



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea magistrale in

**Economia e Gestione delle Arti e delle
Attività Culturali**

(ordinamento ex D.M. 270/2004)

Tesi di Laurea

**Il contributo delle aziende al settore artistico e culturale:
il caso UniCredit**

Relatrice / Relatore

Ch. Prof. Alessandro Genovesi

Laureanda

Eleonora Bavastro
Matricola 893712

Anno Accademico

2022 / 2023

*Ai miei genitori,
grazie per essere stati sempre arco e mai freccia.*

Sommario

INTRODUZIONE	4
CAPITOLO 1. La correlazione tra il sostegno delle aziende al mondo dell'arte e gli score ESG	5
1.1 Introduzione agli score ESG e alla Responsabilità Sociale d'Impresa .	5
1.2 L'integrazione dei fattori artistici-culturali nella Sostenibilità aziendale	18
CAPITOLO 2. Le diverse declinazioni del funding per l'arte e la cultura con focus UniCredit	27
2.1 Le pratiche di funding e l'introduzione all'Art Bonus	27
2.2 Il sostegno di UniCredit al settore artistico-culturale	37
CAPITOLO 3. Il riscontro degli Stakeholders all'impegno nell'arte da parte di UniCredit	43
3.1 Analisi dei vantaggi di Reputazione ed Immagine di UniCredit per l'impegno culturale	43
3.2 Indagine ai clienti e ai dipendenti UniCredit	51
CONCLUSIONI	63
BIBLIOGRAFIA	65
SITOGRAFIA	67

INTRODUZIONE

Il seguente lavoro nasce dall'esigenza di voler mettere in luce la relazione tra le grandi aziende e il sostegno di quest'ultime al mondo dell'arte e i benefici che possono trarre entrambe le parti da questo rapporto. Lo studio condotto ha portato ad un'analisi dettagliata dell'evoluzione di questa relazione, mettendo in luce non solo i vantaggi che possono ottenere le produzioni artistiche attraverso i sostegni finanziari delle banche e grandi aziende, facilitando l'accesso alla cultura alle diverse fasce del pubblico e garantendo una manutenzione accurata della produzione artistico-culturale, ma anche i vantaggi che la parte finanziatrice può ottenere da tale situazione, incrementando la sua reputazione agli occhi degli stakeholders e promuovendo una buona Responsabilità Sociale d'Impresa, garantendo uno sviluppo, oltretutto, dei fattori ESG, i quali possono essere utilizzati come strumento di misurazione per valutare il percorso verso una finanza sostenibile. Un focus particolare, infine, va sul gruppo bancario internazionale UniCredit, prendendolo da esempio per analizzare la relazione tra banche e cultura, studiando le mosse che ha fatto negli ultimi anni per sostenere il mondo artistico culturale, sottoponendo un'indagine ai fini dello studio ai principali Stakeholders per comprendere come siano state percepite le mosse dell'azienda nell'ambito artistico culturale.

CAPITOLO 1. La correlazione tra il sostegno delle aziende al mondo dell'arte e gli score ESG

1.1 Introduzione agli score ESG e alla Responsabilità Sociale d'Impresa

Le aziende moderne stanno muovendo grandi passi per entrare nel mercato in modo sostenibile, diminuendo gli effetti sull'ambiente, eliminando le barriere culturali, eliminando le disparità di genere e sostenendo la società. Tutto questo viene misurato attraverso diversi strumenti: dall'interno dell'azienda, rispetto ai concorrenti e ai clienti. Introdurre in questo contesto i criteri ESG, ovvero un insieme di standard utilizzati per valutare le prestazioni di un'azienda o di un'organizzazione su questioni relative all'ambiente, alla società e alla governance aziendale, è utile ai fini dello studio. I criteri, notoriamente concepiti nel 2005 dai principi per gli investimenti responsabili dell'ONU, sono da tempo al centro del discorso pubblico, costituendo una bussola che orienterà le scelte di sviluppo mondiale e, nel breve, comporterà l'impegno di ogni singola impresa verso uno sviluppo sostenibile. All'interno del termine ¹ESG, sempre più conosciuto anche fuori dal mondo della Sostenibilità e della Finanza, sono presenti tre termini chiave: Environmental, Social e Governance. Si tratta di tre dimensioni fondamentali per verificare, misurare, controllare e sostenere la sostenibilità di un'impresa o di un'organizzazione; coinvolgimento e impegno attraverso l'acquisto di beni o l'investimento. In particolare, l'ESG si riferisce principalmente a una serie di standard di valutazione che si concretizzano in un insieme di standard operativi a cui le operazioni di un'azienda devono ispirarsi per garantire il raggiungimento di risultati specifici. I criteri ambientali, che fanno capo alla lettera "E" rispetto alle logiche di valutazione, sono criteri ambientali che valutano come un'azienda si comporta nei confronti dell'ambiente in cui opera, analizzando il suo comportamento nei confronti dell'inquinamento e dei rifiuti, dell'esaurimento delle risorse naturali, della conservazione della biodiversità, della deforestazione, delle emissioni di gas serra e del cambiamento climatico. L'impatto sociale è esaminato dai criteri con la lettera "S". Analizzano le relazioni con il territorio, le persone, i dipendenti, i clienti, i fornitori e, in

¹ Articolo di Mauro Bellini Direttore Responsabile ESG360.it e Direttore testate verticali Network Digital360

generale, le comunità con cui l'azienda è collegata o opera. Riguardano il finanziamento di progetti o istituzioni per aiutare le comunità povere e sottosviluppate a livello globale a migliorare la salute, la sicurezza, una maggiore accessibilità alla cultura e la gestione dei conflitti sociali, nonché le relazioni con i dipendenti, compresa la schiavitù e le condizioni di lavoro. Infine, la "G" della governance riguarda i problemi relativi a una corretta gestione aziendale ispirata a buone pratiche aziendali e al perseguimento dei principi etici. I problemi discussi in questo contesto includono la trasparenza delle decisioni aziendali, il rispetto dei diritti degli azionisti, la retribuzione dei dirigenti e il rispetto delle minoranze. Racchiudono in sostanza tutto ciò che è necessario per governare un'azienda o uno stato, come la strategia fiscale, la remunerazione dei dipendenti, le donazioni e le pressioni politiche, la corruzione, la diversità e la struttura del governo aziendale e statale. Nel corso degli ultimi anni è emersa la necessità di misurare e rendicontare in modo oggettivo le prestazioni aziendali in relazione a criteri sociali, ambientali e di governance. Ad oggi, sono stati identificati quattro fattori principali che rendono l'utilizzo della misurazione degli ESG come mezzo per valutare le prestazioni aziendali in modo oggettivo. Innanzitutto, per limitare i fenomeni di ²*greenwashing*, è importante cercare di individuare indicatori naturalmente oggettivi e facilmente identificabili, facendo subentrare la necessità di collegare i principi di sostenibilità a obiettivi certi e misurabili. Secondo poi, bisogna favorire un processo di valutazione della performance di sostenibilità più oggettivo. Il terzo aspetto tocca la possibilità di migliorare la ³*Disclosure* di queste informazioni agli *stakeholder* di riferimento, importante per la creazione di un ecosistema informativo sul tema della sostenibilità. Come ultimo aspetto, vi è da considerare che una corretta misurazione e rendicontazione dei fattori ESG permette di mappare i rischi ad essi collegati. Oggi parlare di finanza sostenibile significa considerare questi aspetti qualitativi nell'ambito delle scelte di investimento e decidere in questo modo su quali attività investire, non soltanto in base a un possibile profitto, o ad un rendimento, ma anche adottando un approccio integrato. La scelta consapevole di investire in aziende o fondi di investimento con particolare attenzione alle questioni sociali è ciò che distingue la finanza sostenibile. Chiaramente, l'obiettivo dell'investimento rimarrà sempre quello di realizzare un profitto, ma un profitto non soltanto nel breve termine, bensì, in una prospettiva di crescita sociale e sostenibile che possa creare quindi un valore aggiunto nel lungo

² Apparire come un'azienda attiva nella sostenibilità senza che ciò avvenga concretamente

periodo. In linea con la sua missione generale, nel 2004, ⁴il Board del COSO ha commissionato e pubblicato l'Enterprise Risk Management-Integrated Framework. Nel corso dell'ultimo decennio questa pubblicazione ha ottenuto un'ampia accettazione da parte delle organizzazioni nei loro sforzi di gestione e controllo del rischio.

Figura 1: COSO's Enterprise Risk Management Framework



Fonte: COSO, 2018. “Applying enterprise risk management to environmental, social and governance-related risks”.

Da allora questo framework è stato incorporato nelle politiche, nelle norme e nei regolamenti e utilizzato da migliaia di imprese per controllare meglio le loro attività per raggiungere gli obiettivi prefissati. È possibile rappresentare la struttura degli Enterprise Risk Management Framework attraverso un’illustrazione a forma elicoidale simile al DNA umano, dimostrando che le sue cinque componenti rappresentano l’identità delle aziende. Accanto all’evoluzione del concetto di sostenibilità aziendale, anche le metriche applicate per misurare la performance di sostenibilità sono cambiate nel tempo, così come i sistemi di ⁵rating, ma nonostante le principali agenzie di rating ESG stiano oggi pubblicando sempre più informazioni riguardo alle loro metodologie di interpretazione e di confronto tra portafogli e strategie, la trasparenza risulta ancora

⁴ Committee Of Sponsoring Organization, è stata costituita nel 1985 al fine di sponsorizzare la National Commission on Fraudulent Financial Reporting, un’iniziativa indipendente del settore privato che ha studiato i fattori causali che possono portare a una rendicontazione finanziaria fraudolenta.

un problema chiave. Non esiste ad oggi uno standard di misurazione di rating ESG che escluda i rischi di dati disaggregati e non comparabili, con differenti gradi di profondità e di portata. ⁶Gli investimenti sostenibili stanno crescendo rapidamente e i fondi comuni di investimento che investono in base ai rating ESG registrano afflussi considerevoli. A causa di queste tendenze, sempre più investitori si affidano ai rating ESG per ottenere una valutazione da parte di terzi della performance ESG delle aziende. A tal proposito le agenzie di rating possono adottare differenti definizioni di investimento sostenibile, concentrandosi solo su specifici criteri ESG anziché contribuire a requisiti di *Disclosure* standardizzati e fattori ESG definiti in modo oggettivo. La ⁷ricerca di Florian Berg, Julian F. Koelbel e Roberto Rigobon, in questo campo, definisce almeno tre fonti di incompatibilità tra differenti *rating* di ESG, che si possono racchiudere nella Divergenza di scopo, che definisce quella situazione per cui agenzie di rating diverse adottano differenti definizioni di sostenibilità aziendale, considerando perciò solo quegli aspetti direttamente collegati alla loro definizione, la Divergenza di ponderazione, si riferisce, invece, alla situazione per cui *rating* differenti sono dovuti a una diversa rilevanza data a specifici fattori o criteri ESG. Di solito, le divergenze di scopo e di ponderazione vengono aggregate nella definizione di Divergenza aggregata, a causa del loro nesso causale e, infine, la Divergenza di misurazione, si riferisce alla situazione per cui agenzie di *rating* misurano lo stesso fattore ESG con metriche differenti. Risulta chiaro che non esiste ad oggi un approccio universalmente accettato quanto alla misurazione di indicatori non finanziari. A fronte di queste considerazioni, le differenze sostanziali tra score ESG non sono un problema solo per gli investitori, che hanno difficoltà ad integrare le opportunità di ESG all'interno dei loro portafogli in modo da riflettere le proprie preferenze, ma anche per le aziende, che possono risultare scoraggiate nel processo di individuazione della strategia di sostenibilità più adatta a migliorare la propria performance ESG. La divergenza dei rating ESG, dunque, introduce incertezza in qualsiasi decisione presa sulla base degli stessi rating e, pertanto, rappresenta una sfida per un'ampia gamma di decisori. La ricerca futura dovrebbe tentare di migliorare le basi empiriche della finanza sostenibile, i ricercatori dovrebbero esaminare attentamente i fornitori di dati ed evitare di fare troppo affidamento su un

⁶ SSRN – ‘Do Investors Value Sustainability? A Natural Experiment Examining Ranking and Fund Flows’, Hartzmark e Sussman, 2019

