democratica (Fossati, 2010), successivamente nel 2013 vengono definiti dei ruoli più specifici creando così maggior chiarezza e professionalità necessarie per una maggior comunicazione sia interna che esterna all'associazione, portando una maggiore efficacia, suddividendo i ruoli e le mansioni in modo tale che vi sia una gestione autonoma dei progetti rendendoli più agili. La creazione del board ha attratto professionisti che individualmente o con la loro azienda supportavano l'attività, come ad esempio la collaborazione con Sky su un progetto specifico chiamato "ArteVisione". La partecipazione ad AWI<sup>24</sup> ha portato ad allargare le relazioni e ad avere collaborazioni con ulteriori con ulteriori artisti e professionisti del settore.

Un altro metodo di sostentamento è dato dall'utilizzo dello spazio come residenza, ospitando artisti, associazioni del territorio, realtà estere, aiutando così per le spese dello spazio; vi è una analogia con il progetto "Laboratorio" dello spazio Brown Project Space dove gli artisti potevano utilizzare lo spazio quotidianamente, contribuendo solamente alle spese di affitto e delle utenze (Floris et al., 2018).

Nella sua attività Careof ha coinvolto realtà con mission simili alle loro, tramite il coworking, ad esempio la collaborazione avuta con Isola Art Project<sup>25</sup>, ha ampliato l'orizzonte del fundraising, orientandosi non solo verso la Pubblica Amministrazione ma ricercando sostentamento da enti privati, ad esempio con la Fondazione Cariplo, creando

---

<sup>24</sup> Art Workers Italia è un'associazione autonoma e apartitica nata con l'obiettivo di dare voce alle/ai lavoratori/lavoratrici dell'arte contemporanea in Italia. Informazioni da: <https://artworkersitalia.it/about/chi-siamo/>

<sup>25</sup> Creato nel 2001 è un centro per l'arte contemporanea.

il DOCVA (Documentation Center for Visual Arts) riunendo gli archivi e i cataloghi di Careof e Viafarini presso la Fabbrica Del Vapore.

Gli introiti, degli anni 2016-2020, derivanti dai bandi vinti, le collaborazioni con privati e gli affitti delle residenze hanno permesso di poter retribuire gli impiegati fissi e i collaboratori esterni che lavorano ai progetti e alle attività di Careof. Nella Tabella 7 vengono illustrate le diverse entrate: Nel 2016 ottiene erogazioni principalmente dalla Regione Lombardia e dal Comune di Milano, riceve anche per il secondo anno di fila un'erogazione monetaria da Fondazione Cariplo. Nello stesso anno vi è stata una collaborazione con Rotary (durata 2/3 anni), con FOMAS Group per il progetto *At the heArt of Forging* e con SKY Italia per *Arte Visione*. Nel 2017 ha vinto il bando *Italian Council* erogato dalla Direzione Generale Creatività Contemporanea, ha ricevuto la terza annualità da Fondazione Cariplo, fondi per il progetto *Talent Video Awards* in collaborazione con Direzione Generale Arte e Architettura Contemporanee e Periferie Urbane del MIBACT, per il progetto *The Tool's Dance* è stato supportato dal MiBACT con l'edizione *MigrArti 2017*. Nello stesso collabora con Rotary e SKY Italia, con quest'ultima sempre per il progetto *ArteVisione* (promozione e circuitazione opere del vincitore del progetto) e la collaborazione per il primo Festival Sky Arte a Napoli. Dal 2017 riceve sostegno economico dalle residenze, affittando gli spazi. Nel 2018 continua la collaborazione con SKY Italia per il progetto *ArteVisione*, riceve fondi per la vincita del bando *ORA* della Fondazione San Paolo, continua la collaborazione con il Comune di Milano e la regione Lombardia. Nel 2019 vince il bando della regione Lombardia, bando *Capacity Building* della Fondazione Cariplo, vince *Italian Council* con l'artista Giulio Squillacciotti con *What has left since we left* e nello stesso anno con The Cool Couple con *The Cute and the Useful*. Ottiene una continuativa dal Comune di Milano poiché avendo avuto rimanenze d'esercizio il Comune ha erogato ulteriori contributi. Nel 2020 vince il bando *Let's go* di Fondazione Cariplo e con il progetto *ArteVisione* dell'edizione 2020 è soggetto di rilevanza regionale con il contributo di Regione Lombardia. La Fondazione Cariplo concede un patrocinio oneroso per il lavoro di Giulio Squillacciotti. Infine riceve dal Comune di Milano un sostegno per fronteggiare l'emergenza sanitaria pandemica.

Da ciò si evince che forme di aiuto più propizie per il sostegno delle progettualità di Careof sono date dalla vincita dei bandi pubblici *Italian Council* e quelli privati erogati da Fondazione Cariplo e Fondazione San Paolo e dal punto di vista delle aziende private

la collaborazione con SKY Italia. Gli anni più proficui per questa associazione sono stati il 2017 con entrate di 287.081 euro e il 2019 con entrate di 156.520 euro. L'unione di supporti da parte della Pubblica Amministrazione, da aziende private e delle attività di Careof tra cui workshop e l'affitto delle residenze hanno portato una buona gestione economica della stessa.

Tabella 7. Storico bandi, collaborazioni private e affitti residenze Careof

STORICO bandi vinti + collaborazioni con privati + residenze		
<b>2020</b>	<b>146.500,00</b>	
Cariplo Patrocinio oneroso Giulio Squillacciotti	5.000,00	
IC The Cool Couple	85.500,00	
Comune covid	7.000,00	
Regione triennale (Arte Visione)	18.000,00	
Let's go Fondazione Cariplo	31.000,00	
<b>2019</b>	<b>156.520,00</b>	
Bando Capacity Building	78.000,00	
bando Regione	20.000,00	
Comune-continuativa	8.400,00	
IC Giulio Squillacciotti	50.120,00	
<b>2018</b>	<b>128.300,00</b>	
Bando Ora-Fondazione San Paolo	72.000,00	<b>110.000</b>
Comune Milano	20.000,00	
Regione Lombardia	18.000,00	
Sky	18.300,00	<b>18.300</b>
<b>2017</b>	<b>287.081,00</b>	
Ministero-IC	74.000,00	<b>161.622</b>
Terza annualità Fondazione Cariplo	38.000,00	
Ministero-Talent Video Awards	25.000,00	
Ministero-MigrArti	24.622,00	
Sky	90.000,00	<b>120.000</b>
Sky – circuitazione + Napoli	25.000,00	
Rotary	5.000,00	
Ospitalità residenze	5.459,00	<b>5.459</b>
<b>2016</b>	<b>116.036,00</b>	
Seconda annualità Cariplo	38.000,00	<b>51.762</b>
Regione Lombardia	10.000,00	
Comune di Milano	3.762,00	
Sky	38.764,00	<b>64.274</b>
Rotary	5.500,00	
Fomas Group	20.000	

Un suggerimento per Marta Bianchi alle nuove associazioni è quello di orientarsi verso quelle fondazioni che lavorano per supportare le organizzazioni giovani e di piccole dimensioni tramite bandi di capacity building. Questo si è visto nel capitolo precedente dove i rappresentanti della Fondazione Cariplo hanno affermato che aiutano finanziariamente gli enti di piccole dimensioni, pubblicando dei bandi specifici per indirizzarli nella crescita dell'organizzazione. Oltre ad orientarsi verso bandi erogati da enti pubblici o privati, gli spazi giovani dovrebbero relazionarsi con le aziende presenti sul territorio locale e limitrofo. Infine, come associazione, studiare le ricadute dell'impatto sociale sul territorio, poiché è un elemento sempre richiesto dai bandi nazionali ed europei.

### *3.2.2 Analisi del caso virtuoso Recontemporary*

Recontemporary è un'associazione culturale e uno spazio espositivo nato nel 2018 a Torino. Esplora l'impatto delle tecnologie digitali nell'arte contemporanea. Collabora con privati e aziende (come, ad esempio, quella con l'azienda di design Gebrüder Thonet Vienna, dove nascono gli allestimenti, vi è così un dialogo tra design ed arte contemporanea) per incentivare la ricerca e lo studio nelle arti visive e tecnologie digitali. L'obiettivo dello spazio è quello di costruire una community partecipativa rendendo così accessibile il linguaggio audiovisivo. Attraverso le mostre, i workshop e i laboratori con le scuole secondarie di I e II grado, favoriscono la collaborazione e il dialogo tra istituzioni ed artisti nel panorama internazionale, per offrire una visione completa e aggiornata di questa forma d'arte che è in continuo mutamento<sup>26</sup>.

A seguito dell'intervista a Iole Pellion di Persano<sup>27</sup>, fondatrice di Recontemporary, vengono riportati i punti salienti che caratterizzano lo spazio.

Nato come blog di videoarte nel 2016, successivamente, nel 2018, ha modificato la sua struttura diventando un'associazione culturale non riconosciuta, utilizza il video come strumento artistico per attrarre le nuove generazioni. Propone delle progettualità diverse dalla sola archiviazione video, ampliando la sua proposta. Recontemporary è uno dei pochi spazi in Italia che utilizza esclusivamente il linguaggio digitale per promuovere

---

<sup>26</sup> Informazioni da: <https://recontemporary.com/about/>

<sup>27</sup> Curatrice. Fondatrice e direttrice di Recontemporary. Si è laureata in Design e Comunicazione Visiva. Ha conseguito una specializzazione presso Sotheby's New York. Lavora come specialista della scena artistica di Torino e collabora come responsabile vendite presso la Galleria Giorgio Persano. Informazioni da: <http://loop-barcelona.com/profile/iole-pellion-di-persano/>

l'arte contemporanea, questa caratteristica la differenzia in modo sostanziale dalle altre istituzioni, dandogli un valore aggiunto. L'utilizzo di questo linguaggio sia come strumento artistico che di promozione e di comunicazione da parte dell'associazione lo si può ritrovare anche nell'esperienza di Spazio Zona (Detterer et al., 2012).

Dal punto di vista finanziario è sostenuto principalmente dalla fondatrice dell'associazione, gli introiti inoltre sono garantiti mediante donazioni libere che arrivano dall'estero e dall'Italia e dalla campagna di membership<sup>28</sup>:

- MEMBER (12 euro all'anno): dove il tesserato può accedere alle mostre, alle esperienze multimediali riservate ai soci e infine può iscriversi in anteprima ai workshop.
- FRIEND (50 euro all'anno): in aggiunta alle occasioni offerte del tesseramento FRIEND, il socio può ricevere una consulenza personale per il collezionismo e il proprio percorso artistico, ha uno sconto sui prodotti in edizione limitata.
- SUPPORTER (200 euro all'anno): la scelta di questa tessera, permette al socio di accedere a tutte le attività sopraelencate e in aggiunta ha la possibilità di accedere ad eventi speciali e di poter avere una copia in edizione limitata di un libro d'artista prodotto da Recontemporary.

Ai soci vengono riservate attività esclusive, aiutando l'associazione ad avere un contatto stretto con i tesserati, creando così una community presente anche online grazie al loro lavoro sui social.

Il suo punto di forza, oltre alle mostre, è la parte educativa perché collaborano con le scuole, tramite corsi, workshop, trovando così ulteriori guadagni. Il rapporto con le scuole è nato dal lavoro dell'associazione nel ricercare un target specifico, individuato in quello adolescenziale ha creato dei progetti educativi ad hoc. L'orientamento verso istituzioni educative è stato fatto per sopperire alla mancanza di finanziamenti e ha portato l'associazione ad orientarsi verso attività alternative a quelle riguardanti solamente l'esposizione artistica. Questo ha portato una maggiore visibilità poiché gli adolescenti, entusiasti del progetto educativo, ne hanno parlato con i genitori e quindi tramite passaparola si è allargato il pubblico di Recontemporary.

---

<sup>28</sup> Informazioni da: <https://recontemporary.com/club/>

Tramite i social, soprattutto Instagram, ha promosso la loro attività e allargato così il proprio pubblico. Durante il lockdown, ha utilizzato una strategia interessante, contattando artisti e pagine di arte contemporanea che avevano un forte seguito sui social, promuovendo così la loro associazione. Inoltre chiedeva una partecipazione libera da parte dei followers per proporre nuove rubriche o mandare il loro portfolio d'artista.

Dal punto di vista dei finanziamenti pubblici, è riuscita ad accedervi solo nel 2021 poiché aveva superato i 3 anni di sostenibilità economica, prediligendo i bandi erogati da enti privati, ha partecipato ad alcuni, come ad esempio quello erogato dalla Compagnia San Paolo, non vincendoli poiché non aveva la disponibilità economica, ma sono stati utili per la creazione del progetto e il consolidamento dell'idea, soprattutto per far conoscere lo spazio agli enti promotori e alle istituzioni. Per poter comprendere al meglio i bandi e riuscire ad accedervi, si fa aiutare da associazioni che vi hanno partecipato e vinto. Un problema ricorrente in questo periodo pandemico è che vengono finanziate realtà già consolidate e quindi viene lasciato poco spazio a quelle giovani con progetti nascenti.

Recontemporary, dal 2020 ad oggi, riceve entrate anche mediante la creazione di un progetto di un corso internazionale chiamato "GLITCH: virtual academy" di realtà aumentata che si autosostiene con le iscrizioni degli studenti che poi verranno presentati al mondo dell'arte quali artisti. Recontemporary, in questo workshop, offre la sua competenza per ciò che riguarda la parte curatoriale, di comunicazione e di ufficio stampa, dando la possibilità agli artisti di collaborare con enti esteri ed esporre in una mostra collettiva itinerante passando da Italia, Spagna, Germania e Bulgaria. La copertura dei costi del progetto deriva dalla partecipazione alla call al prezzo di 15 euro, gli studenti che verranno selezionati dalla giuria per poter partecipare al workshop dovranno sostenere un costo al corso di 400 euro. Recontemporary ha un vantaggio competitivo rispetto ad enti internazionali che si occupano di realtà aumentata, poiché propone un corso economicamente accessibile. Il corso è organizzato con l'associazione culturale Wild Strawberries<sup>29</sup>, esso si sviluppa attraverso un percorso didattico-laboratoriale in cui i partecipanti si confrontano e interagiscono con diversi tutor e relatori: professionisti del settore dell'arte contemporanea e delle tecnologie digitali, tra

---

<sup>29</sup> Associazione culturale nata a Torino che attraverso conferenze, workshop e attività di produzione ha l'intento di creare un'offerta culturale critica e ricercata, legata al cinema, all'arte contemporanea e alla narrazione crossmediale.