⁷ SSRN – ‘Aggregate Confusion: The Divergence of ESG Ratings’, April 15, 2022

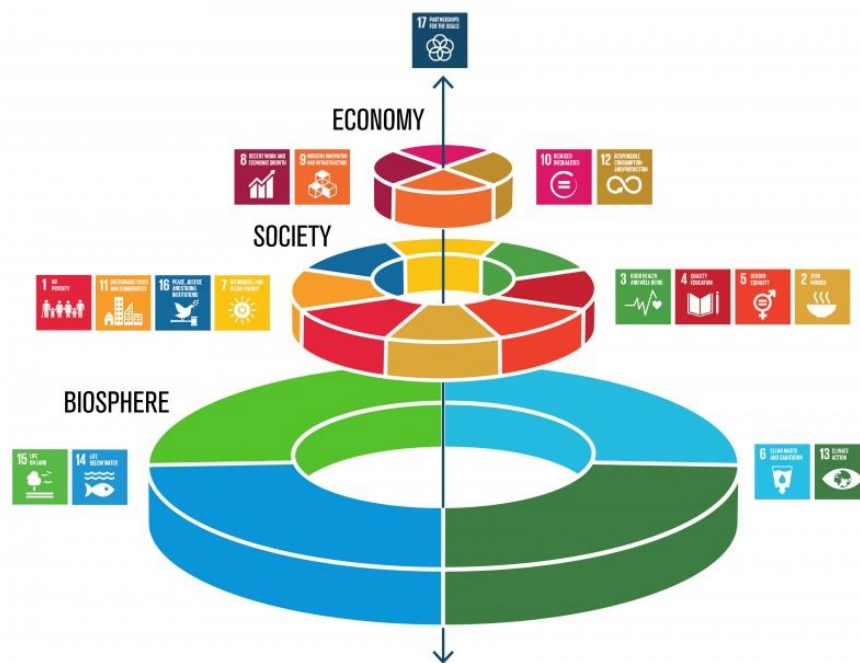
singolo valutatore. Tuttavia, non è sufficiente considerare più rating; in quanto il disaccordo è ampio si estende a specifiche categorie ambientali, sociali e di governance, il che significa che le misurazioni rappresentano anche una sfida per la ricerca su parametri ESG come le emissioni di carbonio o l'uguaglianza di genere. Per risolvere questo problema, i ricercatori dovrebbero investire nello sviluppo di parametri specifici per categoria e, idealmente, renderli disponibili ad altri. Inoltre, l'effetto *rating* solleva interrogativi sull'economia del mercato dei *rating* ESG, dove ragioni strutturali o incentivi che devono essere meglio compresi possono influenzare il modo in cui vengono valutate determinate società o categorie. Al di là delle divergenze tra sistemi di *rating* ESG diversi, imputabili a strategie di differenziazione legate a un contesto di mercato, nonché a fattori culturali, i criteri ESG rappresentano il fulcro della *Disclosure* extra-finanziaria. Bisogna considerare due aspetti. In primo luogo, come la menzionata mancanza di trasparenza, che ha anche effetti a livello accademico e sociale, possa essere superata. In secondo luogo, come risolvere il problema della commensurabilità, o anche detto problema della divergenza di misurazione, ovvero la facoltà delle agenzie di rating ESG di misurare lo stesso concetto con indicatori diversi, riducendo la possibilità di previsione e confronto degli score ESG. In questo senso, aumentando la trasparenza delle agenzie di rating, i ricercatori possono supportare lo sviluppo di una cornice ESG standardizzata, che a sua volta possa aiutare a definire metriche chiave per una misurazione adeguata. Questo processo può portare alla definizione di procedure consigliate, utili a determinare la possibilità o meno di uniformare i requisiti in materia di dati per le aziende e il sistema di punteggio per agenzie di rating. Al contrario, in assenza di standard per delineare la cornice per riportare e monitorare i risultati ESG, l'onere pesa interamente sulle agenzie di rating e sulla trasparenza da parte degli investitori. Anche a questo punto, rimane la necessità di identificare un gruppo di variabili cruciali che possano incorporare questi sforzi in una strategia di lungo termine per l'azienda e per una platea più ampia di stakeholder. Il sistema di classificazione creato dall'Unione Europea, noto come Tassonomia UE, è stato progettato per essere uno strumento essenziale per valutare l'impatto che le attività economiche hanno sull'ambiente. I criteri di performance selezionati riflettono le dimensioni più significative e influenti della sostenibilità ambientale, al fine di condurre gli investimenti verso un'economia a basse emissioni di carbonio e resiliente al cambiamento climatico, limitando così i rischi di greenwashing. Nel contesto della valutazione ESG è particolarmente importante distinguere tra due categorie, quella dei rating

ESG, che rappresentano un giudizio sintetico calcolato da agenzie specializzate, ovvero le agenzie di rating, sulla base di metodologie proprietarie e di dati pubblici e privati e la categoria degli standard di rendicontazione, in quali allo stesso modo prescrivono regole e requisiti di *disclosure* per gli emittenti a favore degli *stakeholders*. Tra le problematiche più rilevanti del settore, vi è la necessità di affrontare una comune ed errata percezione che tende a fondere la *disclosure* sui temi ESG con un crescente ecosistema di rating. Gli indici e gli strumenti analitici che su quella *disclosure* dovrebbero fondarsi portano a non rendere ben chiara nell'analisi di sostenibilità, la differenza tra le suddette organizzazioni e quell'insieme di agenzie di rating ESG, asset managers e aggregatori di dati, cui spesso si fa riferimento, quando si parla di misurazione di ⁸fattori ESG. A questo si aggiunga che la presenza del concetto di sostenibilità sta diventando sempre più importante nella valutazione aziendale e non è mai accompagnato da un quadro chiaro e coerente per misurare e rendere conto di questo. È opportuno a questo punto introdurre i *Sustainable Development Goals (SDGs)*, i quali, pur non essendo degli standard di rendicontazione rappresentano degli obiettivi, o delle finalità, cui le azioni del settore pubblico e privato dovrebbero tendere e, in quanto tali, nonostante l'assenza di parametri di misurazione più specifici, è importante inserirli tra gli altri standard, in rappresentanza di una macro dimensione, cui tutte le azioni di sostenibilità delle aziende, e di conseguenza, anche gli standard di rendicontazione, dovrebbero mirare. I Sustainable Development Goals sono i 17 obiettivi di sviluppo sostenibile definiti dalle Nazioni Unite e ratificati da tutti i 193 membri dell'ONU nel 2015 come obiettivi comuni. Sono suddivisi in 169 obiettivi specifici che dovrebbero essere raggiunti entro il 2023. Si trovano in ogni nazione e si applicano a tutti gli ambiti d'intervento della politica, dell'azione sociale, della filantropia e dei progetti europei. Per raggiungere effettivamente questo obiettivo, è quindi necessario armonizzare la dimensione della crescita economica con quella dell'inclusione sociale e della tutela ambientale. I Paesi si sono impegnati a dare priorità ai progressi per coloro che sono più indietro, in quanto gli SDGs sono stati concepiti per porre fine alla povertà, alla fame, alle malattie e alla discriminazione di donne e ragazze nei contesti lavorativi e non solo, utilizzando la creatività, la conoscenza comune, la tecnologia e le risorse finanziarie di tutta la società, messe insieme come risorse necessarie per raggiungere gli SDGs in ogni contesto. L'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile e il bilancio

⁸ “Statement of Intent to Work Together Towards Comprehensive Corporate Reporting” (2020)

finale degli Obiettivi Sviluppo del Millennio sono stati adottati dall'Assemblea generale delle Nazioni Unite nel 2015, hanno obiettivi comuni su questioni di sviluppo significative come la lotta alla povertà, l'eliminazione della fame e il contrasto al cambiamento climatico. "Obiettivi comuni" implica che tutti i paesi e le persone sono coinvolte; Pertanto, nessuno deve essere escluso o lasciato indietro lungo il cammino necessario per portare la comunità mondiale sulla strada della sostenibilità.

Figura 2 - Interpretazione delle dimensioni d'interesse degli SDGs



Fonte: Azote for Stockholm Resilience Centre, Stockholm University, 2020.

Dall'osservazione dei diciassette obiettivi fissati dall'Onu si intuisce, infatti, il peso che è stato riservato all'approccio economico, come evidenziato dal Global Compact delle Nazioni Unite, in cui le imprese vengono evidenziate come il principale motore dello sviluppo economico attraverso nuovi modelli di business responsabile, maggiori investimenti in ricerca e sviluppo, la promozione di collaborazioni e lo sviluppo tecnologico. Inoltre, il fatto che questi obiettivi di sviluppo sostenibile siano inseriti in altri standard di rendicontazione e svolgano il ruolo di preziosi strumenti per collegare gli obiettivi strategici dell'azienda con gli obiettivi strategici globali, conferma la loro importanza. Il rapporto delle Nazioni Unite del 2015 sottolinea che gli otto Obiettivi di sviluppo del Millennio hanno posto le fondamenta per le attività volte allo sviluppo globale nei quindici anni successivi all'inizio del nuovo millennio; I risultati possono

essere considerati soddisfacenti in quanto il loro perseguimento ha salvato la vita di milioni di persone e migliorato la condizione in molte nazioni. Rispetto ai provvedimenti appena presentati occorre sottolineare che esiste un'interconnessione tra la Direttiva NFRD⁹, che richiede alle società dell'Unione Europea di pubblicare dati sull'impatto delle loro attività sui fattori ESG; il Regolamento sulla Tassonomia che introduce un sistema di classificazione attraverso il quale le imprese di investimento devono classificare gli investimenti anche sulla base dei dati NFRD e il regolamento ¹⁰SFDR, che mira ad armonizzare il regime di trasparenza relativo all'integrazione, imponendo agli operatori finanziari obblighi informativi inerenti la sostenibilità di un investimento assieme ai rischi correlati e con i principali impatti negativi.

Figura 3: Interpretazione delle dimensioni d'interesse dei Sustainable Development Goals



Fonte: Dipartimento federale degli affari esteri DFAE, 2020.

⁹ Fonte: Borsa Italiana, La Non-Financial Reporting Directive (Direttiva 2014/95/EU, "NFRD")

¹⁰ Fonte: Eur-Lex, Regolamento (UE) 2019/2088 del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 novembre 2019 relativo all'informativa sulla sostenibilità nel settore dei servizi finanziari, con l'obiettivo di rendere il profilo di sostenibilità dei fondi più comparabile e di facile comprensione per gli investitori.

Le società dell'UE pubblicano i dati ESG utilizzando le linee guida dell'NFDR, che vengono successivamente raccolti dagli operatori del settore finanziario per analizzare i propri prodotti di investimento. La classificazione di un investimento come sostenibile dal punto di vista ambientale può essere effettuata utilizzando l'analisi dei prodotti in conformità con le regole stabilite dalla Tassonomia dell'Unione Europea. Tutto ciò è strumentale agli obblighi informativi previsti dal Regolamento SFDR, relativi sia alla pubblicazione sui siti web degli operatori nel settore finanziario, sia nella documentazione precontrattuale necessaria e nei report periodici aggiornati. Di conseguenza, è fondamentale l'adozione di un modello di sviluppo economico che tenga conto e includa elementi di natura ambientale, sociale e buone pratiche di governo aziendale, i fattori ESG. Per rafforzare e fornire risorse a questo modello di sviluppo, un ruolo di primo piano è assegnato al sistema finanziario. Investire sul futuro, oggi, significa investire sulla sostenibilità, per favorire la transizione energetica verso un mondo a zero emissioni, adottando standard etici e sociali e, più in generale, perseguire gli obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite. Ad oggi, uno degli elementi critici del regolamento della Tassonomia è che, fatta eccezione per il rispetto di garanzie sociali minime previste dall'art. 18 e individuate dall'Organizzazione internazionale del lavoro, esso si concentra esclusivamente su attività classificabili come sostenibili da un punto di vista ambientale, sottovalutando le tematiche di natura sociale e di governance. La ¹¹Piattaforma per la finanza sostenibile, organo di consulenza della Commissione Europea sullo sviluppo e l'implementazione della Tassonomia Europea, ha già iniziato l'estensione del regolamento ai fattori Social, con lo scopo di mappare e misurare il livello di sostenibilità sociale di un'attività economica, in modo da canalizzare gli investimenti verso entità ed attività economiche che operino nel rispetto dei diritti umani e apportino un miglioramento delle condizioni di vita, specialmente delle categorie più fragili. Non tutti i prodotti finanziari sono uguali sotto il profilo della sostenibilità; ci sono alcuni che non hanno alcuna caratteristica di sostenibilità né sostengono esplicitamente alcun criterio ESG, altri con caratteristiche ESG e altri ancora con obiettivi di investimento sostenibili chiari. Il Regolamento SFDR stabilisce un minimo comune denominatore di *disclosure*

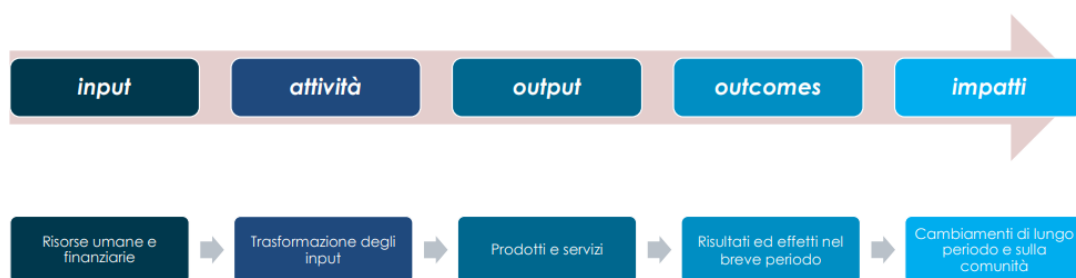
¹¹ La 'Piattaforma per la finanza sostenibile' è composta da 57 membri e 11 osservatori, esponenti del settore pubblico e privato, dell'industria e dell'accademia, nonché della società civile e del settore finanziario.

stabilendo obblighi informativi comuni a tutti i prodotti. La definizione comunemente accettata e portata avanti di finanza sostenibile si riferisce ad un modello che tiene insieme la creazione di valore sociale condiviso e il rendimento finanziario per l'investitore nel lungo periodo. Questo valore sociale include la riduzione dei rischi ambientali e delle disuguaglianze che l'attività economica può causare. Gli investimenti socialmente responsabili, ovvero quelli che costruiscono soluzioni di investimento basate sulla valutazione delle prestazioni non finanziarie degli emittenti, e gli investimenti sostenibili; quindi, quel tipo di operazioni che sono direttamente legate alla generazione di un impatto positivo per l'ambiente e per la società, rientrano nell'ambito di questo perimetro e quindi di questo modello. In questo senso, è quindi nella descrizione di questo modello che possiamo dire che la finanza sostenibile si colloca a metà strada fra la finanza tradizionale, tipicamente orientata al rendimento, e la filantropia, viceversa orientata alla creazione di un valore sociale. Nella versione più aggiornata della finanza sostenibile, si va ad affermare sempre più un modello in cui i fattori ESG sono ora componenti degli obiettivi stessi piuttosto che vincoli alla massimizzazione. La crescente attenzione alla cultura aziendale della sostenibilità e della responsabilità sociale, nonché alla ricerca da parte degli investitori di strumenti finanziari che consentono di combinare obiettivi d'investimento e, di conseguenza, profitti con obiettivi di benessere sociale e solidarietà, hanno portato nel corso del tempo all'individuazione e allo sviluppo di veicoli d'investimento, i cosiddetti fondi ¹²SRI, che sono socialmente responsabili, sostenibili ed eticamente orientati. Per investimento sostenibile e responsabile si intende una strategia d'investimento orientata al medio, lungo periodo che nella valutazione di imprese e istituzioni integri l'analisi finanziaria con quella ambientale, sociale e di buon governo, al fine di creare valore per l'investitore e per la società nel suo complesso. I fondi SRI fanno parte del settore della finanza etica e sostenibile, che lotta contro l'esclusione finanziaria; che opera secondo i principi della responsabilità sociale d'impresa e rispetta la legge e i codici di condotta. Un emittente, impresa o Stato che sia, che rispetti i fattori ESG, viene considerato sostenibile, responsabile e quindi è meritevole di considerazione e fiducia da parte di un fondo SRI. Il fondo una volta completata l'analisi sui fattori di sostenibilità può scegliere quell'emittente per l'investimento delle risorse che ha

¹² dall'inglese Sustainable and Responsible Investment, è un approccio all'investimento orientato al lungo termine che integra i fattori ESG nel processo di ricerca, analisi e selezione dei titoli all'interno di un portafoglio d'investimento.

raccolto presso il mercato. Esistono determinate fasi che contraddistinguono il metodo per l'individuazione dell'emittente sostenibile e socialmente responsabile. In una prima fase il fondo attribuisce un punteggio a ogni area rilevante ai fini ESG, quindi area ambientale, sociale o di governance. In una seconda fase questo punteggio definito concorre a determinare lo score globale di responsabilità sociale dell'emittente analizzato. Nella terza fase, in conclusione, se lo score supera una determinata soglia, i titoli dell'emittente analizzato possono divenire oggetto di investimento da parte del fondo SRI. È importante sottolineare quali documenti vengono presi in considerazione a seconda che l'emittente sia un'impresa oppure uno Stato. In modo particolare per gli emittenti imprese vengono analizzati documenti predisposti dalle imprese stesse e resi pubblici, disponibili sui siti o attraverso altri strumenti, nonché, vengono prese in considerazione quelle informazioni rese da organizzazioni vicine alle imprese. Ormai è possibile affermare che i fattori ESG svolgono un ruolo significativo nella valutazione della sostenibilità di un investimento nel medio-lungo periodo.

Figura 4: Gestione e misurazione dell'impatto, approcci e standard-social value chain.



Fonte: POLIMI Graduated school of Management

In generale, un'impresa può essere considerata "sostenibile" se è in grado di generare valore condiviso con tutti gli stakeholders in modo duraturo nel tempo, è in grado di misurare le decisioni di business tenendo conto di tutti gli effetti, economici e non economici, che esse determinano, e deve anche essere in grado di comunicare gli effetti di sostenibilità delle decisioni prese per ciascun fattore ESG. Il possesso di un rating ESG ha chiaramente vantaggi per l'impresa; questi includono la misurazione delle performance di sostenibilità, il contenimento del rischio reputazionale, il monitoraggio dei parametri di efficienza e produttività, il miglioramento del posizionamento e della leva commerciale, il contenimento del rischio della reputazione e, considerando anche l'aumento delle opportunità di investimento e il potenziale miglioramento dei costi di

finanziamento. Le aziende che si concentrano sulla sostenibilità ambientale e sociale tendono ad avere performance migliori e ad essere più competitive rispetto alla concorrenza. Questa competitività significa minori commissioni per gli investitori e questo è un vantaggio che le spinge a continuare ad investire in fondi e attività basate sulla sostenibilità. I manager aziendali dovrebbero rendersi conto che la condizione critica per tradurre una qualità ESG superiore in un vantaggio competitivo è che la sostenibilità deve essere profondamente radicata nella cultura e nei valori dell'organizzazione. Le aziende devono riformulare la loro identità in organizzazioni che siano aperte alla sostenibilità e incoraggino l'innovazione per aumentare la produttività.¹³ Solo una volta fatto questo, la cultura aziendale può essere trasformata in un regno teso al cambiamento. Una selezione di casi di studio dimostra che le aziende di successo che costruiscono un vantaggio competitivo dalle iniziative di sostenibilità hanno una chiara responsabilità a livello di Consiglio di amministrazione. Obiettivi di sostenibilità chiari e misurabili in termini di quantità e tempo, hanno una struttura di incentivi per i dipendenti per innovazione e revisori esterni che verificano i progressi compiuti. Queste aziende sono in grado di trarre vantaggio dai loro programmi di sostenibilità a medio e lungo termine. Decenni dopo la teorizzazione dei primi modelli di responsabilità sociale delle imprese, oggi l'analisi dei fattori non finanziari sembra essere entrata irreversibilmente nella valutazione delle *performance* delle imprese, anche in virtù dell'importanza del ruolo del settore privato nel raggiungimento degli obiettivi sovranazionali come i *Sustainable Development Goals* e i piani di neutralità climatica. L'*ESG European Institute* si pone, inoltre, di aggiornare la propria analisi, integrando fattori e indicatori specifici per settore o area geografica, anche sulla base delle evoluzioni normative derivanti dalla finalizzazione della Tassonomia Europea, inoltre, standardizzare gli indicatori quantitativi potrebbe facilitare la comprensione delle dichiarazioni di carattere non finanziario, svolgendo un ruolo analogo agli indicatori di bilancio nell'analisi finanziaria. Cercare una valutazione oggettiva e rendere quanto più misurabili i criteri ESG potrebbe anche facilitare il processo di convergenza dei loro rating, che attualmente sono molto diversi da quello che si vede nei rating di credito. È fondamentale agire rapidamente per invertire la rotta, cercando di ridurre gli effetti delle attività umane sul clima e sull'ambiente, poiché la transizione verso un'economia più equa, circolare e a basse emissioni di carbonio è la sfida del nostro secolo. La

¹³ Eccles, Miller Perkins, and Serafeim (2012)

transizione coinvolgerà tutti i settori e, in breve, costringerà investitori e imprese a prendere decisioni difficili.

1.2 L'integrazione dei fattori artistici-culturali nella Sostenibilità aziendale

Analizzando meglio il concetto della sostenibilità, non ci si deve limitare a racchiudere in esso solo le attività volte a limitare l'impatto ambientale e alla mitigazione dei cambiamenti climatici, sicuramente tale aspetto è il futuro a cui puntare nel lungo periodo per il perseguimento della transizione verso un'economia circolare, ovvero un sistema economico in cui il valore dei prodotti, dei materiali e delle altre risorse viene mantenuto il più a lungo possibile attraverso l'uso efficiente della produzione e del consumo, il che riduce l'impatto sull'ambiente e riduce i rifiuti e il rilascio di sostanze pericolose in tutte le fasi del loro ciclo di vita.

Tabella 1: ¹⁴*Selezione del materiale dei fattori ESG*

ENVIRONMENTAL ("E")	SOCIAL ("S")	GOVERNANCE ("G")
Biodiversity/land use	Community relations	Accountability
Carbon emissions	Controversial business	Anti-takeover measures
Climate change risks	Customer relations/product	Board structure/size
Energy usage	Diversity issues	Bribery and corruption
Raw material sourcing	Employee relations	CEO duality
Regulatory/legal risks	Health and safety	Executive compensation schemes
Supply chain management	Human capital management	Ownership structure
Waste and recycling	Human rights	Shareholder rights
Water management	Responsible marketing and R&D	Transparency
Weather events	Union relationships	Voting procedures

Fonte: *From the Stockholder to the Stakeholder: How Sustainability Can Drive Financial Outperformance*, Gordon L Clark, Andreas Feiner, Michael Viehs

Il piano dell'ecologia, però, non è l'unico a rappresentare il disegno sostenibile a cui devono ambire le aziende. Investire in capitale umano o in comunità economicamente o socialmente svantaggiate, nella parità di genere, nel benessere dei dipendenti, nel miglioramento dell'accesso all'istruzione e alla cultura, nella promozione di attività economiche che promuovono obiettivi solidali, nella lotta contro la disuguaglianza o nella coesione sociale sono tutti investimenti necessari per la sostenibilità. Tuttavia, le

¹⁴ I dati sono stati sintetizzati da diverse fonti, tra cui MSCI (2013), UBS (2013), Bonini e Goerner (2011), Sustainability Accounting Standards Board (2013), Global Reporting Initiative (2013) e documenti accademici esaminati nel presente rapporto. La tabella è stata proposta in ordine alfabetico.

aziende che beneficiano di tali investimenti devono garantire che questi obiettivi vengano rispettati.¹⁵ Queste responsabilità, racchiuse nella ¹⁶Corporate Social Responsibility (CSR), incarnano le iniziative aziendali che rispondono alle aspettative della società in merito alla circostanza che le imprese si comportino da buoni cittadini della comunità aziendale. Esse puntano ad incentivare l'impegno attivo in iniziative e programmi per la promozione del benessere umano e della benevolenza, come l'erogazione di aiuti per la fruizione dell'arte, per l'istruzione o per la comunità. Sarebbe interessante trovare delle connessioni tra lo score ESG e l'impegno, ad esempio, in attività artistico culturali delle aziende, al fine di comprendere se l'impegno nell'arte da parte delle imprese possa incentivare positivamente il loro punteggio nei rating ESG, analizzando in particolar modo gli aspetti Social e Governance. Gli studi convalidano la correlazione tra la dimensione "S" (sociale) della sostenibilità e le prestazioni operative; infatti, mantenere buone relazioni aziendali con i tre principali gruppi di stakeholder, dipendenti, clienti e comunità, migliora significativamente¹⁷ queste ultime, traducendo le pratiche di gestione degli stakeholder in un valore aziendale più elevato. In generale, una forza lavoro diversificata ha un effetto positivo sulla performance dell'azienda, e i dati indicano l'importanza delle relazioni con i dipendenti per la performance operativa. La conclusione è evidente, ovvero che le buone prassi in materia di forza lavoro si traducono finanziariamente in termini di migliori prestazioni operative, per quanto riguarda, invece, altre dimensioni sociali più specifiche, ci sono anche effetti significativi e positivi sulla performance aziendale. Alla luce di queste evidenze, è chiaro che la dimensione sociale della sostenibilità, se ben gestita, ha generalmente un'influenza positiva sui risultati finanziari delle imprese. Altri studi sulla dimensione sociale degli ESG mostrano che le imprese che effettuano donazioni di beneficenza molto alte o molto basse hanno una performance finanziaria migliore rispetto alle altre imprese, soprattutto nel ¹⁸lungo periodo, anche se in questo contesto, si deve cercare di analizzare se le donazioni di beneficenza siano una misura reale della sostenibilità, che può portare all'accumulo di capitale sociale, o se le donazioni siano viste solo

¹⁷ Fonti: Benson e Davidson (2010), Hillman e Keim (2001) e Borgers, Derwall, Koedijk e ter Horst (2013). Borgers et al. (2013) trovano una relazione positiva significativa tra l'indice degli stakeholder e la successiva performance operativa delle società, misurata in base al reddito operativo e all'utile netto in base alle attività totali.

¹⁸ Si veda, ad esempio, Brammer e Millington (2008). Godfrey (2005) dimostra che la "filantropia aziendale strategica" può effettivamente portare benefici agli azionisti.

come un'"azione simbolica". Le aziende che finanziano le attività culturali potrebbero potenzialmente migliorare il loro punteggio nei rating ESG grazie soprattutto al giudizio degli investitori e delle agenzie di rating, valutando diversi aspetti delle pratiche aziendali, inclusi quelli legati alla responsabilità sociale. Finanziare le attività culturali può avere impatti positivi su diversi fronti, potrebbe portare ad un risultato nel sociale migliore, in quanto il supporto alle attività culturali può contribuire al benessere sociale e alla coesione della comunità, gli investimenti in cultura possono favorire l'educazione, agevolare l'accesso alla cultura, promuovendo in questo modo arte e creatività. La reputazione aziendale può migliorare grazie al coinvolgimento in iniziative culturali, in quanto le aziende che dimostrano un impegno nei confronti della cultura possono essere percepite positivamente dai consumatori, dai dipendenti e dalla comunità in generale. Infine, può essere preso in considerazione ¹⁹il coinvolgimento della comunità, sostenere progetti culturali può aumentare il coinvolgimento della comunità locale, migliorando così le relazioni tra l'azienda e il suo contesto sociale. Per quanto riguarda la correlazione tra la 'G' di Governance degli ESG e i finanziamenti in arte da parte delle aziende, può essere esplorata attraverso diversi aspetti. ²⁰ESG rappresenta un approccio integrato che valuta l'impatto ambientale, sociale e di governance di un'azienda, mentre i finanziamenti in arte da parte delle imprese possono riflettere l'impegno dell'azienda nei confronti della responsabilità sociale e della sostenibilità. ²¹Si può trovare un risvolto per l'impatto sociale e culturale, in quanto la partecipazione delle aziende al finanziamento delle arti può essere vista come parte del loro impegno nella RSI, poiché un'azienda con una forte Governance ESG potrebbe essere più incline a sostenere progetti artistici che contribuiscono al benessere sociale e culturale delle comunità. Per quanto riguarda la comunicazione e la reputazione, gli investimenti nell'arte possono anche essere considerati uno strumento di comunicazione e miglioramento della reputazione aziendale, in quanto le aziende con una Governance solida cercano spesso di comunicare i loro valori e il loro impegno nel sociale attraverso diverse modalità, tra cui, per l'appunto, il supporto alle arti. Viene nuovamente preso in considerazione anche il coinvolgimento comunitario, un approccio ESG

¹⁹ Eccles, R.G., Ioannou, I., & Serafeim, G. (2014). "The Impact of Corporate Sustainability on Organizational Processes and Performance." *Management Science*.

²⁰ Flammer, C. (2015). "Does Corporate Social Responsibility Lead to Superior Financial Performance? A Regression Discontinuity Approach." *Management Science*.