Informazioni da: <https://www.wildstrawberrieslab.com/about>

cui lo scrittore Antonio Laudazi<sup>30</sup>, il direttore dell'iCinema Center di Sydney<sup>31</sup> Dennis Del Favero<sup>32</sup>, l'artista e performer Elena Bellantoni<sup>33</sup>, le curatrici di a.titolo<sup>34</sup> Francesca Comisso e Luisa Perlo<sup>35</sup> e Mattia Corrado<sup>36</sup> della Sartoria Sonora<sup>37</sup>.

Recontemporary ha poi sponsorizzazioni tecniche (allestimento e catering), entrate derivanti dall'affitto dello spazio da parte di alcuni festival, e infine, come visto precedentemente con la campagna di membership, offre una serie di servizi come consulenza al collezionismo e nel percorso artistico dei new media. In tempi recenti un'importante realtà aziendale la finanzia economicamente e tecnicamente. Come in tutte le associazioni ha vissuto momenti di crisi, decidendo di abbandonare alcune progettualità che non risultavano più sostenibili economicamente, come ad esempio la collana di libri d'artista "Flip Book" che non ha avuto il successo sperato.

Per quanto riguarda il suo bilancio, con riferimento all'anno 2018, non è ancora riuscita a superare le spese (acquisto attrezzature, proiettori, ecc.) ma l'utilizzo del video come strumento principale abbatte i costi di trasporto, di esposizione e di allestimento che invece sono presenti in continuità negli spazi che si occupano di un'arte contemporanea più materica. Nel 2020, in periodo pandemico, è riuscita a triplicare le entrate e a dimezzare i costi facendo sperare all'associazione in un miglioramento continuo.

---

<sup>30</sup> Innovation manager, docente e advisor per realtà aumentata e realtà virtuale.

<sup>31</sup> iCinema Centre for Interactive Cinema Research è un centro interdipartimentale di arti creative, ingegneria e scienze dell'University of New South Wales.

<sup>32</sup> Professore di innovazione digitale presso l'University of New South Wales e Direttore Esecutivo di iCinema.

<sup>33</sup> Insegna Fenomenologia del Corpo all'Accademia di Belle Arti di Roma. Dopo essersi laureata in Storia dell'Arte Contemporanea, nel 2007 ottiene un MA in Visual Art al WCA University of Arts London.

<sup>34</sup> Organizzazione no-profit fondata a Torino nel 2001. Cura e produce progetti d'arte nello spazio pubblico, interventi context-specific, mostre, video e documentari, workshop, conferenze e programmi sperimentali di formazione promuovendo in chiave interdisciplinare il dialogo fra arti visive e disegno urbano. Informazioni da: <https://www.atitolo.it/about/>

<sup>35</sup> Francesca Comisso è socia fondatrice di a.titolo, insegna Storia e metodologia della critica d'arte all'Accademia Carrara di Bergamo e Storia dell'arte contemporanea nel corso di Conservazione e restauro dei beni culturali dell'Università di Torino. Luisa Perlo È socia fondatrice di a.titolo, è diplomata in pittura all'Accademia Albertina di Belle Arti di Torino e ha conseguito la specializzazione in Tecnico esperto nella manutenzione e conservazione delle opere d'arte contemporanea del Castello di Rivoli.

<sup>36</sup> Laureato presso la Scuola di Amministrazione Aziendale di Torino (SAA), ha conseguito un bachelor degree in Sound Engineering presso il Sae Institute di Milano. Co-fondatore della Sartoria Sonora.

<sup>37</sup> Sartoria Sonora crea prodotti musicali: dalla produzione di Colonne Sonore alla Post-Produzione Audio. Informazioni da: <https://sartoriasonora.com/>

Ciò che concerne il network il punto cruciale per loro è stato quello di fare ricerca e studiare gli eventi e i festival soprattutto all'estero poiché sono propensi a dare ascolto a realtà nascenti, la creazione di queste reti sopperisce alla carenza di finanziamenti e porta ad un aiuto reciproco tra associazioni (Floris et al., 2018). Dal punto di vista territoriale, l'associazione è stata contattata da festival cinematografici che hanno voluto iniziare una collaborazione. Ha creato un legame con il territorio con altre associazioni, costruendo eventi di più piccola scala. Il suo punto di forza è dato dalla creazione di un grosso network con associazioni ed enti esteri, presentando artisti internazionali importanti, che non avevano mai avuto delle personali in Italia. Queste collaborazioni hanno avuto un risvolto positivo vista anche l'esperienza di Kunsthalle Bern che in sinergia con dello Stedelijk di Amsterdam, programmò molte mostre esponendo importanti artisti europei ed americani (Millet, 2007). Inoltre collaborano con collezioni private, presentando opere delle stesse.

### **3.3 Proposte per miglioramenti futuri Spazio Cordis**

I casi virtuosi appena analizzati hanno radici diverse per la conformazione giuridica, per la loro storia come spazio, per quello che riguarda il territorio in cui risiedono: Careof ha sede a Milano e Recontemporary a Torino; sono luoghi dove vi sono molte possibilità dal punto di vista economico e vi è maggiore opportunità ad avere relazioni con altri spazi ed enti poiché Milano e Torino sono da considerare le culle dell'arte contemporanea. Questa è una grande differenza rispetto a uno spazio come Spazio Cordis, presente nella Regione Veneto, dove vi è maggior difficoltà nel reperire finanziamenti e confronto con spazi simili al proprio.

Analizzando questi casi virtuosi sono emersi degli spunti interessanti che uno spazio giovane, come Spazio Cordis, dovrebbe prendere in considerazione per il proprio futuro. L'utilizzo di una strategia funzionale per poter allargare il proprio network di riferimento, focalizzandosi oltre che sul territorio nazionale anche su quello internazionale, portando in mostra artisti che non hanno mai esposto in Italia, su esempio di Recontemporary, avendo così una proposta culturale unica che si differenzia da altri spazi presenti sul territorio. La partecipazione ad una fiera importante come ArtVerona è da considerarsi un plus perché ha avuto un riconoscimento della propria funzione sociale venendo così considerato come istituzione di rilievo.

Un punto fondamentale è stato dato dalla modifica interna dell'organizzazione dei due casi virtuosi, poiché entrambi hanno cambiato la propria struttura organizzativa, data dalla forma giuridica o della propria struttura interna, ampliando poi le attività e i servizi che proponevano nel loro spazio. Per ciò che concerne il cambiamento della propria forma giuridica, Spazio Cordis potrebbe diventare un'associazione di promozione sociale, aderendo così alla Riforma del Terzo Settore, poiché così facendo avrebbe la possibilità, iscrivendosi al Registro Unico Nazionale del Terzo Settore, in riferimento al D.lgs. n. 117/2017, di:

- Accedere al credito agevolato (art. 67) per progetti di attività inerenti alle finalità istituzionali;
- Tramite il lending based crowdfunding (artt. 77, 78) può ottenere fondi rimborsabili per uso personale o per finanziare un progetto da potenziali finanziatori;
- Partecipare singolarmente o in associazione con altri enti pubblici e privati a bandi o progetti finanziati con fondi Regionali, Nazionali ed Europei (artt. 69, 72, 75);
- Effettuare raccolta fondi per finanziare le proprie attività di interesse generale (art.7);
- Stipulare convenzioni con Enti Pubblici finalizzate allo svolgimento in favore di terzi di attività o servizi sociali di interesse generale, se più favorevoli rispetto al ricorso al mercato (art.56);
- Ricevere erogazioni liberali, sia in denaro che in natura, detraibili dalla propria imposta lorda o deducibili dal proprio reddito netto da parte del soggetto erogatore (art. 83);
- Usufruire per manifestazioni e iniziative temporanee dell'utilizzo non oneroso di beni immobili e mobili dello Stato, Regioni, Enti locali e Province autonome (art. 70);
- Coinvolgimento da parte delle amministrazioni pubbliche attraverso forme di co-progettazione, co-produzione e accreditamento (art. 55).

Inoltre, altre fonti di finanziamento possono derivare dall'accesso al beneficio del 5 per mille dell'imposta sul reddito delle persone fisiche previa richiesta di iscrizione nell'elenco dei soggetti beneficiari tenuto dall'Agenzia delle Entrate, dato dal D.Lgs. n. 11172017. La partecipazione a bandi specifici per le APS porterebbe Spazio Cordis a mettere in cantiere progetti rivolti maggiormente all'educazione e alla formazione,

intavolando collaborazioni con enti del settore e ciò porterebbe a future collaborazioni. Potrebbero inoltre proporre dei workshop o laboratori educativi che sarebbero fonte per un introito ulteriore, chiaramente vi sarebbe un discostamento dalle attività da esso svolte fino ad ora ma su esempio di Careof e Recontemporary questo cambiamento agirebbe in modo positivo sia dal punto di vista dell'autosostentamento, che nell'arricchimento della sua proposta culturale.

Un passo fondamentale per Spazio Cordis sarebbe quello di studiare il territorio dove ha la sede lo stesso, individuando le aziende che sono propense a collaborare a una progettualità culturale, identificando gli enti pubblici o privati che propongano bandi utili al sostentamento dello stesso. Sarebbe auspicabile cercare bandi erogati Fondazioni private presenti sul territorio, come ad esempio Fondazione Cariverona. Un'opportunità può essere data dall'*Italian Council* che in base alle richieste del "Tavolo 2" della *Chiamata alle Arti* viene proposta un'accessibilità maggiore per gli enti no profit dando la possibilità di presentarsi o come organizzazione o come singolo; le sovvenzioni agli artisti e ai curatori verrebbero erogate in modo individuale e separato.

Un'ulteriore ricerca deve orientarsi verso il segmento target, Spazio Cordis potrebbe avere come obiettivo un pubblico giovane puntando sull'utilizzo dei social media: in aggiunta alla rubrica "Talk" già presente sulle pagine social di Spazio Cordis, potrebbero collaborare con pagine con un maggior numero di followers, portando sulle loro piattaforme nuove persone e allargando così la community dello spazio. Per ovviare ai limiti imposti dalla situazione pandemica, sfruttare queste piattaforme trasformandole in palcoscenici per performance artistiche ed esposizioni, permette allo spazio di far percepire la continuazione della propria attività, invogliando, nel momento della riapertura, il pubblico ad accedere a questo spazio.

Date le opportunità che potrebbe cogliere, prendendo anche ad esempio i casi virtuosi esposti, Spazio Cordis potrebbe attuare la modifica del suo status giuridico in Associazione di Promozione Sociale e ottenendo le possibilità economiche derivanti da questa adesione e sull'esempio dei casi virtuosi esposti nell'elaborato fare proprie le strategie economiche e di networking utilizzate da esse. In un futuro prossimo si spera che riesca così a poter pianificare le proprie progettualità a lungo termine sostenendosi in maniera autonoma utilizzando i fondi derivanti dalla propria proposta culturale.

## CONCLUSIONI

Questa tesi ha come obiettivo l'analisi degli spazi indipendenti ricercando possibili proposte e migliorie per la loro sopravvivenza. Vengono esposte le principali criticità che li caratterizzano, soffermandosi soprattutto su quelle economiche e sul riconoscimento istituzionale. La mancanza di un sostegno economico specifico da parte delle Istituzioni pubbliche e private è una problematica concreta che porta molti spazi a cessare la propria attività. Una delle opportunità che essi possono applicare per ovviare a questi ostacoli è allargare il proprio bacino di riferimento modificando la propria struttura giuridica in quella di Associazione di Promozione Sociale presente nel Codice del Terzo Settore ai sensi del D.Lgs. n. 117/2017.

Nel primo capitolo è stata analizzata, dal punto di vista storico, la nascita del settore no profit, mettendo in luce successivamente, per quanto riguarda la normativa, la recente Riforma del Terzo Settore. Vengono presi in considerazione i processi che hanno portato alla realizzazione della Riforma fino a studiarne i cambiamenti e le opportunità della stessa. Viene approfondita la normativa relativa alle associazioni e specificatamente a quelle che vengono denominate come Associazioni di Promozione Sociale. Non è stato possibile evidenziare i limiti o i vantaggi nell'aderire alla Riforma, poiché a causa della situazione sanitaria emergenziale attuale, molte agevolazioni fiscali e opportunità sono ancora in fase di progettazione.

Nel secondo capitolo si è posta l'attenzione sugli spazi indipendenti. Si è esaminata con approccio storico la loro nascita e l'evoluzione nel tempo, prendendo ad esempio quelli più rilevanti in Europa e negli Stati Uniti. Successivamente si sono analizzati gli spazi con sede in Italia, facendo un excursus sulle loro progettualità espositive e sulle modalità di finanziamento. Tramite il report *Italian Cluster* sono state evidenziate le problematiche che i project space devono affrontare durante il loro percorso, portando alla conclusione che le criticità più importanti sono il reperimento dei fondi, il sostegno da parte delle istituzioni e infine un riconoscimento del lavoro da loro svolto.

Gli spazi indipendenti potrebbero cambiare la loro struttura giuridica in APS, ma incontrano molte difficoltà nella loro trasformazione in quanto i fondi che vengono erogati hanno un canale preferenziale per i progetti con finalità sociali, lasciando in secondo piano le progettualità culturali ed artistiche. Infine, per mezzo del *Forum*

*dell'arte contemporanea* si sono cercate delle soluzioni in chiave economica per far sì che gli spazi riescano a sopravvivere nel tempo.