²¹ Gond, J.P., El Akremi, A., Igalens, J., & Swaen, V. (2017). "The Psychological Microfoundations of Corporate Social Responsibility: A Person-centric Systematic Review." *Journal of Organizational Behavior*.

orientato alla governance potrebbe promuovere un coinvolgimento più significativo e sostenibile con le comunità in cui le aziende operano. ²²Vi è da tener conto anche del rispetto per la diversità e l'inclusione, la governance ESG pone un'enfasi significativa su tali aspetti, gli investimenti nell'arte possono riflettere questo impegno, supportando artisti e progetti promotori dei valori come appunto la diversità e l'inclusione. Molte aziende, incluse le banche, hanno tradizionalmente sostenuto progetti culturali e artistici come parte delle loro iniziative di responsabilità sociale d'impresa o di investimenti nella comunità. Esistono alcuni esempi storici di grandi aziende e banche in Italia coinvolte in attività culturali, come Intesa Sanpaolo, grazie alla sua Fondazione è attiva nel supporto di iniziative culturali e sociali in Italia, collaborando con musei, gallerie d'arte e istituzioni culturali, o come Unicredit, che è coinvolta in progetti culturali attraverso la Fondazione Unicredit e partecipa a iniziative che sostengono le arti visive, la musica e tanto altro. La Banca Monte dei Paschi di Siena con Fondazione Monte dei Paschi di Siena è impegnata in varie attività culturali, tra cui il supporto a musei e iniziative artistiche. Eni, società energetica, è stata coinvolta in progetti culturali, inclusi quelli legati all'arte contemporanea e all'archeologia. Analizzando la parte finanziata, ovvero le attività artistiche alle quali arrivano tali sostegni, l'ottenimento di finanziamenti da aziende e grandi banche può portare a diversi risvolti positivi per un'associazione culturale o una fondazione d'arte. Tuttavia, è importante notare che l'impatto positivo può variare in base alle specifiche circostanze e alle caratteristiche dell'associazione o della fondazione. Alcuni risvolti positivi generali da poter prendere in considerazione possono essere la sostenibilità finanziaria, in quanto ricevere finanziamenti da aziende e grandi banche contribuisce alla sostenibilità finanziaria dell'associazione o della fondazione. Ciò consente loro di pianificare a lungo termine, sviluppare programmi più ampi e garantire una stabilità finanziaria nel tempo. Con l'ottenimento di finanziamenti è possibile espandere le attività, infatti con risorse finanziarie aggiuntive, un'associazione culturale o una fondazione d'arte può espandere e diversificare le proprie attività. Tutto questo potrebbe includere la realizzazione di nuovi progetti artistici, l'organizzazione di eventi più ampi e il coinvolgimento di un pubblico più vasto. Lo sviluppo in questa direzione va a favorire l'accesso a risorse specializzate, le aziende e le banche possono offrire competenze e risorse specializzate

²² Vogel, D. (2005). "The Market for Virtue: The Potential and Limits of Corporate Social Responsibility." Washington, DC: Brookings Institution Press.

in aree quali marketing, gestione finanziaria o sviluppo di progetti, migliorando le capacità operative e strategiche dell'associazione o della fondazione, favorendo ad esempio l'aumento della visibilità, attraverso la collaborazione con aziende e grandi banche, incentivando ad apportare un maggiore livello di visibilità e riconoscimento per l'associazione o la fondazione. Tale visibilità permette di attirare un maggior numero di sostenitori, sponsorizzazioni e partecipazione del pubblico. L'interazione con aziende locali, invece, favorisce la creazione di legami più stretti con la comunità aziendale, conducendo ad una maggiore integrazione nell'ecosistema locale ed alla creazione di opportunità di networking e partnership. Infine, possono aumentare le risorse per l'istruzione e la formazione, in quanto i finanziamenti possono essere utilizzati per sostenere programmi educativi e formativi, promuovendo l'accesso all'arte e alla cultura nella comunità, anche con prezzi più vantaggiosi per il pubblico, facilitando l'arricchimento culturale e l'istruzione artistica. Lo studio pubblicato dal Nomisma può aiutare a comprendere meglio l'impatto economico sul paese dei player dell'arte. Lo studio prende in considerazione non solo i settori direttamente coinvolti, come gallerie d'arte, case d'asta e antiquari, ma anche altri operatori che lavorano insieme in modo costante, come la logistica, le assicurazioni, le fiere, i restauratori, gli artigiani, l'istruzione e le pubblicazioni. Riportando fedelmente i dati, “da questa analisi si può evincere come Nel 2019, prima della pandemia, in Italia, il giro di affari totale era di 1,46 miliardi di euro con un effetto moltiplicatore di 2,60, con un impatto economico di 4 miliardi di euro sull'attivazione dei fornitori diretti e indiretti e sui consumi delle famiglie. Nonostante un notevole calo del numero di attori operanti in questo mercato, il fatturato dei giocatori dell'arte appartenenti alle società di capitali è cresciuto del 118% tra il 2011 e il 2019. Un numero che ha avuto un impatto totale di quasi 4 miliardi di euro sull'economia italiana nel 2019 sottolinea il virtuosismo delle imprese e degli operatori che sono stati in grado di coordinarsi per affrontare l'evoluzione della domanda negli ultimi dieci anni. Tuttavia, va notato che la pandemia e i lockdown del 2020 hanno avuto un impatto negativo sul fatturato, portando il 33% delle imprese a richiedere credito.

Tabella 2- Spettacolo: aperture e chiusure per settore culturale, 23 febbraio 2020 – 10 aprile 2021 estratto da Riprese e cambiamenti nei settori dello spettacolo Centro ASK - Università Bocconi

SPETTACOLO	Febbraio 2020					Marzo 2020						Giu-Ott 2020	Giorni totali di apertura
	23	24	25	26	29	1	2	4	5	7	8	15/06 - 25/10	
Abruzzo													157
Basilicata													157
Calabria													157
Campagna													157
Emilia-Romagna													143
Friuli-Venezia Giulia													149
Lazio													157
Liguria													155
Lombardia													143
Marche													146
Molise													157
Piemonte													149
Puglia													157
Sardegna													157
Sicilia													157
Toscana													157
Trentino-Alto Adige													157
Umbria													157
Valle d'Aosta													157
Veneto													143

fonte: centro SIAE

Lo studio "Riprese e cambiamenti nei settori dello spettacolo", pubblicato dal Centro ASK all'Università Bocconi, ha dimostrato che i settori dello spettacolo dal vivo hanno vissuto un anno difficile e molti operatori sono a disagio in tutte le loro filiere. Per inquadrare le trasformazioni in atto, appare opportuno analizzare i risultati in maggiore dettaglio. Ciò consentirà di riflettere su come i settori si stessero muovendo prima della pandemia. Il COVID-19 ha accelerato alcune tendenze in atto; Secondo un altro punto di vista, è possibile leggere la capacità di risposta di un settore guardando alle strategie che gli operatori hanno utilizzato per gestire i cambiamenti in continua evoluzione. Inoltre, è importante considerare la rapidità della ripresa e le date previste per le riaperture; Sappiamo che la pandemia è iniziata all'improvviso e ha seguito un blocco totale degli spostamenti in tutta la nazione. La ripresa si è sviluppata principalmente durante l'estate fino al blocco aggiuntivo autunnale, creando un'emergenza economico-finanziaria che non sembra ancora essere rientrata nel 2021. Il mercato dell'arte è una complessa macchina che dà lustro e visibilità ai suoi giocatori e all'Italia, sia a livello nazionale che internazionale. Nonostante ciò, deve avviare una serie di servizi come la logistica, le assicurazioni e le fiere di settore prima che possa funzionare. Secondo i dati di Nomisma, e qui riportati ai fine della ricerca "la logistica è un fattore essenziale

per qualsiasi attività e ha generato 70 milioni di euro nel settore dell'arte nel 2019, rispetto agli 80 milioni di euro generati dalla logistica in generale, quella dell'arte italiana in quell'anno ha registrato 1,2 miliardi di movimenti tra l'Italia e l'estero, con 500 dipendenti diretti e 4000 clienti commerciali tra musei e fondazioni. In particolare, studiando la distribuzione del fatturato, scopriamo che gallerie di arte moderna e contemporanea, case d'asta, antiquari, mercanti d'arte e privati hanno generato 20 milioni di euro. 50 milioni di euro raccolti attraverso le attività rivolte ai musei e alle fondazioni. Tuttavia, in generale, il nostro paese si caratterizza per una buona distribuzione di attività e di operatori sul territorio nazionale, ma dal 2006 al 2019 si è assistito ad una graduale riduzione della varietà dell'offerta al pubblico in termini di numero di spettacoli ed operatori e di comparti significativi a livello regionale in tutte le regioni. Dal lato della domanda, il pubblico ha mostrato negli anni un forte interesse verso una sempre più crescente ²³varietà di categorie. Infine, il digitale deve essere discusso, in quanto è stato protagonista e veicolo principale durante il 2020, mostrando una notevole espansione dei mercati già esistenti e una vasta gamma di fenomeni emergenti, oltre ad un evidente declino delle filiere dello spettacolo dal vivo in presenza. Tuttavia, a causa delle chiusure di mostre e musei, la pandemia ha causato un calo del fatturato del 70% al 90% nel settore della logistica. ²⁴La correlazione tra arte e mercati finanziari si è mostrata particolarmente forte nel contesto contemporaneo. Nel confronto tra indici borsistici e mercato globale dell'arte in uno studio pubblicato sul Sole24ore è possibile osservare che “il Global Index Artprice 100 ²⁵ha battuto il FTSE 100 ²⁶sovraperformando il ²⁷Dow Jones fino al 2015, soprattutto nel periodo di crisi o turbolenza finanziaria, ovvero la crisi del debito sovrano nell'eurozona nel 2010-11, per poi rallentare la corsa. L'esperienza storica mostra che i beni tangibili e l'arte, in particolare nella fascia alta del mercato, vengono percepiti sempre più come un bene di rifugio nei periodi di incertezza economica, a differenza dell'oro, che all'epoca era considerato

²³ Fenomeno definito Onnivivorismo culturale

²⁴ Mercato. L'arte resiste alle crisi economiche e finanziarie. In vent'anni il valore delle opere scambiate è cresciuto del 128% a 50,10 miliardi di \$. Di Maria Adelaide Marchesoni, 17 gennaio 2022 ilSole24ore.

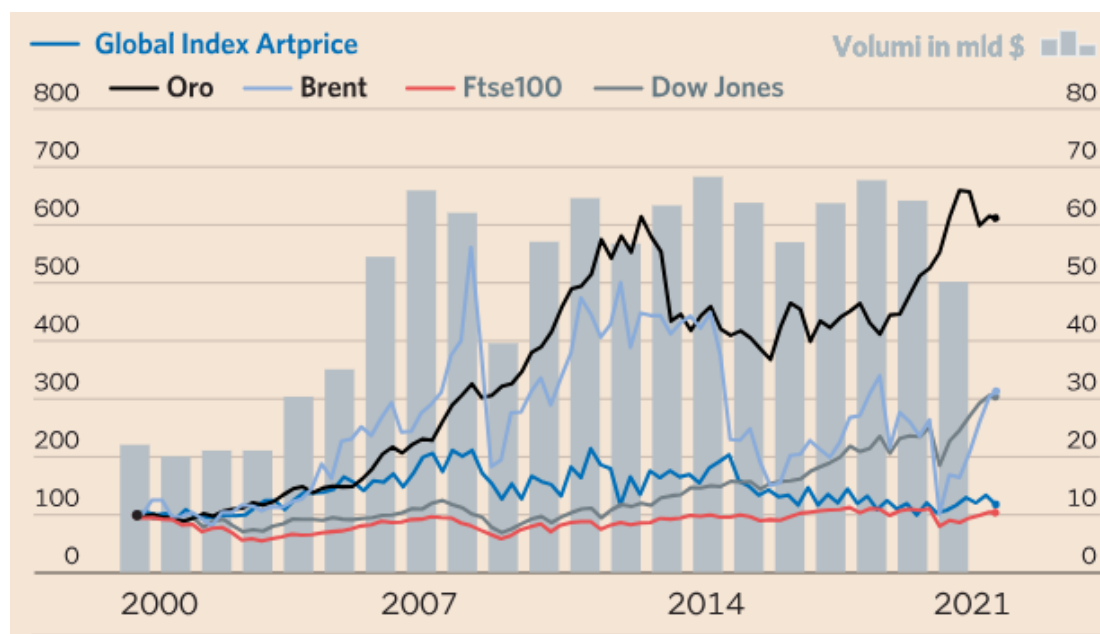
²⁵ Fonte: Artprice.com “L'indice Artprice100 riflette un approccio puramente finanziario all'arte che non sostituisce in alcun modo le relazioni non finanziarie tra collezionisti d'arte e artisti. In sostanza, l'indice rivela l'ipotetico risultato finanziario che si otterrebbe se si investisse negli artisti più venduti al mondo per beneficiare finanziariamente del loro successo.”

²⁶ Il FTSE 100 è un indice azionario britannico delle 100 società più capitalizzate quotate al London Stock Exchange.

²⁷ Il Dow Jones Industrial Average è un indice ponderato per il prezzo di 30 società blue-chip statunitensi. L'indice copre tutti i settori ad eccezione di quello dei trasporti e dei servizi di pubblica utilità.

il migliore alleato.”²⁸ Secondo questa prospettiva, le persone possono trovare ispirazione, conforto e significato nell'arte in momenti difficili o di crisi solo perché acquistare e investire in opere d'arte può essere considerato una forma di rifugio e di sicurezza a lungo termine.²⁹ Quando le cose non vanno bene, alcuni vedono l'arte come un investimento che può conservare o aumentare il suo valore nel tempo. Le professioni coinvolte devono essere in grado di identificare, attribuire, valutare e introdurre un prodotto sul mercato. Pertanto, è fondamentale avere una formazione storico-artistica, rimanendo aggiornati sull'evoluzione del panorama dell'arte e poter essere in grado di interpretare attraverso le proprie competenze i target di domanda e i gusti degli acquirenti in un mondo che cambia rapidamente.

Grafico 1- Andamento dei volumi del mercato dell'arte. Base 1° gennaio 2000=100



30

Fonte: ArtBasel Ubs

Il decentramento amministrativo e il coinvolgimento dei privati nella gestione del patrimonio artistico hanno portato alla creazione di una nuova carriera, quella dei manager culturali, la cui formazione deve tenere conto sia degli aspetti tecnico-culturali che amministrativo-gestionali. un ruolo delicato che richiede la responsabilità di gestione

²⁸ De Montis, A. (2018). "Art as a Shelter for the Soul: A Phenomenological Analysis of the Aesthetic Experience in Everyday Life." *Frontiers in Psychology*, 9, 1719.

²⁹ Kaim-Caudle, P.R., & Gill, S. (Eds.). (2019). "Arts-Based Research, Resilience, and Well-being Across the Life Span." Springer.

³⁰ Articolo de www.ilSole24ore.it

degli eventi in collaborazione con altri professionisti qualificati come architetti, archeologi, ingegneri, conservatori, e così via, con una logica non più solo "culturale" ma anche commerciale. Pertanto, per evitare di cadere in un limbo di alto artigianato non aggiornato rispetto ai progressi della tecnologia e alle competenze manageriali, il mercato dinamico richiede competenze ben bilanciate e nuove figure specializzate. A tal proposito, molte aziende e banche spesso impiegano persone che si occupano della gestione delle fondazioni artistiche o delle attività di responsabilità sociale d'impresa (CSR), che possono includere iniziative culturali e artistiche. Le persone coinvolte in questi ruoli possono avere diverse denominazioni a seconda dell'organizzazione come, ad esempio, il Responsabile Fondazione Artistica o Culturale, questa figura si occupa di gestire le attività e le iniziative legate all'arte e alla cultura all'interno di un'azienda o di una banca, tali attività possono includere sponsorizzazioni culturali, finanziamenti per progetti artistici, organizzazione di mostre, eventi culturali e altro. Il Responsabile CSR In molte aziende, lavora per sviluppare e gestire le iniziative socialmente responsabili dell'azienda, che possono includere anche progetti culturali. Esiste anche la figura del Consulente culturale, infatti, alcune organizzazioni, possono assumere consulenti specializzati nel campo artistico e culturale per fornire orientamenti e suggerimenti su come migliorare il coinvolgimento nell'arte e nella cultura. In grandi aziende e banche, ci potrebbero essere figure specializzate nella gestione delle sponsorizzazioni culturali, che decidono come allocare i fondi destinati alle attività artistiche e culturali, come il Gestore delle sponsorizzazioni culturali. Spesso si pensa che la sensibilità culturale e la comprensione del ruolo che l'arte e la cultura giocano nella società siano qualità essenziali per coloro che lavorano in questi settori. Il mercato dell'arte sta attualmente affrontando nuove sfide, come la possibilità di competere con il sistema dell'arte di altri Paesi europei ed extra-europei, la necessità di stabilire nuove relazioni commerciali e la vendita ad acquirenti stranieri. Ciò significa che sia le istituzioni finanziate dall'arte e dalla cultura che le banche e le grandi aziende che sostengono l'arte e la cultura possono trarre vantaggio l'una dall'altra, portando avanti progetti in parallelo, sostenendo e ampliando le relazioni con gli stakeholder.

CAPITOLO 2. Le diverse declinazioni del funding per l'arte e la cultura con focus UniCredit

2.1 Le pratiche di funding e l'introduzione all'Art Bonus

Ai fini della ricerca è utile comprendere nel concreto come l'interesse di un'azienda nel mondo dell'arte e della cultura possa impattare positivamente sulla Responsabilità Sociale d'Impresa e sugli score ESG, utilizzandoli come strumento di monitoraggio dell'andamento d'interesse delle aziende nel settore culturale, incrementando positivamente in questo modo la reputazione agli occhi dei vari stakeholders, migliorando e ampliando la cultura anche alla società. Il fatto che l'industria culturale abbia una persistente carenza di finanziamenti non è una novità in Italia; La raccolta di fondi culturali sta diventando sempre più importante nell'epoca odierna. L'analisi dei dati mostra chiaramente che tutti i livelli della società, come le associazioni, gli enti pubblici e, soprattutto, i soggetti privati, dovrebbero essere più coinvolti e responsabili nel sostenere la cultura e il patrimonio.³¹In questo panorama diventa sempre più rilevante la figura del fundraiser, il quale è tenuto ad incarnare i valori di professionalità e trasversalità, dovendo attingere ad un forte bagaglio culturale e spiccate capacità relazionali per interfacciarsi con diversi soggetti e dovendo seguire scrupolosamente tutti i passaggi del progetto. Tuttavia, un bravo fundraiser deve possedere anche consapevolezza economica per una valutazione oggettiva delle criticità e comprendere il più possibile gli interessi dei suoi interlocutori studiando tutti i mercati e i settori. Gli strumenti tradizionali a disposizione del fundraiser sono diversi; nel maggio del 2014 viene presentato dal ministro Dario Franceschini il decreto-legge 83/2014 recante disposizioni urgenti per la “tutela del patrimonio culturale, lo sviluppo della cultura e il rilancio del turismo”. L'articolo 1 viene denominato “Art bonus³²- credito d'imposta per favorire le erogazioni liberali a sostegno della cultura”. Il decreto stabilisce un credito d'imposta del 65% per le persone che donano ad istituzioni che preservano e valorizzano beni culturali pubblici. I destinatari della donazione sono teatri di tradizione, fondazioni lirico sinfoniche, istituzioni pubbliche che svolgono attività legate allo spettacolo e enti culturali pubblici e privati. Per sostenere le istituzioni e i luoghi culturali pubblici, nonché per

³¹ Articolo di Soluzioniculturali.com scritto in collaborazione con Alice Celeste

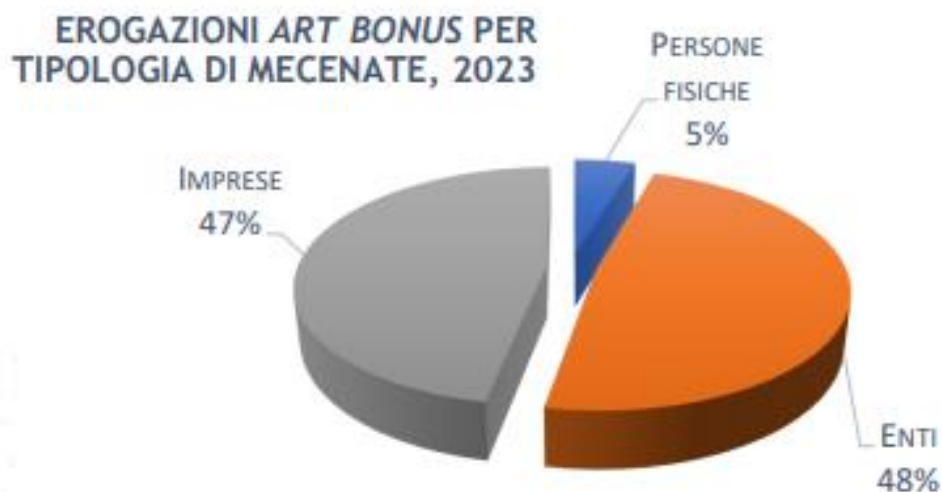
³² Ai sensi dell'art.1 del D.L. 31.5.2014, n. 83, “L' Art bonus consente un credito di imposta, pari al 65% dell'importo donato, a chi effettua erogazioni liberali a sostegno del patrimonio culturale pubblico italiano.” Da artbonus.gov.it/

proteggere, mantenere e restaurare i beni culturali pubblici, la donazione mira a realizzare nuove strutture, mantenere e rafforzare quelle esistenti. La legislazione relativa ai crediti d'imposta è la stessa per i privati, le organizzazioni non commerciali e le imprese. Il credito viene ripartito in tre anni e ha come limiti, per le persone fisiche, il 15% del reddito, per le imprese il 5% dei ricavi annui, è possibile compensare altre imposte con il credito. Per ottenerlo viene richiesta la comunicazione sul sito del Ministero e la visibilità nei siti web dell'istituto ricevente, rendendo noto l'ammontare della liberalità, la destinazione e l'utilizzo della somma ricevuta. La legge di stabilità del 2016 ha stabilito e reso permanente l'art bonus con l'agevolazione fiscale al 65% per le donazioni liberali a sostegno della cultura, prevedendo un allargamento consistente dei benefici fiscali per tutti i donatori, indipendentemente dal loro status giuridico, con l'intenzione di semplificare il sistema delle agevolazioni fiscali. Analizzando la questione in questi termini, si comincia a parlare di un'unica disciplina, superando il sistema basato precedentemente su detrazioni d'imposta e deduzioni dal reddito, in quanto si sono chiaramente definiti gli scopi delle erogazioni liberali e si è dato esclusivo rilievo all'oggetto, a prescindere dalla natura del soggetto che lo gestisce. Subentra così il passaggio dalla referenzialità soggettiva dell'ente che riceve la donazione, ad una valutazione oggettiva del bene o attività culturale pubblica meritevole di tutela e valorizzazione, parlando infine di credito d'imposta e non più di deducibilità dal reddito. Le donazioni liberali possono essere concesse solo a beni culturali di proprietà pubblica; quindi, qualsiasi donazione liberali an un bene culturale privato, anche senza fini di lucro, è esclusa dall'Art Bonus e dal credito di imposta agevolato. In tali ipotesi restano applicabili le disposizioni già previste dal ³³TUIR. Grazie all'elevato ammontare della percentuale, ovvero il 65%, il credito d'imposta, comune alle imprese e alle persone fisiche, mostra un chiaro vantaggio fiscale. Poiché è spendibile in compensazione con altre imposte, è fondamentale dare visibilità all'intero processo mediante azioni di comunicazione e pubblicità, per garantire l'adeguata trasparenza nell'utilizzo delle risorse e per svolgere un adeguato controllo. Dario Franceschini illustrando alla stampa il decreto dell'art bonus sosteneva che con questo decreto l'Italia si sarebbe posta al fianco di paesi all'avanguardia come la Francia per ciò che riguarda il mecenatismo e l'integrazione pubblico-privato; sostenendo che un privato che vuole dare un contributo deve essere accolto e

³³ Testo Unico delle Imposte sui Redditi

apprezzato.

Figura 5- Erogazioni Art Bonus 2023



Fonte: Ales Spa, Acri

³⁴L'Art bonus nel dato cumulativo a fine giugno 2023 Secondo i dati pubblicati e qui riportati dal 'diciannovesimo rapporto annuale Federculture 2023' ha "superato gli 808 milioni di euro, mentre il 2022 si era chiuso con un importo complessivo di 757 milioni di euro. Nel corso degli ultimi anni, le erogazioni liberali dell'Art Bonus hanno avuto un andamento annuale pressoché stabile di circa cento milioni di euro. Ciò è un risultato eccellente considerando il contesto socioeconomico di una grande crisi dovuta a pandemie, conflitti, crisi energetica ed inflazione. Ciò dimostra chiaramente il livello di gradimento e di utilizzo della norma."

³⁴ 19° Rapporto Annuale Federculture 2023 IMPRESA CULTURA. La formazione per il sistema culturale alla sfida del cambiamento - SINTESI DEI DATI PRINCIPALI 2019-2022

Tabella 3- Art bonus- Erogazioni per regione (euro)

	2019	2020	2021	2022
Lombardia	29.227.659	43.523.410	33.699.474	37.150.602
Piemonte	10.358.773	14.537.115	17.560.799	22.004.439
Toscana	13.082.815	10.756.690	18.075.919	18.350.682
Emilia Romagna	12.382.531	10.811.951	13.161.499	14.936.767
Veneto	15.063.586	11.316.217	12.869.867	13.009.395
Liguria	3.267.590	3.804.921	3.070.208	6.204.073
Lazio	2.135.309	3.399.697	4.114.140	2.677.824
Umbria	3.039.228	2.974.057	2.584.566	1.343.130
Friuli Venezia Giulia	2.924.799	841.307	757.284	797.312
Campania	1.393.363	316.150	1.478.065	1.040.708
Marche	933.446	595.969	1.128.991	1.012.003
Puglia	439.229	589.840	999.283	501.540
Trentino Alto Adige	728.767	583.491	1.290.331	672.026
Sardegna	433.550	406.920	1.186.088	221.400
Abruzzo	902.867	1.059.640	321.194	536.843
Sicilia	322.777	517.951	359.043	218.312
Calabria	46.500	49.080	18.077	50.700
Molise	18.079	7.960	10.473	6.000
Basilicata	0	641	0	0
Valle d'Aosta	0	0	0	0
Totale	96.700.869	106.093.006	112.685.301	120.733.758

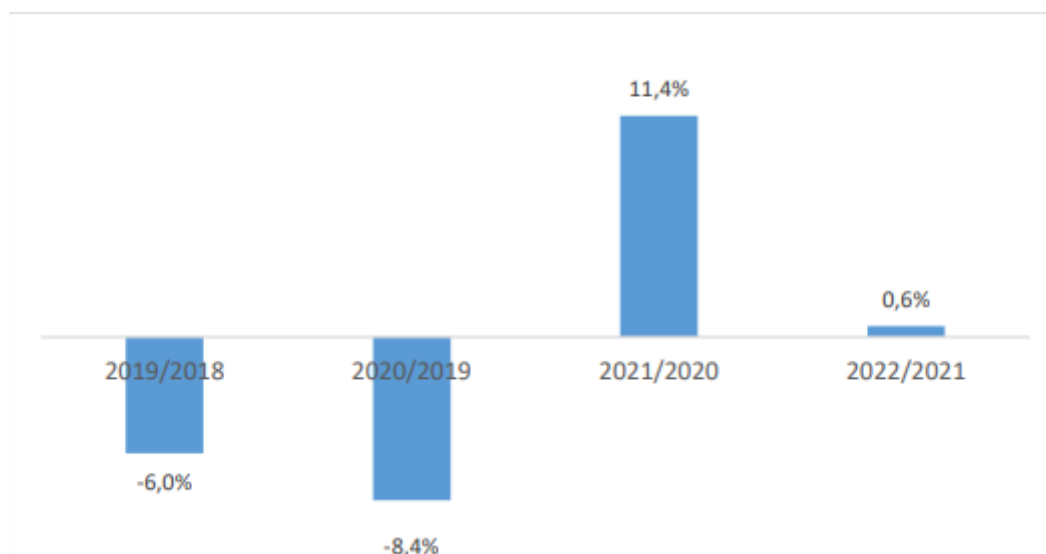
* i dati sono calcolati per differenza dei cumulativi di ciascun anno

Fonte: Ales

Analizzando le altre operazioni delle pratiche di raccolta fondi per l'arte e la cultura, è utile porre l'attenzione sulle relazioni con le fondazioni ³⁵bancarie che nel panorama italiano, sono il soggetto non-profit, privato e autonomo di maggior peso per quanto riguarda il sostegno a questo settore. Questo rapporto contiene un enorme potenziale che potrebbe aiutare sia le banche che le fondazioni culturali. Secondo i dati pubblicati nel rapporto Federculture, "le erogazioni bancarie per il settore culturale sono state principalmente destinate alle creazioni ed interpretazioni artistiche con il 34%, il 24% è stato destinato alla conservazione ed alla valorizzazione dei beni, il 18% alla promozione delle arti visive ed il 13% alle attività museali."

³⁵ L'azione svolta dalle fondazioni bancarie che essendo soggetti privati e autonomi devono, per statuto, destinare gli utili a interventi nel sociale, nella cultura, nella ricerca.