Nel terzo ed ultimo capitolo si è preso in considerazione come caso studio Spazio Cordis, associazione culturale con sede a Verona, che si occupa di far esporre giovani artisti con delle mostre personali e tramite il progetto “Ectopie” vengono organizzate mostre e performance al di fuori della propria sede. Intervistando Jessica Bianchera curatrice di Spazio Cordis, e Simone Frittelli, membro del consiglio direttivo dello spazio, sono stati evidenziati i punti di forza e di debolezza di questo project space. Si includono negli aspetti positivi dello spazio la proposta culturale presente all'interno dello stesso e i progetti fuori sede con il programma “Ectopie”, le collaborazioni tecniche per la creazione dei Bollettini e il supporto dato dagli enti presenti nel territorio veronese e collaborazioni nate con associazioni del territorio con mission diverse da quelle di Spazio Cordis, gli istituti di formazione come l'Università degli Studi di Verona e l'Accademia di Belle Arti di Verona, con una speciale menzione alla prima collaborazione aziendale avuta nell'ambito della mostra degli artisti Ornaghi e Prestinari con l'azienda Formigari specializzata nella produzione di marmo e granito. La partecipazione al progetto *i10* di ArtVerona nel 2019 ha portato ad una maggiore visibilità e credibilità allo spazio allargando così il proprio pubblico. Gli aspetti più deboli dello spazio sono rappresentati dalla mancanza di una strategia economica diversificata poiché non hanno partecipato a bandi erogati da Fondazioni e dalla Pubblica Amministrazione, costruendo, invece, le proprie attività solo grazie al mecenatismo del fondatore Dr. Alberto Geremia ed inoltre l'impossibilità, ad oggi, di aver attivato la campagna di membership che comprende la vendita delle edizioni grafiche numerate dagli artisti. Non essendo un ente che ha aderito alla Riforma del Terzo Settore, non ha la possibilità di usufruire delle agevolazioni fiscali e di bandi dedicati che gli permetterebbe di poter contare su ulteriori finanziamenti.

Infine sono stati presi in considerazione due casi virtuosi: Careof che è uno spazio indipendente di Milano che favorisce la creatività e la sperimentazione artistica tramite mostre di giovani artisti e di artisti affermati, workshop e progettualità ibride; Recontemporary spazio espositivo di Torino specializzato nell'utilizzo delle tecnologie digitali dell'arte contemporanea. Tramite interviste a Marta Bianchi, Responsabile Progetti di Careof e Iole Pellion di Persano fondatrice di Recontemporary sono emersi i processi che hanno portato al consolidamento degli stessi e le strategie economiche e di network che hanno utilizzato: Careof dal punto di vista economico, essendo

un'Associazione di Promozione Sociale, ha avuto la possibilità di partecipare a bandi specifici erogati dalla Pubblica Amministrazione, collaborando con associazioni ed enti della formazione, integrando così nella sua proposta culturale laboratori e attività didattico-educative. Ha vinto bandi erogati da enti pubblici e privati e nel suo percorso ha avuto l'opportunità di creare collaborazioni con aziende private dal calibro di SKY Italia. Riesce ad ottenere ulteriori introiti tramite i workshop organizzati dalla stessa e l'affitto delle residenze, presso la Fabbrica del Vapore con il programma denominato *FDV Residency Program*. La capacità di adattamento negli anni di Careof ha privilegiato la collaborazione con enti italiani ed internazionali, nota di merito è quella del cambiamento strutturale dell'associazione dove la presenza di un direttore artistico è stata sostituita da quella di un board composta da professionisti nel settore del no profit, della finanza e della comunicazione che ha portato alla sopracitata collaborazione con SKY Italia e Crédit Agricole. Analizzando Recontemporary invece per ciò che riguarda la costruzione del suo network, tramite la campagna di membership ha fidelizzato il suo pubblico proponendo eventi specializzati per i tesserati e creando così una community che si ritrova anche online, utilizzando i social media in modo ottimale, creando collaborazioni con artisti e realtà che si occupano di arte contemporanea, focalizzandosi su artisti e associazioni con ampio seguito sui social, proponendo rubriche e in periodo di lockdown trasferendo le performance degli artisti su questi canali. Inoltre hanno rapporti con enti internazionali per la creazione di mostre personali con artisti esteri che non hanno mai esposto in Italia e collaborano per la creazione di workshop come *GLITCH: virtual academy*; tramite l'adesione del workshop, Recontemporary riceve degli introiti per sostenere la sua attività. Per quanto riguarda la parte formativa, l'associazione collabora con le scuole primarie di I e II grado, proponendo così un'offerta aggiuntiva alle attività espositive, focalizzandosi così su un determinato target, cioè quello adolescenziale.

L'analisi del percorso di questi casi virtuosi ha permesso di valutare se questi possano essere di esempio per Spazio Cordis, nel caso in cui volesse apportare modifiche migliorative alla sua proposta culturale e alle sue strategie future.

Questa tesi ha permesso di analizzare varie problematiche legate agli spazi indipendenti e al sistema dell'arte contemporanea, con l'obiettivo di individuare eventuali strategie ottimali che i project space emergenti possano adottare per riuscire a crescere nelle loro progettualità. Ad esempio, come visto precedentemente, l'adesione alla Riforma del Terzo Settore porterebbe ad ampliare le possibilità di finanziamento con la partecipazione

a bandi indirizzati agli Enti del terzo Settore, la partecipazione a bandi di capacity building erogate dalle Fondazioni affinché un'associazione emergente possa muovere i primi passi, l'utilizzo dei social per ampliare il proprio pubblico di riferimento.

In conclusione, chi gestisce uno spazio indipendente avrà difficoltà a trovare bandi pubblici e privati specifici per supportare il proprio lavoro poiché ad oggi in Italia queste realtà non vengono valorizzate come meriterebbero, nemmeno nel settore dell'arte contemporanea. Sarebbe auspicabile, da parte dello Stato, analizzare e catalogare gli spazi indipendenti presenti sul territorio italiano, differenziandoli in base al territorio in cui operano, dando così maggiore credibilità ed istituzionalizzazione al lavoro degli stessi. Non essendo presente un sostegno finanziario per gli spazi indipendenti, queste realtà, principalmente organizzazioni senza scopo di lucro, correrebbero il rischio di cessare la propria attività privando l'arte contemporanea della sperimentazione artistica che essi producono, lasciando spazio solo alla logica di mercato.

## BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA

- Acocella A., Toschi C., (2016), *Arte a Firenze 1970-2015. Una città in prospettiva*, Quodiblet, Macerata.
- Alberani S. et al., (2020), *Forum dell'arte contemporanea. Chiamata alle arti*, online, 10-30 maggio 2020.
- Alleva F., (2007), *L'impresa sociale italiana*, Giuffrè, Milano.
- ArtVerona i10 Spazi indipendenti. Disponibile a <https://www.artverona.it/i10-spazi-indipendenti/>
- Aurischio F., (2018), *Le APS prima e dopo*, CSVnet Lombardia, Instant Book No. 4.
- Bandini F., (2020), *Economia e management delle aziende non profit e delle imprese sociali*, CEDAM, Padova.
- Bard J., (1977), *Tenth Street Days. The Co-ops of the 50s*, catalogo della mostra, organizzata in collaborazione con Pleiades Gallery e The Association of Artist-Run Galleries, pp. 3-4.
- Bishop J., Lupieri G., (2012), *Artissima LIDO. Una guida quasi completa agli spazi indipendenti e alternativi dell'arte contemporanea in Italia*, A+MBookstore, Milano.
- Bonacossa et al., (2015), *Forum dell'arte contemporanea italiana 2015*, Museo Pecci, Prato, 25-27 settembre 2015.
- Bondi G., Sitton S., (2007), *Non di sola arte: viaggio in Italia tra voci e numeri della giovane arte contemporanea*, Fondazione Giovanni Agnelli, Torino.
- Borzaga C., Santuari A., (1999), "L'evoluzione del terzo settore in Italia", in A. Maticena (a cura di), *Aziende no profit. Scenari e strumenti per il Terzo Settore*, Egea, Milano.
- Candela G., Scorcu A., (2004), *Economia delle arti*, Zanichelli, Bologna.
- Capecchi M., (2005), *Evoluzione del terzo settore e disciplina civilistica. Dagli enti non lucrativi alla "impresa sociale"*, CEDAM, Padova.
- Caruso R., Fonti D., (2012), *Il museo contemporaneo: storie esperienze competenze*, Gangemi Editore, Roma.

Catalogo ArtVerona 2019, i10 spazi indipendenti. Disponibile a [https://www.artverona.it/wp-content/uploads/2019/09/8\\_ArtVerona-Catalogo2019\\_Indipendenti.pdf](https://www.artverona.it/wp-content/uploads/2019/09/8_ArtVerona-Catalogo2019_Indipendenti.pdf)

Cherry D., (1980), “The Hogarth Club 1858-61”, *Burlington Magazine*, vol. 122, p. 236-244.

Ciappei C., Surchi M., (2010), *Cultura. Economia & Marketing*, Firenze University Press, Firenze.

Ciavoliello G., (2005), *Dagli anni '80 in poi: il mondo dell'arte contemporanea in Italia*, Artshow edizioni, Milano.

Comitato Fondazioni Arte Contemporanea, Associazione Civita e Intesa Sanpaolo (2020), *Le organizzazioni private dell'arte contemporanea in Italia: ruoli, funzioni, attività*, disponibile a <https://www.civita.it/Associazione-Civita/Attivita/Studi-e-Progetti/Ricerche-e-indagini/Le-organizzazioni-private-dell-arte-contemporanea-in-Italia.-Ruoli-funzioni-attivita>

Cova A., (1997), “La situazione italiana: una storia di non profit, in G. Vittadini (a cura di), *Il non profit dimezzato*, Etas Libri, Milano.

Da Pieve D., *Indipendenti?*, Forme Uniche, 17/05/2018.

Davies L., *Artist-Run Paris*, Glasstire 04/12/2008.

De Stefanis C., Quercia A., (2019), *Enti non profit. Prontuario operativo*, Maggioli Editore.

Decreto Legislativo 3 luglio 2017, n. 117, “Codice del Terzo settore, a norma dell'articolo 1, comma 2, lettera b), della legge 6 giugno 2016, n. 106”.

Decreto Legislativo 30 marzo 2001, n. 165, “Norme generali sull'ordinamento del lavoro alle dipendenze delle amministrazioni pubbliche”.

Decreto Ministeriale 23 luglio 2019, n. 214, “Linee guida per la realizzazione di sistemi di valutazione dell'impatto sociale delle attività svolte dagli enti del Terzo settore”.

Decreto Ministeriale 4 luglio 2019, n. 186, “Adozione delle Linee guida per la redazione del bilancio sociale degli enti del Terzo settore”.

Detterer G., Nannucci M., (2011), *Artist-run Spaces*, JRP Ringier, Zurigo

Etzioni A., (1973), "The third sector and domestic missions", *Public Administration Review*, 33(4), pp. 314-323.

Fiz A., (1995), *Investire in arte contemporanea*, Franco Angeli, Roma.

Floris G., Ratti G., (2018), *Italian Cluser. Viaggio nella galassia dei project space che lavorano nel campo dell'arte contemporanea in Italia*, Geca, Milano.

Fossati F., (2010), *Artist-run spaces, una storia parziale degli spazi espositivi gestiti da artisti dal 1858 insino a' tempi nostri*. Disponibile all'indirizzo: [https://docplayer.it/6513164-Una-storia-parziale-degli-artist-run-spaces-dal-1858-insino-a-tempi-nostri.html#show\\_full\\_text](https://docplayer.it/6513164-Una-storia-parziale-degli-artist-run-spaces-dal-1858-insino-a-tempi-nostri.html#show_full_text)

Guida C., (2012), *Spatial Practies. Funzione pubblica e politica dell'arte nella società delle reti*, Franco Angeli, Milano.

Helburn J., Gray C. M., (2001), *The Economics of Art and Culture*, Cambridge University Press, Cambridge.

<http://loop-barcelona.com/profile/iole-pellion-di-persano/>

[http://www.aap.beniculturali.it/italiancouncil\\_r.html](http://www.aap.beniculturali.it/italiancouncil_r.html)

<http://www.forumartecontemporanea.it/chi-siamo/partecipanti/bianchi>

<http://www.forumartecontemporanea.it/chi-siamo/storia-del-forum>

<http://www.frittelliarte.it/it/info.php>

<http://www.gisto.net/about>

<https://98800.org/about>

<https://artworkersitalia.it/about/chi-siamo/>

<https://forumartecontemporanea.wordpress.com/chiamata-alle-arti/>

<https://panartemarmellata.it/>

<https://recontemporary.com/>

<https://recontemporary.com/about/>

<https://recontemporary.com/club/>

<https://sartoriasonora.com/>

<https://service.exibart.com/exibart-team/jessica-bianchera/>

<https://spaziocordis.com/>

<https://spaziocordis.com/About>

<https://spaziocordis.com/Exhibitions>

<https://spaziocordis.com/Support-U>

<https://temi.camera.it/leg18/>

<https://www.aicon.it/chi-siamo/>

<https://www.artverona.it/i8-spazi-indipendenti/>

<https://www.associare.it/2021/02/16/riforma-del-terzo-settore-la-nuova-associazione-di-promozione-sociale/>

<https://www.atitolo.it/about/>

<https://www.careof.org/>

<https://www.careof.org/about/about>

<https://www.symbola.net/>

<https://www.wildstrawberrieslab.com/about>

Legge 06 giugno 2016, n.106, “Delega al Governo per la riforma del Terzo settore, dell'impresa sociale e per la disciplina del servizio civile universale”.

Legge 7 dicembre 2000, n. 383, “Disciplina delle associazioni di promozione sociale”.

Legge 8 novembre 2000, n. 328, “Legge quadro per la realizzazione del sistema integrato di interventi e servizi sociali”.

Lewitt T., (1973), *The third sector. New tactics for a responsive society*, AMACOM, New York.

Mazzullo A., (2017), *Il nuovo Codice del Terzo Settore*, G. Giappichelli Editore, Torino.

Meneguzzo M., (1998), *Due o tre cose che so di loro... Dall'euforia alla crisi: giovani artisti a Milano negli anni Ottanta*, Electa, Milano.