Grafico 2- Le erogazioni delle Fondazioni bancarie alla cultura - variazione 2019/2022



Fonte: ACRI

³⁶ Sponsorizzazioni e partnership sono modi per raccogliere fondi culturali, che consentono ai musei di partecipare e condividere la loro conoscenza con le aziende produttive del paese, consentendo anche di creare un territorio ibrido di confronto e crescita. I musei devono dimostrare di essere innovativi, aperti alla collaborazione e all'innovazione e sempre pronti a prendere in considerazione nuove opportunità, sfruttando al meglio il loro grande potenziale comunicativo per essere più attrattivi e attraenti in un mondo così dinamico., poiché l'economia del ventunesimo secolo si basa sulla creazione di contenuti. Anche durante i periodi di crisi e difficoltà, la cultura può essere un ottimo alleato per le aziende italiane. Il timore che i finanziatori, in particolare quelli con grandi somme di denaro, possano richiedere un trattamento favorevole della programmazione e della visione progettuale culturale è una delle questioni rilevanti che potrebbero sorgere. Tuttavia, questa preoccupazione è spesso superata dalla fiducia che il pubblico ripone nella storia museale, il che sarebbe in ogni caso una mancanza di rispetto e una cattiva pubblicità per il museo, un fallimento. In Italia, analizzando il quattordicesimo rapporto annuale della Federculture, secondo i dati riportati, “è stato stimato che il fundraising incide per l'11% sul bilancio delle Fondazioni culturali mentre solo per il ³⁷3% per i musei autonomi.” Finora, il

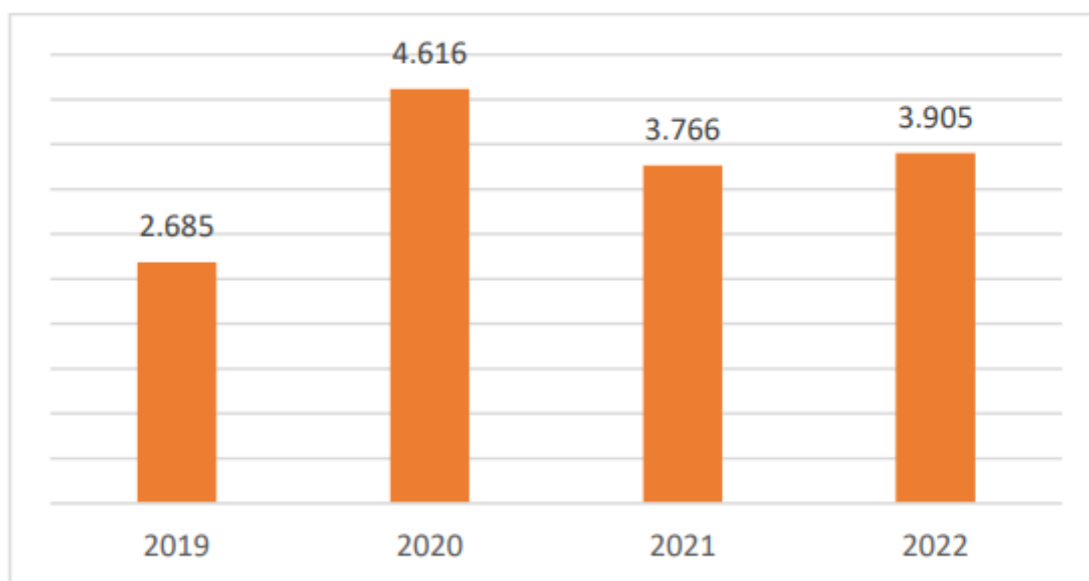
³⁶ Informazioni prese dall'articolo “il fundraising culturale” di Soluzionimuseali.com

³⁷ Fonte Dati: Quattordicesimo rapporto annuale Federculture

crowdfunding è stato ancora meno influenzato dal raccolto di fondi culturali rispetto al finanziamento dei musei, anche perché questa attività richiede un enorme impegno. Le campagne di crowdfunding richiedono una conoscenza profonda del pubblico e dei potenziali partecipanti per promuovere la creazione di comunità, l'attivazione on-line e off-line, la creazione di ricompense e, soprattutto, la soddisfazione dei partecipanti. Tuttavia, per preservare il nostro patrimonio culturale, i singoli dovranno essere sempre più chiamati in causa e i musei, i consulenti museali e le produzioni artistiche dovranno sempre più cercare soluzioni fuori dall'ordinario. Il quadro delle risorse pubbliche, in particolare statali, dal 2019 al 2022, mostra un andamento relativamente stabile. Per quanto riguarda gli stanziamenti relativi al bilancio del Ministero della Cultura, riportando fedelmente i dati pubblicati dalla Federculture, “dopo un aumento significativo nel 2020, quando l'importo era salito oltre € 4,5 miliardi in coincidenza con le consistenti misure a contrasto della crisi dovuta al COVID-19, la dotazione ministeriale è assestata intorno ad € 4 miliardi all'anno, in aumento del 45% sul 2019. Anche le risorse per spettacolo e cinema sono ormai attestate su entità pressoché stabili: il ³⁸Fondo Nazionale per lo Spettacolo dal Vivo nel 2023 è pari a 420 milioni di euro in lieve flessione rispetto al 2022. Nel contrasto, il Fondo per il Cinema ammonta ad € 746 milioni nel 2023 e 2022, con la quota più alta di € 541 milioni destinata agli incentivi fiscali. L'ultimo consuntivo disponibile indica che la spesa delle amministrazioni comunali per la cultura nel 2021 toccherà i 2 miliardi di euro. Questo è un aumento del 11% rispetto al 2019 dopo un netto calo nel 2020. Le risorse per il settore della cultura della provincia sono state in decisa regressione da diversi anni. Nel 2021 sono risultati in leggera risalita di un +1,8% sul 2020 ma sono diminuite del 33% rispetto al 2019. Sono passate da 85 a 57 milioni di euro nel giro di due anni.”

³⁸ Vecchio Fondo Unico per lo Spettacolo Fus, rinominato a dicembre 2022

Grafico 3- Il bilancio del Ministero della Cultura (milioni di euro)



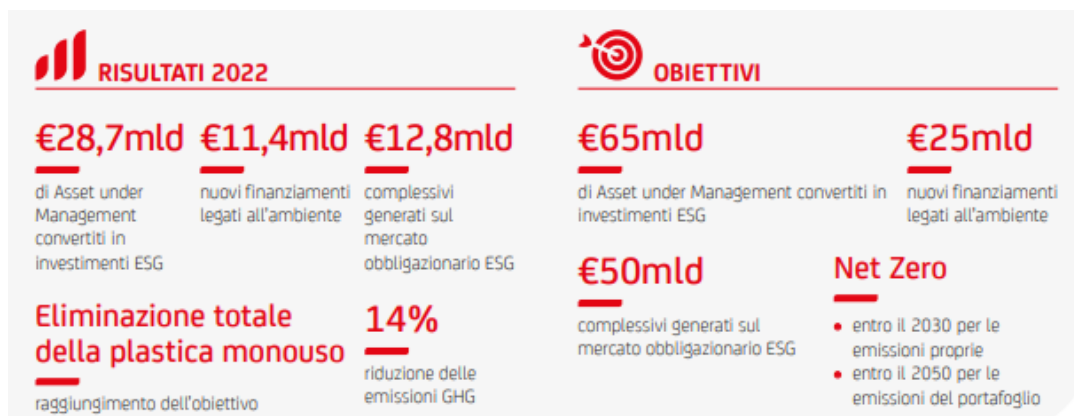
Fonte: Mic, Ragioneria dello Stato

Per comprendere al meglio i rapporti di collaborazione e le pratiche di funding a sostegno del mondo artistico si punterà ad analizzare il lavoro svolto dal gruppo bancario internazionale Unicredit, al fine di indagare nel concreto le pratiche del funding artistico culturale da parte delle grandi aziende in Italia. UniCredit S.p.a. emerge come protagonista dinamico e visionario nel panorama dell'arte contemporanea. Il gruppo, noto per il suo impegno nel settore bancario, ha esteso la sua influenza e il suo interesse ben oltre i confini della finanza, abbracciando con passione il mondo dell'arte e della cultura. L'impegno di UniCredit nel sostegno dell'arte non è solo un esercizio di mecenatismo, ma una strategia integrata che riflette la filosofia e i valori dell'azienda. Uno degli esempi più evidenti di questo impegno è la creazione e la gestione della UniCredit Art Collection, una delle collezioni aziendali più importanti a livello europeo. Questa collezione, che abbraccia un vasto arco temporale e geografico, non è solamente un patrimonio da ammirare, ma anche un mezzo per stimolare il dialogo interculturale e la comprensione reciproca attraverso l'arte, dando vita a numerose iniziative e partnership con istituzioni artistiche di prestigio. Ad esempio, la collaborazione con la Biennale di Venezia ha permesso al gruppo di sostenere attivamente uno degli eventi artistici più significativi a livello globale, fornendo una piattaforma per artisti emergenti e consolidati. Inoltre, attraverso il sostegno a progetti come "UniCredit per l'Arte", la banca si impegna attivamente nel restauro di opere d'arte, contribuendo alla conservazione del patrimonio culturale e alla sua fruizione da parte di un pubblico più ampio. La strategia della Fondazione Bancaria

nel campo dell'arte si estende anche alla promozione di mostre, eventi e incontri che mirano a creare un ponte tra il mondo finanziario e quello artistico, favorendo un dialogo costruttivo e una maggiore sensibilizzazione verso le tematiche culturali contemporanee. L'interesse di UniCredit nel mondo dell'arte non è soltanto un impegno filantropico, ma un elemento chiave della sua identità aziendale, dimostrando come una banca possa contribuire attivamente alla vita culturale e artistica, sottolineando l'importanza di un legame sinergico tra economia e arte. Le iniziative nel mondo dell'arte di UniCredit possono avere un impatto molto positivo sulla Responsabilità Sociale d'Impresa della banca. L'investimento nel settore dell'arte e della cultura è un modo efficace per le aziende di dimostrare il loro impegno verso la società e i principi di sostenibilità e questo è possibile riscontrarlo analizzando alcuni aspetti chiave come la Promozione della Cultura e dell'Educazione, in quanto sostenendo l'arte e la cultura, il Gruppo contribuisce allo stesso tempo all'arricchimento culturale della società. Questo non solo migliora l'accesso alla cultura, ma promuove anche l'educazione e la comprensione, soprattutto se le iniziative sono indirizzate a diversi strati della popolazione, inclusi i giovani e le comunità meno privilegiate. Gli interventi nel restauro e nella conservazione di opere d'arte e monumenti della Banca contribuiscono a preservare il patrimonio culturale. Questo aspetto della RSI dimostra un impegno per la salvaguardia e la trasmissione della storia e delle tradizioni alle future generazioni. Investire negli artisti, specialmente in quelli emergenti, può avere un impatto significativo, aiuta infatti a sostenere la carriera di talenti creativi e promuove la diversità e l'innovazione nel settore artistico. Le iniziative artistiche possono favorire l'inclusione sociale e il dialogo tra diverse comunità. Attraverso mostre, eventi e programmi educativi, UniCredit può contribuire a costruire ponti culturali e a promuovere la comprensione reciproca, migliorando l'immagine pubblica: una solida reputazione in termini di responsabilità sociale può rafforzare la fiducia dei clienti, degli azionisti e del pubblico in generale. La promozione di attività culturali può anche essere un veicolo per incentivare la sostenibilità e l'innovazione. UniCredit può dimostrare il suo impegno verso un futuro sostenibile, ad esempio, promuovendo l'arte che affronta questioni ambientali o utilizzando tecnologie innovative per le esposizioni. Un esempio ne è stato la diciassettesima edizione di ArtVerona, una celebre fiera d'arte moderna e contemporanea. UniCredit e Fondazione Cariverona, in collaborazione con Urbs Picta, hanno organizzato una mostra sui temi dell'ambiente in cui viviamo, che abitiamo, che

percepriamo e dell'ambiente naturale che si ribella all'eccessiva ingerenza umana. Si è trattato di un'esperienza coinvolgente per i visitatori internazionali che ha valorizzato l'arte italiana, all'insegna dell'innovazione, dell'accessibilità e della sostenibilità. Secondo quanto pubblicato nel Bilancio integrato 2022, UniCredit punta ad allineare questi fattori in ogni azione, organizzando un piano che si basi sulle fondamenta dell'azienda, aprendo la strada ad un futuro sostenibile sia alla banca che a tutti gli stakeholder, assicurando, al contempo, di fornire alle comunità le leve per progredire. La strategia ESG del gruppo UniCredit si fonda su elementi tra loro correlati come, i principi che rappresentano i capisaldi pienamente integrati in UniCredit Unlocked, ovvero il nuovo piano strategico 2022-2024 presentato a dicembre 2021. Altro elemento fondamentale di questa strategia è quello di essere un esempio, puntando agli stessi standard elevati che si cercano in coloro con cui si collabora, fissando obiettivi ambiziosi per supportare le esigenze di cambiamento, dotandosi di strumenti per aiutare i clienti e le comunità ad affrontare la transizione ambientale e sociale mediante azioni strategiche sostenibili, sfruttando e investendo le risorse necessarie per raggiungere gli obiettivi ambiziosi. Il piano strategico UniCredit Unlocked ha lo scopo di fornire alle comunità le leve per il progresso, garantendo che la sostenibilità sia al centro di ogni azione, credendo fermamente che i tre pilastri dell'ESG siano entità distinte e ugualmente importanti, muovendo così passi positivi in ognuno di questi pilastri ambientali, sociali e di governance e mettendo impegno nel dimostrare azioni e risultati reali e tangibili. Nei prossimi 3 anni, ad esempio, il piano prevede di investire 100 milioni di euro per garantire la parità di retribuzione tra i sessi, il che significa parità di retribuzione per lavori analoghi.

Figura 6- Risultati e Obiettivi 2022 del bilancio naturale



Fonte: bilancio integrato 2022 Unicredit

Le squadre Unicredit si impegnano costantemente a sostenere e finanziare iniziative che hanno un impatto positivo, guardando al futuro con determinazione e cercando di fare sempre di più per le persone, i clienti e la comunità. Con l'obiettivo di fornire un esempio per la comunità, i temi ambientali, sociali e di governance sono una parte importante della cultura aziendale e per aumentare la responsabilità sociale d'impresa, il programma integra i principi ESG con la strategia della banca.

2.2 Il sostegno di UniCredit al settore artistico-culturale

Al fine di comprendere al meglio l'intervento di Unicredit S.p.a. nella sfera artistica e culturale, è utile sottoporre all'analisi alcuni esempi di finanziamento della fondazione bancaria a favore di questo particolare settore. Si può esaminare in dettaglio il caso dell'Arena di Verona, che ha ricevuto finanziamenti attraverso il meccanismo dell'Art Bonus nel periodo 2014-2016 da Unicredit e Fondazione Cariverona, che hanno stanziato 7 milioni di euro ciascuno. Il programma di 14 milioni di euro totali prevedeva la possibilità di realizzare opere e lavori di restauro, implementando un adeguamento funzionale ed impiantistico, necessari per la piena fruizione del sito. La giunta comunale, guidata da Flavio Tosi, ex sindaco di Verona, ha approvato un piano di interventi che includeva l'impermeabilizzazione e la sigillatura delle gradinate della cavea, il rinnovamento degli impianti elettrici e idrici, l'aggiornamento delle misure di sicurezza e antincendio, il restauro conservativo delle gallerie e di una parte degli arcovoli interni. Inoltre, è stato progettato un piano per organizzare gli spazi in uso a Fondazione Arena, con un occhio di riguardo alla riqualificazione museale, la promozione e la pubblicità. I lavori iniziarono nell'inverno del 2015 per non interferire con il programma della stagione lirica e con i diversi spettacoli e concerti che abitualmente trovano spazio all'interno del celebre monumento. Vista la complessità delle problematiche in argomento venne istituito in maniera preliminare l'Ufficio di Progettazione e Direzione Lavori relativo all'intero intervento che procedette progressivamente all'esecuzione dei lavori per le singole aree funzionali, al fine di salvaguardare le attività dello spettacolo di Fondazione Arena e garantire allo stesso tempo la visitabilità del sito archeologico da parte dei turisti. Tutto questo mise in atto un'attenta cura alla manutenzione ed alla conservazione del bene in quanto, come la storia ci insegna, solo l'utilizzo effettivo dell'Anfiteatro può fare da garanzia per la sua trasmissione alle generazioni future, in quanto l'abbandono, l'oblio e la trascuratezza sono stati, nel passato, le cause principali della perdita di inestimabili patrimoni culturali.³⁹Nel 2024, Unicredit si riconferma partner storico della Fondazione Arena dopo 30 anni. La banca e TicketOne hanno recentemente vinto la gara per la gestione dei biglietti della Fondazione Arena per il triennio 2022-2024, che include la centesima edizione dell'Opera Festival. UniCredit continua a sostenere il Festival Lirico dell'Arena di Verona, iniziato nel 1994 e

³⁹ Informazioni raccolte dal sito www.unicreditgroup.eu

considerato uno degli eventi artistici e musicali più famosi e amati al mondo, che rappresentano l'eccellenza culturale della nostra nazione. La collaborazione con la Fondazione Arena fa parte del vasto impegno di UniCredit per la cultura, poiché la banca ha una lunga tradizione di sostenere l'erudizione come mezzo sostenibile per lo sviluppo sociale ed economico, un mezzo per la comunicazione di idee e la promozione della coesione sociale e del senso di appartenenza. Attraverso selezionate partnership e sponsorizzazioni il Gruppo sostiene attivamente le comunità in cui opera anche in ambito culturale, promuovendo importanti iniziative, rivolte a un pubblico sempre più ampio. Oltre alla partnership con l'Arena, la fondazione bancaria conferma con orgoglio la sua presenza come Sponsor principale accanto al Teatro di San Carlo di Napoli, vera e propria istituzione di valore inestimabile da quasi tre secoli, confermando l'impegno nella tutela, nel sostegno e nella valorizzazione delle diverse forme d'arte, fornendo non solo un sostegno attivo nella produzione e nella promozione della stagione teatrale 2023/2024, ma anche un apporto attivo e concreto nella realizzazione di progetti collaterali di tipo sociale ed educativo, dai laboratori di ascolto creativo rivolti ai bambini delle scuole primarie e secondarie di primo grado, ai progetti di inserimento professionale dei più giovani nel mondo delle arti e dello spettacolo fino a sostenere le Officine San Carlo, vero e proprio fulcro creativo nel territorio. Forte del rinnovo di questa sponsorship, UniCredit decide di agevolare i propri clienti offrendo loro uno sconto del 15% sui biglietti di tutte le rappresentazioni della stagione 2023/2024 del Teatro di San Carlo. Grazie a questo progetto di partnership e agli imprenditori che hanno aderito al piano d'investimento triennale a sostegno dell'attività del Teatro, il San Carlo ha proseguito nella sua intensa attività di produzione, riconosciuta come patrimonio artistico e umano a livello internazionale, senza mai abbandonare l'importante principio di continuità storica che alimenta la sua anima. Il bisogno di condividere la bellezza dell'arte, di riconoscersi in essa attraverso un linguaggio universale che porti al dialogo e al confronto con le diverse culture, porta a una cooperazione viva e attiva tra soggetti che operano in ambito culturale ed economico. UniCredit non solo aiuta nella produzione e nella pubblicità della nuova stagione teatrale, ma eroga anche un art bonus per sostenere le attività di formazione e inclusione sociale delle Officine San Carlo. Grazie al sostegno della fondazione bancaria, sono stati istituiti numerosi percorsi formativi come Officina Scenotecnica, con la collaborazione della scuola di scenografia dell'Accademia di belle Arti di Napoli, e sono stati aperti e supportati anche corsi tecnici di scenografia. Invece, l'Officina Commedia dell'Arte organizza un

seminario per attori, principianti o aspiranti, giovani interessati, in cui verranno discussi i principi della recitazione, dell'azione scenica, delle macchine comiche e dell'arte di affascinare e sorprendere il pubblico. Inoltre, c'è Officina Fotografia, che si pone come obiettivo dei vari incontri quello di osservare come la fotografia può essere utilizzata come mezzo di racconto e storytelling. Officina Melodia di Napoli è un laboratorio per giovani musicisti e cantanti, con dieci lezioni in cui verrà sviluppato un percorso formativo in preparazione an un grande evento sulla canzone napoletana. La collaborazione con Luxury Carpet, un'azienda specializzata nella produzione di tappeti e moquette sartoriali di alta qualità, ha portato al progetto "Art Carpet". L'obiettivo del progetto è la realizzazione di un tappeto/arazzo, progettato dagli studenti dell'Accademia di Belle Arti, tessuto con il filato ⁴⁰econyl, e che verrà successivamente donato al Teatro San Carlo. L'attività svolta dagli studenti utilizza un approccio interdisciplinare e mira an approfondire i temi che lo sottendono, come la storia del tappeto e dell'arazzo, il significato antropologico degli oggetti, il peso della sperimentazione, la tradizione locale, il made in Italy, la riscoperta del fare a mano e la ricchezza dell'artigianalità. L'attività è caratterizzata da un approccio interdisciplinare e mira a produrre un artefatto di qualità. ⁴¹Infine, Le Storie tratte da L'uovo di Virgilio di Vittorio del Tufo sono al centro dell'attenzione dell'Officina Teatrale Piccola Suite in Blu minore. L'obiettivo dell'officina teatrale è raccontare una Napoli che era la capitale della cultura e del mondo di allora, come la città del viaggio di Goethe nel 600 e nel 700, riportando in scena i personaggi che hanno caratterizzato la storia e il capitale umano della grande città in modo contemporaneo. Tutte le attività sono gratuite completamente. I laboratori saranno tenuti presso i locali della Fondazione Teatro di San Carlo, tra l'altro alla conclusione del progetto, sarà rilasciato, a coloro che lo abbiano portato a termine l'intero percorso, un attestato di partecipazione. Oltre al San Carlo UniCredit è fiera di aver rinnovato il suo ruolo di Partner principale della Filarmonica della Scala per la stagione 2024 in Italia e all'estero. Una partnership consolidata da oltre 20 anni, che unisce cultura e responsabilità sociale, per garantire una sinfonia di passione e valori senza pari, con un impatto positivo sullo sviluppo economico e sociale e sull'educazione. La musica, cuore della cultura italiana, è profondamente radicata nella sua storia e nel suo patrimonio. Per il 2024 sono già in progetto il "Concerto

⁴⁰ “un nylon rigenerato ecosostenibile ricavato, dal riciclo di reti da pesca dismesse o non usate” spiegazione pubblicata sul sito www.teatrosancarlo.it

⁴¹ Informazioni prese dal sito www.teatrosancarlo.it

per Milano" in Piazza Duomo, le iniziative benefiche e i progetti educativi, che sottolineano il profondo impegno del gruppo bancario nel sociale. A tal proposito, attraverso lo strumento dell'Art Bonus, si è deciso di rinnovare il sostegno a "Prove aperte", "Sound, Music!", borse di studio musicali alle quali verrà affiancato per la prima volta l'UniCredit Award, il riconoscimento speciale basato su valori e potenzialità musicali per sostenere i talenti emergenti. In questo panorama descritto i vantaggi per i clienti UniCredit sono numerosi, tra i quali quelli di poter usufruire sul biglietto aperto e sui concerti della Stagione 2024 al Teatro alla Scala di una riduzione del 20% attraverso l'utilizzo del codice sconto UNICREDIT2024. Altri esempi da analizzare attraverso l'utilizzo dell'Art Bonus possono essere l'intervento erogato a favore della Fondazione Teatro dell'Opera di Roma Capitale, il quale si inserisce in una partnership di lunga data ed è stato finalizzato per dare il giusto sostegno e contributo alle attività artistiche del Teatro, la donazione liberale erogata è stata di € 1 milione suddiviso in 2 contributi emessi sia nel 2015 e che nel 2016.

Figura 7- Erogazione Art Bonus Unicredit 2015

**COMUNICAZIONE DELLE EROGAZIONI LIBERALI RICEVUTE A SOSTEGNO DELLA FONDAZIONE
TEATRO DELL'OPERA DI ROMA CAPITALE, AI SENSI DEL D.L. 83/2014, ART.1, COMMA 5**

EROGAZIONI LIBERALI RICEVUTE "ART BONUS" - Febbraio 2015

MESE	DATA	IMPORTO (€)	DESTINAZIONE	UTILIZZO
Febbraio	27.02.2015	500.000,00	Gestione	Sostegno ai costi complessivi della Fondazione 2015

Fonte: www.operaroma.it

Figura 8- Erogazioni Art Bonus Unicredit 2016

COMUNICAZIONE DELLE EROGAZIONI LIBERALI RICEVUTE A SOSTEGNO DELLA FONDAZIONE TEATRO DELL'OPERA DI ROMA CAPITALE, AI SENSI DEL D.L. 83/2014, ART.1, COMMA 5

EROGAZIONI LIBERALI RICEVUTE "ART BONUS" – luglio 2016

DATA	IMPORTO (€)	DESTINAZIONE	UTILIZZO
06/07/2016	2.346,36	Gestione	Sostegno ai costi complessivi della Fondazione
26/07/2016	500.000,00	Gestione	Sostegno ai costi complessivi della Fondazione

Fonte: *www.operaroma.it*

Altro esempio su cui soffermarsi è il finanziamento per importanti interventi di riqualificazione del Teatro Comunale di Bologna, attraverso un contributo di € 2 milioni versato nel 2015 alla Fondazione. Oltre a queste azioni di supporto, Unicredit possiede la proprietà dell'UniCredit Art Collection, una delle maggiori collezioni d'impresa in Europa. Questa collezione è stata creata a partire dalle raccolte delle singole banche che sono successivamente entrate a far parte del Gruppo. Comprende migliaia di beni, frutto delle scelte artistiche e della passione per l'arte che ha da sempre caratterizzato le banche. Questa passione accomuna diversi paesi del Gruppo come Italia, Austria e Germania, le cui raccolte rappresentano la gran parte della Collezione, che è man mano cresciuta includendo le opere di alcuni Paesi dell'Europa centrale ed orientale. La collezione d'arte UniCredit si distingue per la sua ampiezza e qualità, includendo opere antiche, capolavori dal quindicesimo al diciannovesimo secolo e opere contemporanee, con particolare attenzione agli artisti giovani ed emergenti, riflettendo l'identità pan-europea del Gruppo. Con più di 4.000 immagini storiche e contemporanee, le fotografie costituiscono una parte significativa. Le opere della Collezione sono esposte negli uffici e nelle filiali, presso importanti musei, attraverso comodati gratuiti di lungo termine, e sono valorizzate attraverso prestiti temporanei per mostre nazionali e internazionali. L'obiettivo è continuare a diffondere la conoscenza e l'esperienza artistica come fattore di crescita e sviluppo socioculturale, ampliando il pubblico con una selezione di opere più significative. Uno dei progetti più importanti è la presentazione del nuovo sito web di UniCredit Art Collection, che lancerà la banca per la prima

volta nel mondo. La trasformazione digitale è un componente chiave della strategia di trasformazione di UniCredit. La sua nuova piattaforma utilizza l'infrastruttura digitale della banca per rendere accessibile il patrimonio creativo della banca an un pubblico più ampio. Inoltre, questa galleria online ha una sezione didattica che aiuta bambini e adulti a conoscere gli artisti e le loro opere. A questo si aggiungono aggiornamenti su mostre e prestiti museali, interviste agli artisti, collezioni tematiche e mostre curate da personalità di spicco, facendo un esempio pratico, riportando i dati riportati sul sito di UniCredit “Nel primo semestre del 2023 ha gestito sei prestiti a breve termine con sei istituzioni diverse in tutta la nazione, con 26 opere d'arte. La Banca ha raccolto una selezione di opere per una mostra dal titolo "Inversamente" per celebrare l'inizio di questa strategia e la digitalizzazione della propria collezione d'arte. L'esposizione, curata dall'ex Direttore del museo ⁴²MAXXI di Roma durante il periodo 2016-2023, Bartolomeo Pietromarchi, spazia dall'arte dei primi anni Sessanta all'inizio del nuovo millennio, accostando opere di alcuni dei maggiori protagonisti della scena artistica moderna e contemporanea, come, Mario Schifano, Hans Hartung, Gerhard Richter e Shirin Neshat.” UniCredit riconosce il legame tra il progresso sociale ed economico e l'arte e la cultura; In effetti, questa strategia riflette questo rapporto e l'impegno della banca nel sostenere le comunità, nell'istruzione e nell'inclusione sociale. L'arte e l'educazione artistica promuovono l'appartenenza, la condivisione della conoscenza e il dibattito. Il rinnovato impegno di oggi, insieme al nuovo supporto per la piattaforma di arte digitale, costituisce un momento importante nella missione della banca di sfruttare il suo patrimonio artistico e consentire alle comunità di avanzare.