- Millet C., (2007), *L'arte contemporanea. Storia e geografia*, 24 ORE Motta Cultura, Milano.
- Montanini L., D'Andrea A., (2020), *La Riforma del Terzo Settore. L'impatto sugli strumenti di accountability*, G. Giappichelli Editore, Torino.
- Murphy G., Cullen M., (2016), *Artist-Run Europe: Practice/Projects/Spaces*, Onomatopée, Eindhoven.
- Piccchiaia F., (2018), *Accountability e modelli di valutazione nelle organizzazioni non profit*, G. Giappichelli Editore, Torino
- Pilonato S., (2012), "non profit", *Treccani Dizionario di Economia e Finanza*, disponibile a [https://www.treccani.it/enciclopedia/non-profit\\_%28Dizionario-di-Economia-e-Finanza%29/](https://www.treccani.it/enciclopedia/non-profit_%28Dizionario-di-Economia-e-Finanza%29/)
- Poli F., (2011), *Il sistema dell'arte contemporanea. Produzione artistica, mercato, musei*, Laterza, Bari.
- Rachleff M., (2017), *Inventing Downtown: Artist-run Galleries in New York City 1952-1965*, Prestel Publishing, Londra.
- Soraci P., (1994), "Le grandi trasformazioni del paese, in AA.VV., *Mondo Trends*, Vol. I, Bridge, Milano.
- Speranzini E., (2002), "Le organizzazioni della società civile in Italia: Un profilo storico-economico", in S. Zamagni (a cura di), *Il nonprofit italiano al bivio*, Egea, Milano.
- Thompson D., (2009), *Lo squalo da 12 milioni di dollari. La bizzarra e sorprendente economia dell'arte contemporanea*, Mondadori, Milano.
- Vittadini G., (1997), "Introduzione", in G. Vittadini (a cura di), *Il non profit dimezzato*, Etas Libri, Milano.
- Voso D., (2005), "Zona, non-profit art space. Un esempio di spazio espositivo gestito da artisti nella Firenze degli anni Settanta", *Luxflux Proto-Type Arte Contemporanea*, 15.
- Zaninelli S., (1996), "Gli sviluppi storici", in G.P. Barbetta (a cura di), *Senza scopo di lucro*, Il Mulino, Bologna.

## APPENDICE

### **Interviste Spazio Cordis**

Per avere una visione più approfondita su come Spazio Cordis operi nel territorio veronese e i progetti futuri che verranno attuati dallo stesso, è stato indispensabile avere un colloquio con chi opera in questo spazio no-profit. Il 25 febbraio 2021 è stata intervistata Jessica Bianchera, curatrice dello spazio e il 5 marzo 2021 con Simone Frittelli, membro del consiglio direttivo. Di seguito verranno denominate l'intervistatrice come RP e gli intervistati come JB e SF.

#### Intervista a Jessica Bianchera

RP: Oltre alle mostre che organizzate all'interno di Spazio Cordis, avete fatto altre attività all'interno dello spazio, ad esempio educative/formative?

JB: A parte le mostre abbiamo fatto dei progetti che hanno portato a delle collaborazioni esterne con il territorio, per esempio quella a Giardino Giusti nell'ambito di "Verona Risuona" e quella con Formigari come rapporto arte-impresa. Attività formative vere e proprie come workshop non ne abbiamo fatte, ma abbiamo partecipato al programma dell'Accademia di Belle Arti di Verona, "First Step" che era un programma per portare studenti o neodiplomati dell'Accademia a fare la loro prima mostra in uno spazio espositivo; per quell'occasione erano state coinvolte una studentessa dell'Accademia, che era l'artista, e una studentessa dell'Università degli Studi di Verona come giovane curatrice che hanno collaborato insieme ad una nostra tirocinante dello IUSVE e hanno costruito insieme un progetto curatoriale, quindi questa è la collaborazione sul fronte della formazione che abbiamo fatto finora. Ospitiamo anche un programma di tirocini in modo continuativo dall'inizio del 2019. Per ciò che riguarda i workshop e i rapporti con le scuole, per il momento non abbiamo modo di dedicarci a queste attività. Quando possiamo cerchiamo di fare dei talk per approfondire i temi della mostra, fare un confronto diretto con gli artisti e il nostro pubblico, un'attività di approfondimento dei contenuti sui nostri social.

RP: Siete riusciti a farvi conoscere al vostro pubblico tramite i social, passaparola, utilizzando un certo tipo di strategia?

JB: Principalmente tramite il passaparola, persone che frequentano l'ambiente, conosciute da me o dagli artisti che partecipano, oppure persone che seguono il panorama

dell'arte contemporanea soprattutto sul territorio veronese. Sicuramente i social sono un ottimo canale, sono una piattaforma di sperimentazione che lasciamo totalmente in gestione ai tirocinanti perché l'idea è quella che essi vengano da noi possano e che poi possano anche testare sul campo ciò che viene fatto: l'attività di comunicazione è un po' un laboratorio sperimentale espanso sulle tecniche di comunicazione per l'arte contemporanea, certamente un po' di pubblico è venuto anche dai social però per il momento è un mix.

RP: Quale rapporto avete con il territorio veronese? tramite la posizione territoriale che avete siete riusciti ad avere collaborazioni da enti che non fanno parte del circuito dell'arte contemporanea? Avete avuto difficoltà a farvi conoscere come associazione? e hanno dato un valore ai progetti che proponete?

JB: Siamo in fase di costruzione, abbiamo due anni di attività. Sicuramente ci interessa lavorare con il territorio, i progetti che sono riusciti sono stati sicuramente le "Ectopie" al Giardino Giusti la performance di Jacopo Mazzonelli e Tovel nell'ambito di "Verona Risuona" che è un festival diffuso realizzato dall'Accademia di Belle Arti con il conservatorio e DilpomArt un'associazione di Verona che si occupa di cinema e musica, ci ha dato la possibilità di entrare in una rete di associazioni, realtà che non necessariamente si occupano di arte contemporanea. Formigari è stata una collaborazione extra mondo dell'arte contemporanea perché è il primo episodio di una collaborazione con le aziende che vorremmo portare avanti, sempre con una specificità sul territorio, e poi anche con la parrocchia dei Santissimi Apostoli di Verona, e con la Diocesi di Verona tramite l'inserimento di opere d'arte contemporanea nelle chiese del territorio; avevamo iniziato con la parrocchia dei Santissimi Apostoli, dove abbiamo collaborato due volte, con Marco La Rosa e un'opera di Mimmo Rotella. Purtroppo abbiamo avuto una battuta d'arresto per via del coronavirus. Ad ottobre faremo una collaborazione nell'ambito di ArtVerona con il progetto "Blast", che è il progetto che sviluppo con l'altra associazione Urbs Picta, il quale ha una rete diffusa di collaborazioni e lavoreremo sull'immagine in movimento, quindi avremo una mostra nello spazio e contemporaneamente questa artista sarà coinvolta in questo altro progetto che è una mostra collettiva. Un'idea progettuale è quella, d'ora in poi, di collegare sempre i nostri progetti con collaborazioni esterne e in particolare mi piacerebbe ampliare la rete con gli spazi indipendenti, quello che stiamo cercando di fare per i prossimi interventi è di trovare sempre l'occasione di collaborazioni e di far circuitare le mostre esternamente allo spazio.

RP: Avete dei progetti futuri, collaborazioni estere?

JB: I prossimi progetti che realizzeremo nel 2021 sono una mostra di Jacopo Massanelli a maggio e la mostra di Simona Andrioletti a ottobre, in entrambi i casi stiamo cercando di far sì che le mostre siano collegate ad una collaborazione esterna. Stiamo indagando per individuare altri spazi indipendenti all'estero con i quali fare una sorta di gemellaggio, siamo ancora nella fase di ricerca, di individuazione degli spazi e poi ci sarà la fase dove sottoporremo la richiesta.

RP: Cosa vi diversifica dagli altri spazi indipendenti? Quali sono i vostri punti di forza?

JB: Nell'ambito del no profit, quello che secondo me dà valore al progetto è la presenza nel consiglio direttivo di un collezionista (Dr. Alberto Geremia) e di Simone Frittelli (gallerista), che si legano con il mondo dell'arte contemporanea di un certo tipo che anche altri spazi indipendenti hanno, ma noi avendo il consiglio di un collezionista, ci permette di lavorare su un particolare tipo di supporto agli artisti. Di solito un collezionista supporta gli artisti comprando le loro opere ma nel nostro caso esso mette a disposizione uno spazio e un budget per produrre una mostra e per costruire una collezione che non è la sua collezione privata ma è la collezione di uno spazio no profit. Dal punto di vista dei progetti facciamo mostre avendo come focus i giovani artisti o comunque una generazione di artisti under 40. A Verona non ci sono tanti altri spazi indipendenti o che hanno alla base un'idea di una no profit, c'è ad esempio *Fonderia 20.9* che si occupa di fotografia che è un'associazione culturale, c'è *Isolo 17 Gallery* che ha anche una associazione culturale ma è fondamentalmente una galleria. Noi stiamo cercando di colmare una mancanza. In Veneto è un po' meno usuale parlare di spazi indipendenti rispetto ad altre città come Milano, per esempio, dove invece la tipologia dello spazio indipendente, dell'artist-run, dello spazio no profit è già molto più sviluppata ed affermata da molti anni.

RP: In un futuro oltre a progettare mostre, avete l'intenzione di orientarvi verso il settore educativo?

JB: Sì, sicuramente è una strada percorribile, che ci interessa ma il focus per noi è più il lavoro con gli artisti. Lavoriamo di più su progetti espositivi, sicuramente sarebbe interessante far sì che i nostri progetti diventino la base per dei workshop, laboratori. La formazione non è il focus della nostra associazione in questo momento.

RP: Tramite il vostro progetto “Ectopie” avete un allargamento del network, siete riusciti a farvi conoscere?

JB: Sicuramente “Ectopie” e i percorsi di collaborazione fuori dallo spazio sono molto utili per ampliare il network e raggiungere un pubblico maggiore, coinvolgerli in maniera diversa. Molte persone che ci hanno conosciuto al di fuori dello spazio hanno poi continuato a frequentarlo.

RP: Avete un rapporto con il Comune di Verona?

JB: Sì c'è un rapporto con il Comune di Verona, non così sistematico come quello che ho con l'altra associazione. Ora come ora non abbiamo fatto ancora nessun progetto che si possa dire di collaborazione o di relazione con le istituzioni pubbliche della città.

RP: Avete collaborazioni tecniche?

JB: Abbiamo avuto collaborazioni tecniche, sicuramente sulle edizioni grafiche limitate. Poi abbiamo avuto collaborazioni per le inaugurazioni per esempio con il vino.

RP: Quanti dipendenti siete, quanti volontari?

JB: Non abbiamo dipendenti, ci sono io che seguo con continuità i progetti, in maniera indipendente e poi abbiamo volontari e tirocinanti. Al momento abbiamo 2 collaboratrici: una volontaria e l'altra ex tirocinante che sta concludendo un progetto. Oltre a me sempre 1 o 2 persone. Poi ci sono una serie di professionisti che collaborano, come me, in maniera indipendente ma continuativa, per esempio il fotografo Marco Toté, il nostro fotografo ufficiale, il grafico Umberto Zamboni, la traduttrice Debora Marcucci, la collaboratrice redazionale che ci dà una mano anche per le edizioni dei bollettini: Valentina Rigotti. Per il momento non c'è nessun personale dipendente ma ci sono collaboratori fissi e creano struttura nello sviluppo dei progetti. Tutti con il compenso dovuto, a partita IVA o comunque in maniera indipendente.

RP: Siccome fate la campagna membership volevo sapere attualmente quanti membri avete.

JB: La campagna membership è stata strutturata durante il primo lockdown ma non l'abbiamo ancora lanciata, aspettavamo di poterlo fare quando ci sarebbe stata una condizione di fruibilità degli spazi, per poi seguire i nostri soci, fargli fare attività nello

spazio. Da quando l'abbiamo strutturata, nel febbraio 2020, ad oggi non siamo andati tanto avanti.

RP: Anche la vendita delle edizioni limitate di silografie, non l'avete ancora lanciata?

JB: No, per il momento c'è stata qualche donazione da parte di chi ha collaborato come partner tecnico, ma le abbiamo ancora tutte a disposizione per quando lanceremo la campagna di membership.

RP: La vostra esperienza con ArtVerona, vi ha portato maggiore visibilità?

JB: Certo, avevamo partecipato ad un bando per gli spazi indipendenti bandito da ArtVerona, c'erano altri 14 spazi e siamo stati selezionati. Avevamo partecipato gratuitamente ad Art Verona per l'edizione del 2019. Sicuramente è stato un ottimo canale di visibilità nel settore e anche di conoscenze e relazioni con altri spazi indipendenti italiani.

RP: Partecipare ad Art Verona quindi vi ha istituzionalizzato?

JB: Sì sicuramente, ci ha permesso di confrontarci ufficialmente con il settore.

RP: Come riuscite a sostenervi economicamente (bandi ecc.)?

JB: Per i bandi al momento no perché per partecipare devi registrare almeno tre anni di attività, siamo ancora in fase di costruzione del nostro portfolio. Puntiamo tutto sul mecenatismo di Alberto Geremia.

RP: Nel futuro avete in programma altre collaborazioni? Cambierete strategia economica?

JB: Speriamo, sarebbe da studiare e capire. Lo svantaggio di essere un'associazione culturale è che per tutti noi è un secondo o terzo lavoro. C'è molto lavoro da fare sulla costruzione dei progetti, è difficile riuscire a trovare il tempo per fare la progettazione strategica, sicuramente è una cosa che ci urge e vorremo mettere tra le priorità al più presto.

### *Intervista a Simone Frittelli*

RP: Com'è nato Spazio Cordis? Come è strutturato giuridicamente?

SF: Per quel che riguarda la parte giuridica ed economica di Spazio Cordis, è molto meno complicato di quello che sembra. Questa struttura che abbiamo fondato è una associazione

nata dall'esigenza mia e di Alberto Geremia per creare uno spazio di ricerca e dare voce a un gruppo di artisti che appartengono alle generazioni più recenti. Ci interessava che non avesse la configurazione di uno spazio di galleria privata, ma fosse una struttura no profit. La prima fase è stata quello di attivare Spazio Cordis, di avere un bollettino, di acquisire uno o più opere degli artisti, di riconoscere un contributo economico a chi presta il proprio lavoro ecc. Queste sono state le necessità del primo periodo della strutturazione, oggi mi sembra interessante ragionare sulla sperimentazione del linguaggio.

RP: Spazio Cordis è un'associazione culturale, in un futuro avete intenzione di approcciarvi alla Riforma del Terzo Settore e cambiare lo status giuridico dello spazio oppure no?

SF: Non lo sappiamo. Il tema principe per noi non è proprio questo, in quanto una delle questioni importanti sarebbe trovare un partner, che trovi nell'attività culturale, una valorizzazione della propria attività e quindi gli dia un significato economico e possa collaborare con noi alla creazione di una struttura. Uno dei modelli che ci sembra potrebbe funzionare è una sorta di collaborazione con qualcuno che costruisca la sua collezione con l'acquisizione di opere degli artisti che espongono a Spazio Cordis e fondi la possibilità di accedere a questo progetto, quindi avere le opere documentate e valorizzate, inserite all'interno di un contesto.

RP: Vorreste avere contributi dalla Pubblica Amministrazione?

SF: Vorremmo trovare un partner che non appartenga alla Pubblica Amministrazione, non credo che si debba utilizzare per la cultura strutture che in ogni caso saranno sempre di parte. Non è interessante per noi che la Pubblica Amministrazione sostenga l'associazionismo privato. Ci sono casi in cui deve essere fatto perché non si trova un modello economico capace di sostenerlo. Per noi è interessante attivare un luogo (Spazio Cordis), già inserito nella vita di un quartiere<sup>38</sup>, e renderlo qualcos'altro, di non privare il quartiere dello spazio.

L'obiettivo dietro a questo è far comprendere che l'arte contemporanea è viva all'interno della nostra società e deve insistere sul proprio statuto per sopravvivere. Siamo orgogliosi che una giovane artista come Chiara Ventura che abbiamo presentato due anni fa in Spazio Cordis ora è tra le selezionate di Exhibart per un premio con una giuria nazionale.

---

<sup>38</sup> In precedenza era lo studio ambulatoriale del Dr. Alberto Geremia.

Siamo stati in grado di sostenere l'operato di una giovane artista che non avrebbe forse trovato sostegno da altre parti. Sono piccole azioni ma quello che si tenta di fare in una realtà come questa è di pensarci e strutturarla con azioni che possano essere analizzate e diventare spunto di riflessione.

## **Intervista Careof**

Il giorno 17 febbraio 2021 è stata intervistata Marta Bianchi, responsabile progetti di Careof. D'ora in avanti l'intervistatrice verrà denominata come RP e l'intervistata come MB.

### Intervista a Marta Bianchi

RP: Dal punto di vista giuridico siete un'associazione no profit. Avete aderito alla riforma del terzo settore? quali vantaggi e svantaggi avete incontrato/trovato?

MB: Noi siamo un'associazione di promozione sociale, siamo diventati APS ad un certo punto perché ci permetteva di entrare all'interno di un registro che era già provinciale e poi regionale e ci dava accesso ad ulteriori occasioni di finanziamento e quindi bandi; oltre che ovviamente essere legata alla nostra mission e all'attività che riguarda la promozione di giovani artisti e artiste ed anche attività educative di formazione sia per i giovani del settore piuttosto che per un pubblico generico di bambini, ragazzi, giovani adulti e adulti. Non abbiamo ancora apportato le modifiche allo statuto, non essendo diventato attuativo il Decreto, non essendoci una scadenza che doveva già essere l'anno scorso, non abbiamo ancora fatto l'integrazione e il cambiamento dello stesso.

RP: Certo, anche perché con il COVID si è fermato un po' tutto.

MB: Esattamente. Un punto in più è che noi abbiamo una relazione stretta con il CSV (Centro Servizi per il Volontariato) locale e quindi abbiamo loro come punto di riferimento sia per reperire informazioni riguardanti gli aggiornamenti normativi e sia come consulenza, loro ci sostengono, ci aiutano e ci aiuteranno in futuro nei cambiamenti dei vari passaggi.

RP: Quindi non avete trovato vantaggi e svantaggi perché non è una riforma attuativa, giusto?

MB: Esattamente, siamo ancora allo step precedente, questo limbo normativo ha fatto sì che noi rimanessimo in questo limbo.

RP: Volevo chiederti quando è stato creato Careof, quindi agli inizi, come riuscite a sostenervi dal punto di vista economico e che tipo di strategia avete utilizzato?

MB: Agli inizi, Careof è stato fondato da Mario Gorni e Zefferina Castoldi nel 1987 ed era un'attività autosostenuta e autoprodotta, poi sono nate collaborazioni con i Comuni

di riferimento. Careof nasce a Cusano Milanino, Mario Gorni aveva come interlocutori i Comuni limitrofi a Milano, Comuni di piccole entità e attraverso la collaborazione e la conoscenza hanno trovato supporto piccoli budget sia per la produzione, per la pubblicazione che per la stampa di piccolissime pubblicazioni relative alle mostre organizzate. Il budget era quello, appunto perché Gorni aveva una sua attività poiché era architetto e insegnava, quindi utilizzava il suo tempo libero per Careof, dove durante il weekend organizzava opening e inaugurazioni e alla sera con le artiste e artisti invitati allestiva le mostre, prevalentemente era su base volontaristica. L'attività è andata via via strutturando a partire dal 1995 in cui effettivamente anche il Comune di Milano riconosce Careof e un'altra associazione nata negli anni '90 che si chiama Viafarini, come interlocutori privilegiati, nel mondo dei giovani artisti. Effettivamente erano stati dati dei contributi perché in qualche modo le attività di Careof e Viafarini si sostituivano a quelle che avrebbe dovuto fare il Comune, proprio in termini anche di archiviazione, documentazione dei materiali degli artisti. Da subito Careof, e poi dal 1991 Viafarini, documentavano ciò che veniva realizzato nel loro spazio e conservavano i portfolio d'artista, ovviamente cartacei, che abbiamo ancora, e opere video nei supporti che poi si sono via via modificati perché adesso stiamo digitalizzando tutto. Per cui Careof fin da subito aveva una vocazione di documentazione, tanto che oggi abbiamo appunto un archivio riconosciuto di interesse storico nazionale dal Ministero dei Beni Culturali, che comprende 14 mila volumi d'arte contemporanea (monografie, saggi piuttosto che riviste, magazine, periodici), 8 mila titoli di video e 126 mila scatti fotografici. È anche grazie a questa attività di documentazione che Careof e Viafarini sono stati comunque riconosciuti come interlocutori privilegiati, perché acquisendo il materiale e ponendolo in archivio, vengono realizzate tutta una serie di attività di studio visit e di scouting delle artiste e artisti stessi. Dall'inizio fino al 2010/2011 c'era una collaborazione piuttosto stretta con la Pubblica Amministrazione, quindi il Comune di Milano e la Regione Lombardia, perché erano ancora anni in cui si potevano realizzare dei progetti senza dover partecipare a dei bandi, non c'era un limite; adesso per poter realizzare progetti senza presentare domande c'è un limite di 20 mila euro, all'epoca non c'erano queste limitazioni e quindi cosa succedeva? Parlando e presentando progetti alla Regione e al Comune venivano supportati e finanziati direttamente. Dal 2010/2011 abbiamo ampliato l'universo di riferimento rispetto al fundraising, per cui abbiamo ampliato le fondazioni per l'acquisizione di fondi, abbiamo iniziato a lavorare con una collaboratrice che ha creato un board, un advising board per Careof che ha attratto e avvicinato tutta una serie di

persone e professionisti che individualmente, o con la loro azienda, potessero supportare la nostra attività e quindi vi è stato questo cambiamento. La prima collaborazione vera con una fondazione l'abbiamo avuta nel 2008 con Fondazione Cariplo perché nel 2008 abbiamo trasferito la nostra sede in maniera congiunta con Viafarini e abbiamo creato il DOCVA (Documentation Center for Visual Arts), ora non esiste più, ma che dal 2008 al 2017 ha riunito i patrimoni di entrambe le associazioni: il nostro archivio video, il nostro archivio portfolio, l'archivio riviste e cataloghi di Careof con l'archivio cataloghi, la biblioteca di Viafarini e il loro portfolio d'artista. Tutto era riunito in un unico ambiente, sempre qui alla Fabbrica Del Vapore e congiuntamente offrivamo servizi aperti al pubblico quindi eravamo una sorta di biblioteca para-comunale dove chiunque poteva venire e fare ricerca.

RP: Diciamo che dall'inizio avevate un sostegno da parte dei privati e poi dal Comune? Mi riferisco agli inizi, quando eravate ancora una piccola associazione.

MB: A Cusano Milanino sostanzialmente c'era il sostegno dei fondatori, quindi erano i fondatori che ci finanziavano, però veniva fatto in maniera molto libera e anche molto artigianale, perciò era Mario Gorni e Zefferina Castoldi che allestivano insieme agli artisti, realizzavano le fanzine e andavano a chiedere i soldi e a presentarsi ai vari interlocutori, prevalentemente del Comune di Cusano Milanino. Non c'era il collezionista, perché erano anni in cui c'erano poche gallerie di riferimento e i collezionisti andavano in determinate gallerie, quindi lo spazio era più un artist-run space, un antesignano.

RP: Nel vostro percorso, avete incontrato problematiche dal punto di vista finanziario e se sì come avete ovviato a ciò? Vi venivano erogati i soldi a progetto oppure in modo continuo?

MB: Il punto centrale della collaborazione con il Comune era appunto l'archivio, il DOCVA, dove archiviavamo e insieme facevamo attività di didattica. Sì, c'è stato sicuramente una difficoltà intorno appunto al 2010/2011 proprio perché una serie di fondi sono venuti meno, anche la collaborazione stretta con il Comune è venuta meno. Di fatto abbiamo potuto erogare meno attività e meno servizi, quindi proprio da un punto di vista di didattica collaboravamo con una realtà che si chiamava "Pane Arte e Marmellata"<sup>39</sup> e

---

<sup>39</sup> L'associazione promuove laboratori d'arte, visite guidate ed eventi collaborando con scuole, istituzioni pubbliche e private, con la finalità di avvicinare grandi e piccoli all'arte

con un'artista, Francesca Marconi, abbiamo dovuto tagliare quelle attività, se non riconvertirle, chiedendo un sostegno alle famiglie, passando dalla gratuità ad una richiesta di pagamento per l'attività offerta. C'è stato un altro momento di crisi, ma possiamo dire che già dal 2011 c'è stata una difficoltà e necessità di cambiare l'universo di riferimento, per quanto riguardava la richiesta di fondi. Questa fase si è un po' trascinata fino al 2013, quando Mario Gorni ha deciso di lasciare l'associazione al gruppo di lavoro, delegandone anche la responsabilità e il peso di gestire un'organizzazione che già all'epoca aveva tre dipendenti, quindi aveva utenze e costi fissi considerevoli. Secondo la visione di Mario Gorni, Careof doveva continuare ad offrire servizi prevalentemente in via gratuita, infatti c'era una attenzione rispetto proprio alla visione e alle modalità di apertura di Careof stesso. Quindi nel 2013-2014, il gruppo di lavoro è entrato anche nel direttivo e ha preso in mano la questione cioè da un lato cercando in tutti i bandi di trattenere una percentuale per coprire le utenze e i costi fissi di Careof e dall'altro ampliando la ricerca di fondi anche da privati, non solo collezionisti e da persone che avessero un interesse ed un capitale per supportare la nostra attività. Chiedendo agli appassionati, agli interessati, al pubblico che ci frequenta e agli stessi artisti e artiste con cui abbiamo collaborato in passato e che ora sono artisti riconosciuti, di supportare l'attività dell'associazione.

RP: Quindi tramite una donazione?

MB: Esatto. Tramite donazioni. Un importante c'è stato nel 2010-2011 poiché venivano meno i supporti del Comune e della Regione, come li ho descritti precedentemente, parallelamente è entrata, tramite la persona che ha organizzato l'advisoring board, la collaborazione con Sky su un progetto specifico che si chiama "ArteVisione" che però ci dava, soprattutto dal 2011 al 2018, una certa agilità anche nell'attività, per cui non solo riuscivamo a portare avanti il progetto nel migliore dei modi mantenendo uno standard qualitativo molto alto, ma riuscivamo anche a compensare le persone dedicate a quel progetto nell'interessezza, grazie al supporto complessivo. Abbiamo avuto poi un altro strumento risultato poi utile cioè le residenze d'artista, sempre qui alla Fabbrica del Vapore, in concessione all'associazione temporanea di scopo che riuniva tutti i laboratori della Fabbrica Del Vapore dando poi la gestione diretta a Careof. Quindi un'altra opportunità di entrate attraverso l'ospitalità, attraverso le collaborazioni con altre realtà estere alle quali chiedevamo supporti per coprire le spese, attraverso dei laboratori,

---

contemporanea. Informazioni da: <https://panartemarmellata.it/>

offrendo il servizio di ospitalità alle altre realtà del territorio di Milano che a loro volta avevano necessità di ospitare artisti e professionisti in città.

RP: Come siete riusciti da organizzazione appena nata a diventare un punto importante dell'arte contemporanea italiana?

MB: Mario (Gorni) ci diceva che nel 1987 Careof era proprio un unicum, ovvero non c'erano molte realtà che erano interessate al mercato, proponendosi come galleria e quindi non c'erano molte altre realtà in cui e con cui relazionarsi alla fine del proprio percorso universitario. Sicuramente c'è stata da un lato la generosità di Mario Gorni e anche la competenza nell'accogliere chiunque avesse progetti nell'intendere Careof come uno spazio aperto, dall'altro, attraverso la tecnica quindi le tecnologie: videocamere necessarie per iniziare a girare i video, macchine per la post-produzione, software che gli artisti non avevano, quindi chiedevano a Mario la disponibilità a prestare o usare il nostro materiale. Attraverso la capacità di Gorni di aprirsi, a relazionarsi, oltre che ovviamente ad una grande competenza nel settore, ha fatto sì che Careof diventasse un punto di riferimento. A un certo punto sono subentrare Chiara Agnello, che è stata la curatrice e direttrice artistica fino al 2013-14, e Lia Manzella che è subentrata come responsabile organizzativa nel 2006-2007, da quel periodo il team si è allargato ed è diventata un'attività professionale.

RP: E ad oggi avete dipendenti, volontari?

MB: Ad oggi siamo in 3 che lavoriamo fisse qui dalla sede e ci sono altri 5 soci che lavorano su progetti specifici fuori dalla sede cioè alcuni non sono nemmeno in città.

RP: Date la possibilità a persone che possono dare una mano come volontari?

MB: Sì, accogliamo più che volontari, giovani in stage. Mentre sui volontari li attiviamo solo in determinate occasioni, quando abbiamo delle aperture oppure sotto data di performance e inaugurazioni.

RP: Come avete fatto a farvi conoscere nell'ambito dell'arte contemporanea, e ad istituzionalizzarvi (tramite campagne pubblicitarie, social, passaparola)?

MB: Passaparola, social e poi attraverso le attività di pubbliche relazioni. Facendo il nostro lavoro, devi andare in giro, documentarti, conoscere non solo gli artisti ma anche le istituzioni, i professionisti e quindi attraverso questa rete di relazioni professionali e/o amicali, la rete si allarga. Adesso abbiamo cambiato ulteriormente perché dopo Chiara

Agnello c'è stata un'altra professionista, Martina Angelotti, che è stata la direttrice artistica di Careof fino a fine 2019 e ha coinvolto artisti middle career e riportato all'attenzione più sull'immagine in movimento poiché Careof nasce con questa vocazione. Angelotti ha proposto una linea molto precisa di ricerca e questo ha fatto sì che si escludessero delle altre ipotetiche collaborazioni o aperture verso l'esterno. Finita la collaborazione con Martina nel 2019 adesso stiamo riprendendo un po' la voglia, il desiderio, la necessità di parlare con altri professionisti, quindi aprendoci a progetti, lavorando in maniera diversa per cui non c'è più un direttore artistico che promuove una linea curatoriale ma c'è un board (un consiglio direttivo) che definisce, delinea i temi di interesse e che raccoglie o promuove proposte. Nei prossimi tre anni lavoreremo sul tema dell'archivio video e della memoria, ma parallelamente, proprio a causa della pandemia che stiamo vivendo, il tema della cura, del corpo, del genere, saranno temi centrali. Ci siamo aperti anche grazie alla collaborazione e partecipazione ad AWI, questa associazione che abbiamo fatto nascere a marzo 2020, ovviamente ha procurato una serie di ulteriori relazioni con artisti, professionisti ed è venuto in modo molto naturale e osmotico, uno scambio di idee. Artiste e professioniste che ho conosciuto o riscoperto in AWI ci hanno proposto dei progetti che poi sono stati assunti all'interno di Careof che porteremo avanti nella programmazione di settembre. Lo scambio di scenario e di strategia di lavoro è interessante, perciò non più un'unica persona che delinea e dirige ma un team che definisce una linea di indirizzo ma che poi si apre anche all'esterno. Tutto ciò lo riteniamo fondamentale anche perché abbiamo lo spazio, delle competenze, del materiale che riteniamo sia giusto mettere a disposizione anche degli artisti e professionisti nel nostro settore.

RP: Secondo te uno spazio giovane in che modo può incrementare le proprie entrate? Volevo capire se tu avessi qualche suggerimento/consiglio, come oggi uno spazio indipendente/associazione no profit culturale possa muoversi per poter ricevere finanziamenti duraturi? Esistono finanziamenti a progetto ma con la problematica pandemia, tutti i progetti sono sospesi ed è un po' difficile.

MB: Consiglio banale ma sicuramente efficace è quello di farsi conoscere all'interno della rete di riferimento, con rete di riferimento intendo non solo altri spazi e realtà anche più grandi che vivono nello stesso territorio e che possono creare collaborazioni ma anche fondazioni che vivono sul proprio territorio: il Comune e la Regione. Questo in un'ottica per far sapere che si esiste e che si fanno delle attività che valorizzano una fascia che è

anche ai margini della riconoscibilità e del riconoscimento. L'altra attenzione credo sia quella di partecipare a dei bandi di capacity building ovvero ci sono delle fondazioni (Cariplo, San Paolo), che fanno attività di supporto e crescita proprio delle piccole organizzazioni, delle piccole imprese culturali, questo ti permette di avere un supporto pluriennale e di iniziare dei percorsi di conoscenza e di acquisizione di competenze. Credo che quello sia anche un passaggio per iniziare a collaborare con delle fondazioni e instaurare la fiducia necessaria per poi poter andare e presentare un progetto e ottenere quei 5 mila euro che fanno realizzare un unico progetto. L'altro tema è quello delle ricadute dell'impatto cioè sempre più spesso quello che noi notiamo è che anche le fondazioni richiedono una sempre più attenta capacità di monitoraggio delle proprie attività e un'attenzione sulle ricadute che le attività generano sul territorio di riferimento, perciò a fronte dei contributi erogati devi dimostrare che quella attività ha prodotto ritorni positivi per la società in cui viviamo.

RP: Questo è un punto importante, nel senso che per uno spazio è difficile monitorare l'impatto sociale, a differenza di un museo che tramite la vendita di biglietti riesce quantomeno a monitorare l'affluenza di pubblico in un determinato mese/anno.

MB: Questo è un punto difficilissimo però è sempre più richiesto, anche noi ce lo stiamo ponendo come tema. Però Stefano Zamagli e Venturi di AICCON<sup>40</sup> stanno studiando il community index per agganciarsi ad un tipo di monitoraggio che è molto funzionale però a settori produttivi, che creano dei prodotti tangibili. Mentre il comparto creativo e culturale produce valore intangibile ed è molto difficile monitorarlo. Come si può monitorare se hai tratto dei benefici per il benessere tuo personale, intellettuale, spirituale perché hai visto una mostra? è difficilissimo. Quindi loro hanno iniziato a ragionarvi e hanno proposto questo community index, secondo me è questa la strada: identificare nuovi parametri di monitoraggio che non possono essere solo la quantità ma anche il grado della qualità che tu instauri con il pubblico di riferimento. Lo segnalo come strumento necessario se si vuole crescere perché ormai tutte le realtà con cui ci stiamo interfacciando ti chiedono conto dell'impatto della attività e quindi non possiamo non dare delle risposte.

RP: Quindi un'organizzazione giovane dovrebbe basarsi su dei bandi pubblici e privati.

---

<sup>40</sup> Associazione Italiana per la Promozione della Cultura della Cooperazione e del Non Profit è il Centro Studi promosso dall'Università di Bologna, dall'Alleanza delle Cooperative Italiane e da numerose realtà, pubbliche e private, operanti nell'ambito dell'Economia Sociale. Informazioni da: <https://www.aiccon.it/chi-siamo/>

MB: Sì, e anche ovviamente relazioni con le aziende cioè il settore locale e limitrofo sfruttando anche il territorio di queste realtà in termini di scambio. Anche quello con le aziende è un percorso lungo, creare consapevolezza, della qualità del lavoro che facciamo, andare da un privato che magari in questo momento sta anche facendo fatica, proponendogli un'attività culturale tout court è difficilissimo soprattutto se non ci sono interlocutori sensibili.

RP: Perché avete deciso di diventare APS? I bandi cui un APS può accedere sono più dal punto di vista sociale. Un'organizzazione che si occupa di arte contemporanea non può accedere a quei determinati bandi se non fa mostre o progetti che comunque hanno come tema centrale il disagio sociale.

MB: Quando noi abbiamo fatto questo cambiamento, c'era qualche bando regionale che ci permetteva di fare attività di apertura e comunque dedicata ai più piccoli, non per forza per un disagio sociale ma coinvolgere categorie che di solito non partecipano alle nostre attività ci è sembrato interessante. Essere APS ci dà la possibilità di partecipare a una serie di bandi che se fossimo associazione culturale tout court non potremmo accedere. Ora stiamo sviluppando un'attività laboratoriale che noi condurremo con una scuola di una zona di Milano periferica e un'AUSER, associazione dedicata agli anziani. Faremo dei laboratori paralleli che poi avranno un risultato comune, speriamo in uno spazio urbano, per fare performance nelle piazze. Abbiamo partecipato ad un bando che generalmente dà supporto e accoglie richieste al terzo settore sociale. Abbiamo inteso la nostra attività e l'apporto creativo culturale come un elemento di innovazione perché un'altra cosa su cui io sto lavorando, anche in AWI, è la necessità di interfacciarsi tra settori differenti. Ci sono articoli dell'OCSE (Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico) e tanta letteratura scientifica che confermano il beneficio dell'arte e dell'attività artistiche culturali proprio sul benessere psicofisico delle persone, per questo motivo ci deve essere una ricaduta sui bandi che vengono fatti, sull'interlocuzioni che le realtà devono avere col Comune ma anche con lo stesso Ministero; è una cosa che chiederemo come AWI. La possibilità di potersi confrontare con il Ministero dell'Istruzione, del Lavoro e non solo con quello Culturale così come poter parlare non solo con l'Assessorato alla Cultura di Milano ma anche delle Politiche Sociali, dell'Urbanistica e avere delle interlocuzioni che siano congiunte. Intendiamo partecipare a tutta una serie di bandi che sarebbero volti solo al terzo settore sociale e stiamo portando il nostro core artistico come valore aggiunto, quindi come tratto di innovazione. È ovvio

che un pochino sposta le attività che si intraprendono, devi voler lavorare col territorio e coinvolgere quegli artisti che hanno anche interesse a fare attività laboratoriale, di partecipazione e non tutti possono essere interessati.

Per quanto riguarda i bandi vinti, avevamo una attività continuativa con il Comune, dove se a fine anno ci fossero state rimanenze d'esercizio, ci sarebbero stati poi dati dei contributi.

Nel 2017-2018 abbiamo vinto un nuovo bando del Comune di Milano per la possibilità di rimanere negli spazi della Fabbrica del Vapore e quindi avendo poi vinto un nuovo bando, abbiamo duplicato gli spazi al piano terra mentre Viafarini, con cui condividevamo la metà degli spazi, è andato al piano di sopra. Abbiamo disgiunto le attività, perché per un certo periodo facevamo tante attività congiunte di mostre collettive, rispetto all'archivio e al DOCVA chiedevamo fondi insieme, mentre per problemi di gestione e di incomprendimento quotidiana abbiamo deciso di separare tutto quanto. Quindi da un lato ha visto morire il DOCVA come luogo di conservazione di entrambi i patrimoni e di consultazione, però ha permesso anche di coinvolgere una serie di realtà con attività simili alla nostra dove c'è chi si occupa di allestimenti, di fotografia shooting, chi di design e di editoria e non solo per condividere parte dello spazio e parte delle spese ma pensare anche a progettualità comuni. Quindi con una sorta di coworking, con pochi coworker selezionati in quest'ottica, cioè collaborare e insieme attrarre un certo tipo di risorse. Per cui se presentiamo un determinato progetto sappiamo già che possiamo collaborare con "AUT design collective"<sup>41</sup> che ci fanno i cataloghi o ci aiutano nella costruzione dell'allestimento, piuttosto che con GISTO<sup>42</sup> che ci prepara i set delle varie mostre, installazioni che proponiamo e così via, perché abbiamo uno spazio che consente un certo tipo di visione, e abbiamo attivato questa logica di condivisione degli spazi e di strumenti che possediamo. Da un lato abbiamo un sostegno dato dal pagamento dell'affitto, delle utenze ecc. ma anche appunto dalle collaborazioni. Abbiamo uno spazio diviso che ci permette facilmente di procedere con questa modalità.

RP: Fate eventi o progetti al di fuori della vostra sede?

---

<sup>41</sup> Design studio con base a Milano e Venezia. Informazioni da: <https://98800.org/about>

<sup>42</sup> Studio/workshop con sede a Treviso, opera negli ambiti di architettura, design e artigianato. Informazioni da: <http://www.gisto.net/about>

MB: Sì sì, adesso facciamo molto poco, purtroppo, ma nell'ultimo periodo ci siamo focalizzati non solo sulla documentazione, archiviazione di opere filmiche ma anche sulla produzione di nuove opere che facciamo circuitare. Ad esempio, l'ultimo film dell'artista andrà a Parigi, Berlino e alla Gamec a Bergamo. Ora, in questo spazio espositivo vuoto da tanto tempo, abbiamo voglia di fare attività qui, prima avevamo dei laboratori, fatti all'esterno della sede, con pubblico anziano e giovane. Oggi stiamo lavorando su dei bandi europei, un altro canale che sarà sempre più necessario attivare, con capacità di produrre output che siano in qualche modo monitorabili e che siano universali, replicabili. La Comunità Europea chiede tanto: più che realizzare un progetto, chiede di identificare nuove metodologie di collaborazione di lavoro, per cui parteciperemo a nuovi bandi che dovranno uscire a breve.

## **Intervista Recontemporary**

Il giorno 22 febbraio 2021 è stata fatta un'intervista a Iole Pellion di Persano, fondatrice di Recontemporary. D'ora in avanti l'intervistatrice verrà denominata come RP e l'intervistata come IPP.

### *Intervista a Iole Pellion di Persano*

RP: Come è nato Recontemporary, come si è evoluto negli anni?

IPP: Recontemporary nasce nel 2016 come un blog di video arte, con l'idea di creare un ponte tra il pubblico e il mondo dell'arte contemporanea. Quest'idea di usare il video, come mezzo di comunicazione, era perché il video poteva raccontare il lato più nascosto di questo mondo e quindi coinvolgere il più possibile il pubblico all'interno di questo mondo, sempre considerato molto elitario, poco accessibile dal punto di vista anche umano, limitato a pochi per i prezzi del suo mercato. Di per sé il mondo dell'arte è molto differente, nel senso che gli artisti stessi vanno un po' contro le leggi del mercato e ricercano una visione molto più concettuale, e questo per me era molto importante da comunicare perché avendo avuto la fortuna di crescere dentro questo mondo, essendo figlia di due galleristi, ho sentito il bisogno di espandere la bellezza e la passione, di poter parlare con alcuni artisti e collezionisti e quindi confrontarsi direttamente con questo mondo. Recontemporary un po' come dice il nome è la crasi di (record) registrare il contemporaneo, fa riferimento al video, nasce da quest'idea di blog, poi nel 2018, dopo aver raccolto un paio di interviste in giro per il mondo, tra cui Dubai, New York e altre location, ho sentito la necessità di fare qualcosa di più perché rimaneva un progetto più di archivio, fine a sé stesso, invece c'era l'intenzione di coinvolgere a tutti gli effetti il pubblico. Perciò ho creato un'associazione culturale basata sul video e sui media nel mondo dell'arte contemporanea proprio con l'obiettivo di lasciare il video come soggetto principale della comunicazione con il pubblico, ma anziché usare un tramite, quindi la mia presenza con le mie interviste, volevo che fosse il video come mezzo a parlare da solo al pubblico. Perché il video? Perché è un mezzo di comunicazione molto attuale che raccoglie l'attenzione soprattutto delle generazioni più giovani, rispetto a tutto quel mondo della comunicazione dei social media (Tik Tok, Instagram e altro), siamo totalmente immersi in una comunicazione video a partire dalla pandemia in poi. Esso è diventato parte del nostro quotidiano e trovo interessante vedere come l'arte utilizzava questo linguaggio molto attuale per confrontarsi con la sua generazione. Questo si intende

che non si dimentica tutto quello che è passato per il mondo dell'arte e gli altri medium, però bisognava dare un focus, uno spazio che raccogliesse questo tipo di racconto che mancava ed era una necessità in Italia che ci fosse. Forse perché per la nostra cultura siamo abituati a essere più legati a un'arte più materica (quindi scultura, pittura). Quindi è sempre stato un po' più difficile avvicinarsi alla concezione di un'arte digitale, rispetto ad altri Paesi. A partire dagli anni '70 con la Biennale di Venezia, partono una serie di movimenti legati alla videoarte, quindi la necessità di utilizzare questi nuovi mezzi tecnologici che venivano utilizzati per diffondere nuove pratiche artistiche e usare la performance come mezzo più alto dell'opera d'arte, più espressivo al massimo, non che fosse rivolto solo al mercato ma al pubblico. Questo trovo sia la bellezza di questo linguaggio, che parte con l'idea di essere più inclusivo possibile e maggiormente aperto a interpretazioni e soprattutto di archiviazione, di legame con quello che è il presente, una sorta di aggancio con tutto quello che ci circonda quindi un racconto contemporaneo a tutti gli effetti. Non siamo il primo spazio ad essersi occupato di video ma nello specifico siamo i primi ad aver deciso di dare esclusivamente importanza a questo tipo di linguaggio e ai new media, come linguaggio esclusivo della nostra associazione e del club, per cui tutte le mostre che noi promuoviamo sono principalmente multimediali quindi video installazioni, o video proiezioni, opere di realtà aumentata o virtuale, dipende poi dalle opere in programma e dalle mostre, ma tendenzialmente questo è il focus un po' che ci differenzia dal resto delle altre istituzioni e che è stata un po' la fortuna di Recontemporary.

RP: Dal punto di vista giuridico voi siete un'associazione no profit e avete sottoscritto la formula di associazione di promozione sociale definita dalla riforma del terzo settore?

IPP: Non siamo un'associazione registrata, siamo un'associazione culturale di natura giuridica non riconosciuta e siamo legati al codice ATECO 949920 che sono le attività di organizzazioni con fini culturali e ricreativi.

RP: Nella vostra associazione avete volontari, dipendenti? Se sì, quanti?

IPP: Il progetto nasce finanziato da me inizialmente, sia come blog che come associazione culturale. L'associazione chiede un tesseramento, che è in realtà un piccolo supporto a quella che è la nostra attività, un aiuto con le spese dell'attività ma non è il grosso delle entrate dell'associazione perché abbiamo deciso di renderlo il più possibile accessibile. I nostri tesseramenti partono da 12 euro all'anno e arrivano fino ai 200 euro per il

tesseramento dei supporter; questo ci dà la possibilità di ottenere donazioni libere, ovvero se qualcuno volesse partecipare abbiamo donazioni libere soprattutto quelle che arrivano dall'estero e dall'Italia e a chi piace il progetto supporta la causa con piccoli contributi.

Questo permette alle persone di partecipare a tutte le mostre presenti in programma e anche delle esperienze dedicate esclusivamente ai soci, soprattutto se si tratta di mostre con la realtà aumentata o virtuale, hanno la possibilità di fare delle esperienze in più o dedicate. Quindi il tesseramento è utile anche per tutelarci nel presentare delle mostre dal punto di vista assicurativo con il pubblico e lavorando con le nuove tecnologie non conoscono quali possano essere le eventuali problematiche. Il tesseramento da 12 euro è una cifra irrisoria, un modo per tenere anche un contatto con chi entra all'interno di Recontemporary e soprattutto se si vuole farne parte. Il nostro obiettivo più importante è quello di creare una community proprio perché siamo forti nella parte educativa, come ad esempio i workshop, corsi con le scuole medie ecc. e anche queste sono modalità per trovare delle entrate al di fuori del tesseramento. Si è creata una community anche online di follower, affezionati e appassionati al medium, seguono il nostro programma per tutto quello che viene promosso. Come detto precedentemente l'ho finanziato principalmente io, sono io la datrice di lavoro come associazione culturale Recontemporary, vi è anche un finanziamento dai soci principali e poi ci sono dei dipendenti che in questo mese sono passate da 2 a 1, prima era un contratto a tempo indeterminato e un apprendistato ora è solo apprendistato e due partecipazioni in partita IVA. Io lavoro non retribuita, sono volontaria come finanziatrice, a me va bene così poiché l'ho fatto più con il desiderio di creare un progetto che fosse per gli altri che per me, quindi non ho entrate da questo progetto, le ho in altro modo: in soddisfazione.

RP: Dal punto di vista economico come riuscite a sostenervi? Se avete sponsor, partner, donatori?

IPP: Sarebbe molto bello riuscire a sostenerci completamente in modo autonomo, purtroppo non è ancora così nel senso che io considero a partire dal 2018 la vera e propria rendicontazione del progetto. A partire dal 2017 abbiamo iniziato a fare la prima rendicontazione e i primi bilanci, rispetto a un investimento iniziale, per metà è stato utilizzato per coprire le spese fisse (acquisto di proiettori, attrezzatura ecc.), l'altra metà è stata spesa nell'organizzazione degli eventi ecc., ad oggi non ancora in pareggio, appena concluso il terzo anno di attività e non siamo ancora riusciti a superare le spese. Se dal

primo anno di apertura al pubblico, quindi il secondo anno di bilancio, ci sono state delle entrate che erano minime, ci siamo ritrovate poi l'anno scorso (2020) nonostante la pandemia e il lockdown, a triplicare le entrate e a dimezzare i costi, il trend positivo ci fa ben sperare per il futuro dell'associazione. Questo è l'impegno economico che io personalmente mi sto prendendo carico. Ci sono state poi delle limitazioni cioè per riuscire ad ottenere alcuni finanziamenti dallo Stato, l'associazione, doveva avere almeno tre anni di sostenibilità economica per poter accedere ad alcuni fondi, alcuni bandi non erano accessibili per noi fino a quest'anno. Quello che è servito ed ha aiutato di più la crescita dell'associazione è stata collaborare, creare un grosso network di collaborazioni. Noi lavoriamo molto con l'estero e questo ci ha permesso di creare un'ottima qualità: presentiamo artisti importanti anche con prezzi ridotti, il video è un format dove dopo una volta che si acquista due o tre tecnologie è anche facile perché non hai i costi di trasporto e quelli per l'esposizione sono limitati e si creano degli allestimenti di un certo impatto. Ci sosteniamo con la ricerca bandi, le collaborazioni e anche con la parte educativa che ha fatto molto negli anni prima di poter accedere ai bandi. La parte di sponsorizzazione tecnica ha fatto molto, non sono di per sé entrate perché non l'abbiamo inserite nella parte di rendicontazione però sono tutta una serie di servizi che si sono aggiunti e hanno permesso di ottenere una certa qualità anche nella presentazione delle nostre mostre, perché fatte in collaborazione con altre realtà. Abbiamo avuto delle entrate dai festival e dagli affitti dello spazio per i festival che hanno utilizzato il nostro spazio come deep lounge o come spazio dedicato ai giornalisti, limitandolo solo ad alcune persone del festival, creando degli spazi particolari, con accessi particolari. Adesso stiamo iniziando a sviluppare una serie di servizi in più come la parte di consulenza al collezionismo e di consulenza nel percorso artistico nel campo dei new media, che fa sempre parte dei tesseramenti.

Adesso stiamo lavorando a un corso internazionale che sarà online, di realtà aumentata, sarà un progetto abbastanza ampio, per cui avremo anche degli sponsor tecnici. Lavorare con loro è stata la prima metodologia per crescere e farci conoscere, collaborando anche con festival, con collezioni private e con altre aziende che volevano partecipare agli eventi che noi presentavamo in qualche modo, quindi fornendo l'allestimento oppure la parte di catering (vini). Ora con la situazione attuale è tutto cambiato, siamo più fermi però abbiamo lavorato con gallerie nella presentazione di eventi digitali e creazioni di progetti

digitali, essendo un po' questo il nostro canale nel mondo dell'arte ci permette di presentarci, come curatrici dal punto di vista del video ecc.

RP: Dal punto di vista dei bandi?

IPP: Non siamo ancora mai riuscite a vincere un bando anche se ci applichiamo con cadenza mensile a provare ad accedere a finanziamenti. Il primissimo bando è stato quello della Compagnia San Paolo, fondamentale per noi per la creazione di questo progetto perché è stato quello che ha aiutato a consolidare l'idea e quindi dare forma e fattibilità al progetto, anche se non lo abbiamo vinto, per la mancanza di disponibilità economica necessaria per parteciparvi, è stato per noi importante per farci conoscere dalle istituzioni, dagli enti promotori. Adesso stiamo lavorando con altre associazioni che hanno vinto bandi e che ci stanno aiutando per i bandi più importanti. In questo periodo di pandemia, le associazioni che hanno già ricevuto fondi hanno trovato difficoltà ad accedere ad alcuni finanziamenti proprio perché si finanziano le realtà più importanti e quelle già avviate che hanno un patrimonio consolidato e non i progetti più piccoli o nascenti. Siamo riuscite a creare un corso internazionale che si autosostiene con le iscrizioni, con un budget limitato, cercando di contribuire il più possibile con delle spese interne, dando la nostra expertise su tutta la parte curatoriale, di comunicazione, di ufficio stampa e poi cercando collaborazioni con l'estero. Questo ci permetterà di presentare un corso internazionale che partirà da Torino, si muoverà e andrà in Germania poi a Barcellona e a Sofia in Bulgaria tutto con un budget limitato perché essendo una mostra digitale, di realtà aumentata, la parte più consistente lo fanno le tecnologie, la parte dell'app e di codificazione del software, fornito come supporto tecnico da un'azienda di ingegneria. Noi adesso riusciremo a coprire le spese della progettazione del corso tramite la call agli studenti e la partecipazione al corso, la call sarà di 15 euro per partecipare e venire selezionati da una giuria poi saranno scelti 10 studenti che verranno al corso, per un costo di 400 euro. Rispetto ai vari corsi di realtà aumentata, che ci sono a livello internazionale, il nostro è decisamente basso come costi e l'obiettivo è quello di far entrare al corso degli studenti e poi presentarli al mondo dell'arte come degli artisti veri e propri. Essere dei promotori dell'arte di questo settore, significa fare anche noi degli sforzi dal punto di vista economico per una buona causa, con l'obiettivo di iniziare a farci conoscere.

RP: Nel vostro percorso, anche se siete un'associazione giovane, avete trovato delle problematiche dal punto di vista economico? Se avete ovviato a questo o se non ne avete incontrate?

IPP: Sì, non ho fatto un business plan all'inizio anche perché era difficile mettere su carta quale fosse realmente la possibilità di far fruttare economicamente il progetto. La bellezza di questo progetto è proprio quello di essere stato apprezzato sin dall'inizio, forse perché era il momento giusto. Altre associazioni e spazi legati al video hanno trovato delle difficoltà nel promuovere, magari le prime gallerie che hanno deciso di focalizzarsi solo sul video poi hanno riscontrato una problematica nel mercato e quindi hanno avuto la necessità poi di legarsi ad altri linguaggi e a fare questo passaggio. Noi arriviamo un po' dopo nel momento in cui la transizione al digitale era già avvenuta; nell'ambito educativo, scolastico ecc., il digitale faceva già parte dei formati ed è stato molto più facile trovare scuole interessate al progetto. Abbiamo contattato personalmente tutte le scuole della città, siamo partite con un target, che è quello adolescenziale, perché ci sembrava il più interessante e anche il più difficile per poter creare dei percorsi interessanti sull'arte contemporanea ed è quello che ha avuto più successo poiché poi le scuole medie sono quelle che hanno partecipato al nostro lavoro e gli studenti si sono entusiasmati. Abbiamo creato noi il percorso di formazione e gli insegnanti d'arte delle scuole medie, i tutor e gli studenti hanno apprezzato molto il percorso che abbiamo presentato alle scuole che ci ha portato molta fortuna e visibilità. I ragazzi raccontano del programma ai genitori che vengono a conoscenza dell'istituzione e da lì si è sviluppata ed espansa la comunicazione e la conoscenza del progetto. In tre anni abbiamo raggiunto un bacino e un network molto ampio che ci permette di lavorare molto bene, questo è stato molto importante, è stata un po' una strategia e un po' il dover per forza trovare un modo di rientrare economicamente, la mancanza di finanziamenti ha fatto sì che noi individuassimo delle attività alternative a sostegno del progetto. Ora abbiamo trovato un grosso partner che sarebbe disposto a collaborare con noi dal punto di vista della progettazione delle mostre e delle attività finanziandoci sia economicamente che tecnicamente. Questo è un grosso risultato perché dal momento in cui i finanziamenti non arrivano, avere una realtà aziendale che ha voglia di investire in un progetto per la comunicazione con un rientro è per noi molto importante.

RP: Come siete riusciti, essendo un'organizzazione giovane, ad avere rapporti con enti all'estero?

IPP: Diciamo che è stato più facile per noi creare un network all'estero che in Italia, perché inizialmente essendo molto giovani, presentarci alle istituzioni pilota dell'arte contemporanea, soprattutto nella stessa città, non ha funzionato. Anzi c'è stato un po' una sorta di un quasi rifiuto nei confronti del progetto, considerato poco importante. C'era poca credibilità rispetto ai progetti nascenti in questo settore perché ci sono tante realtà e associazioni e spazi indipendenti che portano avanti dei programmi che possono essere alcuni interessanti, altri un po' meno, andando a creare un po' di confusione rispetto a quella che vuole essere una qualità, una selettività dell'opera d'arte. Sicuramente dalla nostra c'è il network devo ringraziare molto la mia famiglia perché sono cresciuta nel settore artistico, che sicuramente ha facilitato, anche se il network che ho creato per questo progetto è del tutto esterno al lavoro di mio padre. Sono stati esclusivamente i miei contatti, presi in giro per il mondo. Il modo migliore per creare contatti è quello di viaggiare, studiare e frequentare gli eventi, festival, fare ricerca, perché una volta che si fa ricerca e si presenta alle gallerie e alle istituzioni e si racconta un po' il progetto, i festival esteri e le collezioni private sono state le prime a essere interessate a promuovere le loro collezioni e a fare delle collaborazioni con noi. Questo ci ha permesso di portare in Italia per la prima volta degli artisti importanti con delle personali, magari erano stati alla Biennale di Venezia ma non avevano ancora avuto personali in Italia. Inoltre lavorare con collezioni private che poi hanno a loro volta all'interno dei nomi importanti ci consentivano di avere materiale per una mostra a costo zero, perché avere una collaborazione con la collezione, si presentava la qualità della collezione stessa. Una volta che abbiamo creato questo network estero, una serie di collaborazioni e scambi di un certo tipo, affermata la qualità con cui volevamo presentarci e la ricerca che facevamo è stato più facile entrare in contatto con tutto il resto. I festival, come quello del cinema, ci hanno contattato per vicinanza alla location, che ha fatto molto rispetto alla crescita del progetto perché siamo locati a fianco al Museo del Cinema ed è perfetto per creare questo rapporto di confronto anche tra film, l'immagine in movimento nel campo artistico, quindi sono venuti a chiederci di collaborare. Se ci sono stati degli stop nel mondo dell'arte, dal mondo del cinema c'è stato invece molto interesse per questo tipo di risposta. Essendo anche i primi a fare un progetto di questo tipo in Italia, esso ha creato delle reti con altre realtà che fanno lo stesso tipo di lavoro all'estero quindi si è creato un network molto ampio. Poi c'è un'ultima cosa da dire e cioè che il video, proprio per il suo formato, il suo non avere un mercato non del tutto stabilito ma essere un po' più un prodotto di nicchia, ha una facilità, dal punto di vista dei collezionisti che hanno una visione molto

più aperta per una collezione meno materiale e più per il gusto di collezionare che per una specifica speculazione economica piuttosto che di arredamento. C'è un interesse a condividere questa passione, c'è proprio uno spirito che si riscontra di più in questo settore rispetto ad altri perché essendo poche le realtà, la limitazione di questo tipo ha fatto sì che ci fosse più collaborazione e più voglia di aiutarsi.

RP: È interessante che delle istituzioni grandi o comunque affermate, con il fatto che avete un target preciso, seguito, ora vi diano importanza e riconoscano il lavoro che fate come associazione.

IPP: Assolutamente sì, diciamo che è sempre un po' così nel sistema italiano. Solo quando avviene il successo si riescono ad ottenere risultati, mentre all'estero, solo a raccontare l'intenzione di creare uno spazio di questo tipo c'è la fiducia e l'interesse a collaborare sin da subito, anche se non avevamo nemmeno una presentazione su carta, è molto più facile costruire un legame all'estero che in Italia. Noi come associazione stiamo andando controcorrente cercando di lavorare con il sistema estero, non lo abbandoniamo mai perché è la nostra fonte di qualità, successo, scambio e di crescita maggiore, però abbiamo sentito il bisogno di creare una cosa più a livello cittadino, con altre associazioni, su degli eventi in piccola scala rispetto alle mostre e i festival che hanno portato molto pubblico perché ovviamente hanno un bacino più ampio.

È stato un progetto fortunato sia per la location sia per i tempi. È stata una grande fatica all'inizio, c'era tanta volontà, e voglia di non abbandonare anche se non c'erano i risultati, all'inizio sembrava di avere tutto un po' contro, anche dal sistema locale. Durante la pandemia, ho deciso di abbandonare alcuni progetti perché economicamente non erano sostenibili. Dal business plan pensavo di spendere molto di più rispetto a quello che ho realmente speso, credevo di guadagnare molto di più, ma mi sono resa conto che è un mercato che funziona in modo differente, nel senso che rispetto al primo anno ho avuto solo spese, quest'anno abbiamo dimezzato i costi, non sono arrivata alla cifra che mi ero prefissata ma abbiamo quasi pareggiato le spese e quindi questo mi fa dire che anche se smetto di finanziare il progetto, abbiamo entrate tali da riuscire ad autofinanziarci. Guadagnarci non lo so ma sono ottimista, ora non è il periodo migliore per il sistema dell'arte però già questi primi mesi per noi abbiamo raggiunto la metà dei guadagni dell'anno scorso, in questi primi mesi, quindi fa ben sperare nonostante il trend del mercato sia differente, che è un po' per il tipo di linguaggio che noi ci affidiamo: il

digitale. Siamo un'istituzione anomala, non siamo la classica realtà e associazione, sia per nascita che per percorso di vita.

RP: Diciamo che principalmente per un vostro futuro punterete sempre ad aumentare, ingrandire il network cosicché potete riuscire a ricevere finanziamenti economici dai privati visto che i bandi pubblici non danno una mano alle associazioni giovani e piccole.

IPP: Noi nasciamo come un ente privato quindi è più difficile trovare finanziamenti non privati, ma è più facile per noi da privato andare da un privato e parlare con chi ha voglia di sostenerci, fare una sorta di mecenatismo nel mondo dell'arte.

RP: Voi vi promuovete principalmente tramite social?

IPP: Sì, il nostro target è molto giovane, è stata un'altra delle fortune del nostro progetto e non necessitiamo di avere delle comunicazioni sulla stampa, sebbene abbiamo avuto una serie di articoli e interviste che hanno aiutato a espandere la conoscenza del progetto. Ci sono vari fattori: uno il luogo che è centrale e di passaggio, quindi con il passare del tempo anche se le persone non entrano, sono a conoscenza del tipo di spazio e dell'attività che viene fatta all'interno di Recontemporary, l'altro è tutta la parte social, infatti siamo continuamente contattate da persone anche non di Torino, interessate a questo tipo di progetto e a collaborare con noi. Questo ha permesso di estendersi al di fuori della rete torinese locale e ovviamente le collaborazioni hanno agevolato tantissimo questo tipo di conoscenza perché è stata una nostra strategia andare, soprattutto nel periodo del lockdown, a cercare delle collaborazioni con degli artisti che avessero un seguito di un certo tipo sui social piuttosto che altre realtà che facessero il nostro stesso tipo di lavoro, quindi legarci e promuovere il più possibile sui social la nostra attività. Questo è molto funzionale perché Recontemporary essendo un club in contatto con chi entra a farne parte, chiediamo sempre al nostro pubblico come ci conoscono, come sono venuti a conoscenza del progetto ecc., tendenzialmente molti ci conoscono tramite Instagram e sapere con soddisfazione che le persone di altre città, quando vengono a Recontemporary ,ci dicono che ci conoscono tramite i social e ci vengono a trovare. Dimostra il fatto che l'attività che stiamo portando avanti viene seguita e c'è interesse.

Riusciamo a stringere rapporti e ad espanderci con la comunicazione, in modo gratuito senza sponsorizzazioni, in modo molto esteso e internazionale, grazie allo scambio con altre pagine che hanno tanti follower se non più di noi. Al tempo stesso richiedendo la collaborazione libera di persone che possono mandare il proprio portfolio e suggerire

delle rubriche per arricchire il nostro programma e la nostra comunicazione sui social, quindi queste tipo di collaborazioni in realtà sono il vero fulcro e sostegno del progetto.

RP: È interessante che siete riuscite ad avere rapporti con l'estero, con le scuole e utilizzare bene i social.

IPP: Abbiamo lavorato molto su questi campi, perché sono quelli che più vengono richiesti dalla parte dei bandi, anche se non sono stati di aiuto economico ma sono stati di grande sostegno per la progettazione, come la richiesta di un percorso educativo, la richiesta di partner internazionali di un certo livello, la richiesta di un target giovane ecc., sono tutte cose che noi possediamo. Abbiamo indirizzato molto il progetto anche riguardo la sostenibilità dello stesso. Abbiamo fatto dei progetti tra cui Flip Book che era una collana di libri di artista che non ha avuto il successo che meritava ed è stata un po' dimenticata ma l'idea è quella di portarla avanti nel momento in cui ci saranno le entrate per poterlo fare. Abbiamo visto che progetti educativi mancavano su questo tipo di linguaggio, erano molto richiesti dalle scuole medie, dai ragazzi stessi e quindi abbiamo iniziato a studiare percorsi di questo tipo. Il fatto che sia un progetto nascente e flessibile ci ha permesso di adattarci alle richieste del mercato e al format di questo. Devo dire che essendo un progetto giovane, al femminile e nuovo, tanti hanno deciso di credere in noi anche quando siamo partite e abbiamo più di 350 soci che in ogni caso, anche se non sono tutti supporter, la maggior parte anzi sono member e hanno la tessera di 12 euro, è comunque un buon bacino e vengono qui e supportano il progetto anche solo frequentandoci e presentandoci altri progetti. Dal momento in cui lavoriamo con realtà internazionali abbiamo sempre mantenuto il livello della proposta uguale, se dobbiamo fare delle collaborazioni di altro tipo devono essere per eventi piccoli o cose diverse.

RP: In un prossimo futuro avete qualche idea di progetti, modificare qualcosa dal punto di vista della strategia dei social ed economica?

IPP: Noi come social ci presentiamo in un modo un po' differente rispetto alla classica istituzione d'arte, lo rendiamo più giovane come progetto. Se da un lato c'era la possibilità di screditare la serietà della proposta, dall'altra è stata ottimale per ottenere il consenso e il successo nel pubblico più giovane, quindi trovare i follower, la community. Ci siamo rese conto che non è tanto la comunicazione che fa la serietà del progetto quanto la proposta stessa ed è molto importante per noi. Tutte le collaborazioni che abbiamo stretto sono state di grande beneficio per entrambe le realtà, e questo ne è stata la dimostrazione.

Cresciamo e continuiamo a svilupparci, oggi abbiamo stretto una collaborazione con un altro club che ha base a Hong Kong quindi questo ci consentirà di nuovo un altro interscambio internazionale, dando maggiore visibilità al progetto poiché hanno un bacino più ampio del nostro, rispetto ai follower di Instagram; ci hanno contattato grazie al nostro operato sui social. La comunicazione social è stata affidata a Camilla Ferrero, che è stata una stagista qui a Recontemporary, ed è stato scelto di affidarle la comunicazione, inizialmente avevo affidato il progetto a un'agenzia di comunicazione e mi sono trovata molto più in difficoltà sia per i costi e anche per la produzione dei contenuti ecc. avere qualcuno di giovane interno è stata una svolta, perché ha dato il là a una tipologia di comunicazione molto più giovane. Noi abbiamo anche ragazzini di 13 anni che vengono da soli a vedere le mostre, che vogliono tornare, ci chiedono se ci sono mostre o se facciamo attività. Questo dimostra l'interesse per uno spazio di questo tipo e di essere fuori dai canoni istituzionali. Sono interessati realmente a quello che facciamo e quindi diciamo che essere giovani, se all'inizio non ha pagato, ora paga perché siamo il collante necessario tra le istituzioni vecchie e giovani, anche le istituzioni grandi hanno l'interesse di coinvolgerci proprio perché abbiamo un target e un seguito giovane rispetto al mondo artistico.

RP: Rimarrete sempre un'associazione no profit?

IPP: Sì, l'obiettivo non è quello di vendere ma di guidare il mercato, sono un po' gli obiettivi legati alla filosofia del progetto, quella di sostenere e creare un ponte tra il pubblico e l'arte e farlo nel modo migliore presentando opere di qualità, di interesse giovanile rispetto al linguaggio stesso che viene utilizzato, quindi lasciare che sia il video a parlare da solo e attirare il suo pubblico. Avere un interesse più per la promozione del linguaggio e quindi per l'aspetto umano è di per sé mediazione, vicinanza alla cosa che il mero mercato e secondo me è quello che poi aiuta. Siamo chiamati dalle gallerie per aiutare a vendere video, il percorso anche di informazione e di educazione che noi facciamo al linguaggio video è molto importante per il supporto al linguaggio e al medium e quindi al mercato stesso di questo. Noi abbiamo dei collezionisti che vengono e sono interessati ma li portiamo direttamente alle gallerie o agli artisti stessi alla vendita. Se questi ci riconoscono una percentuale è fatta in donazione, come sostegno alla nostra attività non è il business sul quale noi pensiamo di andare a lavorare.