⁴² Museo nazionale delle arti del XXI secolo

CAPITOLO 3. Il riscontro degli Stakeholders all'impegno nell'arte da parte di UniCredit

3.1 Analisi dei vantaggi di Reputazione ed Immagine di UniCredit per l'impegno culturale

A fronte delle osservazioni precedentemente elaborate, interessante ai fini dello studio, è quello di analizzare il riscontro degli Stakeholders sul coinvolgimento delle aziende private, in particolare degli istituti bancari, nel mondo dell'arte, comprendendo come questo possa influenzare la loro reputazione. Una valutazione favorevole per le donazioni a beneficio del mondo artistico dovrebbe essere ragionevole, in quanto ha potenzialmente un impatto rilevante, in particolar modo sulla società, la quale assiste in tal modo all'abbattimento di barriere culturali, promuovendo una maggiore accessibilità alla cultura e all'istruzione. Durante la ricerca si sono ipotizzati diversi vantaggi per le fondazioni bancarie, per donazioni e sostegni erogati alla cultura. Si parla spesso di reputazione, ovvero di far risaltare l'immagine della Società agli occhi dei clienti, in confronto alle altre concorrenti, mostrando un impegno continuo in diversi ambiti. Come si è analizzato in questo studio vi sono anche altri tipi di vantaggi per le donazioni a favore dell'arte, come sgravi fiscali, l'ottenimento di collaborazioni per poter agevolare i clienti in alcuni contesti, aumentare la Responsabilità Sociale d'impresa, e oltretutto vi è la possibilità, come descritto nel primo capitolo, di incrementare gli score ESG, grazie soprattutto agli aspetti Social e Governance, i quali essendo positivamente influenzati dal ruolo che la cultura gioca nell'ambiente sociale, aumentano il punteggio dell'azienda nei rating. È necessario comprendere come tutto questo processo arrivi agli Stakeholders e come venga assimilato, se possa essere un grado di influenzare il loro giudizio e in che modo, capire se la comunicazione a loro rivolta sia efficiente o meno e se fosse possibile migliorarla attraverso l'utilizzo di diversi canali. Normalmente, quando si parla di Stakeholders si intende un gruppo di soggetti portatori di interessi e obiettivi comuni strettamente dipendenti dall'organizzazione di riferimento. I soggetti interessati includono soci di maggioranza e minoranza, dipendenti, collaboratori autonomi, clienti, fornitori, parti sociali e finanziatori. Questi obiettivi possono cambiare nel tempo a causa della pressione dell'ambiente esterno e dei portatori di interesse, che possono essere interni o esterni all'organizzazione. Gli stakeholder interni includono manager, azionisti e dipendenti dell'azienda, essi ricoprono ruoli formali, senza i quali l'organizzazione non può funzionare, e in genere sono legati a un

contratto. Gli stakeholder esterni, che includono governi, istituzioni, clienti, fornitori, sindacati, associazioni di imprenditori e altri gruppi sociali locali, possono ancora essere legati ad un'azienda nonostante non siano parte costitutiva dell'azienda. Ad oggi, la categoria dei portatori d'interesse tende ad includere anche l'opinione pubblica, i media, i potenziali dipendenti o investitori, i concorrenti, i partner e altri ancora. Inoltre, è necessario tenere conto del fatto che non tutte le imprese hanno gli stessi stakeholder, ma ogni impresa ha rapporti specifici con i propri stakeholder. Di conseguenza, gestire tutte le varie forme di relazioni è diventato più difficile rispetto a prima. Di conseguenza, si tende ad assegnare agli stakeholder un livello di priorità in relazione al business aziendale al fine di organizzare obiettivi e stabilire indicatori che tengano conto del contributo che questi possono dare al raggiungimento degli obiettivi stabiliti dall'impresa. Da qui, deriva l'importanza sempre maggiore che i portatori di interesse assumono per l'organizzazione aziendale. Al fine di avere un quadro completo sul riscontro degli Stakeholder, l'analisi dell'impatto comunicativo su di essi verrà esposto nel seguente lavoro prendendo da esempio il gruppo bancario Unicredit, al fine di rendere più completa ed analitica l'analisi intrapresa nel capitolo precedente. UniCredit ha sviluppato strumenti specifici per garantire a tutti gli stakeholder le giuste opportunità e i canali adeguati in modo da interagire con il Gruppo, impegnandosi affinché questi strumenti siano in grado di evolvere continuamente per garantire la loro capacità di adattarsi a esigenze e contesti diversi e preservare relazioni durature, aggiornando e pubblicando i continui progressi riportandoli in modo dettagliato ogni anno nel Bilancio Integrato. Analizzando il documento pubblicato del Bilancio Integrato UniCredit 2022 Si può affermare che stabilire una connessione più profonda con gli stakeholder è una parte importante di una relazione basata sulla fiducia per la società. Il gruppo bancario ha stanziato un importante lavoro di manutenzione per il servizio offerto, identificando e dando la priorità agli interventi nelle aree che devono essere migliorate, oltre a cogliere nuove opportunità di business e facilitare il coinvolgimento degli stakeholder. Dall'inizio della pandemia di COVID-19, questa attività è diventata ancora più significativa. Si basa sul piano strategico sul Net Promoter Score (NPS), un indicatore importante di performance, che è essenziale per identificare gli interventi necessari e comprendere il giudizio e l'esperienza dei clienti con i servizi bancari. L'NPS viene misurato, monitorato, analizzato e discusso periodicamente. Inoltre, vengono presi in considerazione i commenti scritti dei clienti. "Nel 2022, UniCredit ha raggiunto un NPS di ventidue punti, superiore di tre punti rispetto ai concorrenti a livello

di gruppo. Tuttavia, i dati dell'NPS non sono uguali a quelli del 2021, poiché in Europa Centrale e Orientale l'intervista è stata trasmessa online e i principali ricavi sono stati inclusi nel calcolo complessivo e è stata stabilita una nuova soglia per le imprese corporate.”

Figura 9 - Risultati e Obiettivi 2022 UniCredit



Fonte: Bilancio Integrato UniCredit 2022

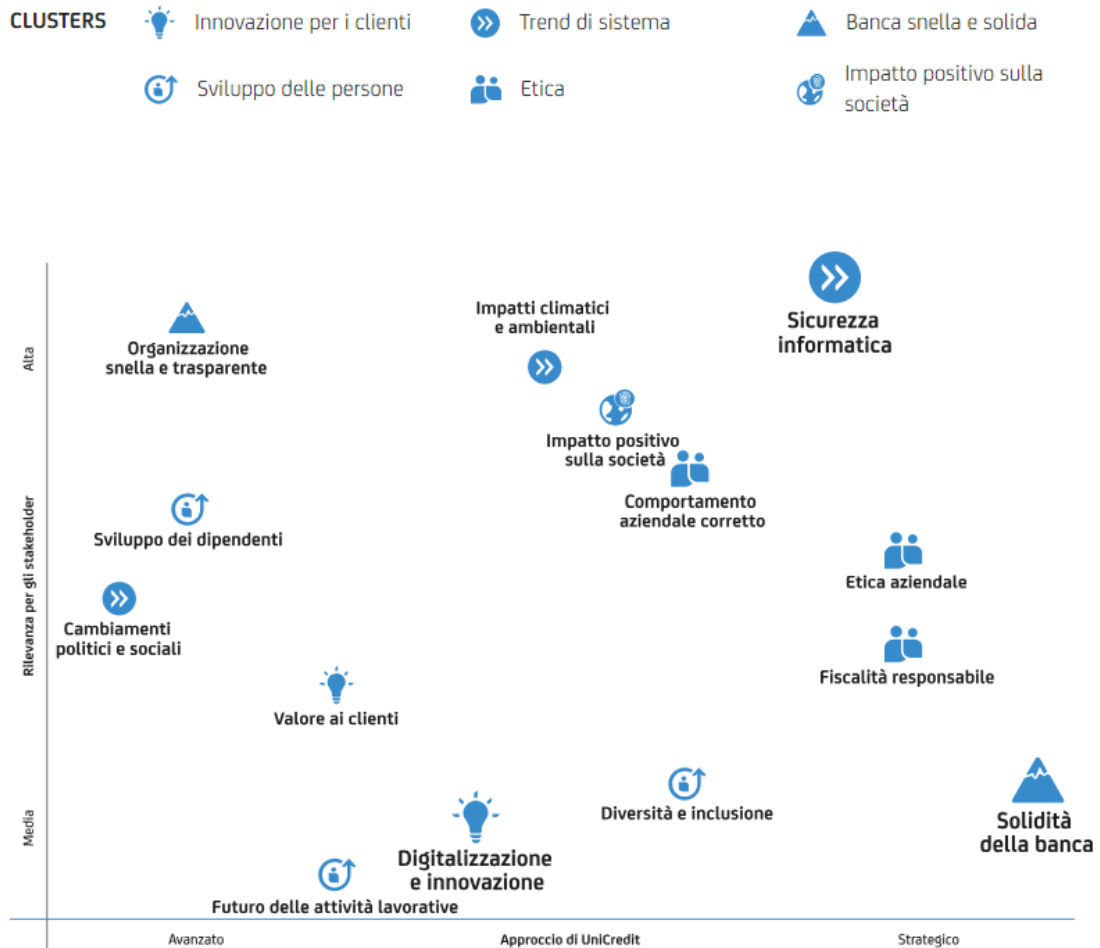
UniCredit è stata ancora una volta classificata tra le trenta banche più importanti al mondo nel 2022. Di conseguenza, è stata sottoposta a rigorosi standard, controlli e procedure di gestione delle crisi. La Banca è stata registrata nel Registro per la trasparenza della Commissione Europea, del Consiglio dell'UE e del Parlamento Europeo a livello comunitario e si impegna costantemente a gestire i rapporti con le istituzioni comunitarie, svolgendo le attività di sostegno sulla base dei più elevati standard di integrità, trasparenza, professionalità e collaborazione. UniCredit ha collaborato attivamente con le istituzioni dell'UE e con le associazioni di categoria del settore bancario nel 2022 per sostenere la creazione di un sistema finanziario sostenibile che soddisfi il bisogno di tutti gli stakeholder di disporre di dati ESG completi e comparabili che consentano una migliore allocazione del capitale verso attività economiche sostenibili, collaborando con gli stakeholder e sottolineando l'importanza di un allineamento delle politiche e delle attività. I rating e i punteggi stanno diventando sempre più significativi a causa del fatto che gli investitori stanno sempre più incorporando i fattori ESG nelle loro scelte di investimento. Di conseguenza, questi fattori stanno influenzando le scelte e le strategie di fondi e investitori in materia di sostenibilità. Di conseguenza, la Banca ha aumentato l'interesse verso gli stakeholder esterni, come investitori, analisti e agenzie di rating, e ha adottato una gestione proattiva delle agenzie di rating attraverso un'informativa approfondita e periodica che monitora i progressi delle strategie ESG partecipando anche ad incontri dedicati al perfezionamento della comunicazione e del posizionamento del Gruppo. Da diversi anni, UniCredit utilizza l'analisi di materialità per identificare i fattori economici ed ESG che influenzano

i risultati aziendali e la creazione di valore a medio lungo termine. Inoltre, questa analisi ci consente di comprendere i principali impatti di sostenibilità ambientale e sociale della nostra azienda, includendo sia i punti di vista interni che esterni. Ciò ci consente di promuovere l'innovazione e intervenire regolarmente sui rischi emergenti. ⁴³La Matrice di Materialità è una rappresentazione grafica di un'attività importante per l'azienda, riportando graficamente la rappresentazione dell'ascolto e il coinvolgimento degli stakeholder. Questi stakeholder possono essere identificati dall'azienda come clienti e potenziali clienti, dipendenti, investitori istituzionali e azionisti, enti regolatori e la comunità, coinvolta attraverso sondaggi e social media. In linea con l'analisi condotta nel 2021, anche nel 2022 i dati presi in considerazione seguono la prospettiva outside-in, la quale pone l'accento sulla prospettiva finanziaria che include tutti i rischi e le opportunità legate alla sostenibilità che potrebbero avere un impatto sulla crescita, sulla performance e sulla posizione di un'azienda a breve, medio o lungo termine. Questa idea include anche le cose intangibili che possono influenzare il valore del core business di un'azienda, come crescita, redditività, efficienza del capitale ed esposizione

⁴³ La Matrice di Materialità è il risultato dell'interazione tra UniCredit e i suoi Stakeholder, per analizzare le strategie e le prospettive future, cercando di comprendere i punti di forza su cui fare leva e quelli da migliorare

al rischio. La prospettiva inside-out è diversa perché mostra gli effetti effettivi e potenziali delle azioni della società sulle questioni di sostenibilità.

Figura 10- Matrice di Materialità 2022 UniCredit



44

Fonte: Report Integrato Unicredit 2022

L'immagine rappresenta il quadrante superiore destro della matrice complessiva, la quale viene utilizzata come sintesi e valutazione delle istanze di tutti gli stakeholder della banca: essa non solo tiene conto delle esigenze e aspettative di questi ultimi (asse delle y), ma monitora anche gli investimenti della banca e la sua capacità di affrontare le tematiche d'interesse per gli stakeholder (asse delle x).

⁴⁴ La rilevanza finanziaria nella Matrice è evidenziata con icone più grandi.

Tabella 4- Transcript dell'Iconografia della Matrice di Materialità UniCredit 2022

Cluster	Tema materiale	Approccio UniCredit	Rilevanza per gli stakeholder
Innovazione per i clienti	Digitalizzazione e innovazione	0,43	0,14
Banca snella e solida	Solidità della banca	1,00	0,21
Sviluppo delle persone	Sviluppo dei dipendenti	0,14	0,64
Trend di sistema	Sicurezza informatica	0,79	1,00
Sviluppo delle persone	Diversità e inclusione	0,64	0,21
Trend di sistema	Impatti climatici e ambientali	0,50	0,86
Banca snella e solida<	Organizzazione snella e trasparente	0,14	0,93
Etica	Etica aziendale	0,86	0,57
Etica	Comportamento aziendale corretto	0,64	0,71
Innovazione per i clienti	Valore ai clienti	0,29	0,36
Trend di sistema	Cambiamenti politici e sociali	0,07	0,5
Impatto positivo sulla società	Impatto positivo sulla società	0,57	0,79
Sviluppo delle persone	Futuro delle attività lavorative	0,29	0,07
Etica	Fiscalità responsabile	0,86	0,43

*Valori da 0 a 1

Fonte: Report Integrato UniCredit 2022

Per sviluppare la materialità finanziaria sono state considerate le informazioni provenienti dallo strumento ⁴⁵Datamaran, il quale comprende i bilanci finanziari annuali dei competitor del settore, le normative obbligatorie, le iniziative volontarie dei mercati

⁴⁵ La piattaforma AI di Datamaran consente ai leader aziendali di navigare con sicurezza nel complesso panorama ESG, trasformando grandi quantità di informazioni in approfondimenti praticabili. È una piattaforma software di analisi che trasforma vaste quantità di informazioni in considerazioni utili, fornendo soluzioni completamente automatizzate per l'identificazione e il monitoraggio dei rischi e delle opportunità ESG rilevanti, consentendo ai leader di creare internamente strategie basate sui dati con la massima sicurezza.

finanziari e gli ⁴⁶standard SASB in relazione al capitale, chiedendo anche una risposta al Top Management per avere una visione più completa dell'analisi della materialità finanziaria e per comunicare i problemi materiali più importanti che potrebbero influenzare la struttura finanziaria. Secondo queste fonti, la digitalizzazione e l'innovazione sono i temi materiali più significativi che potrebbero effettivamente influenzare la capacità di creare valore finanziario. Questi sono requisiti fondamentali da sviluppare e implementare per poter divenire la banca per il futuro dell'Europa. Anche l'integrazione dei dati e degli elementi digitali è essenziale per implementare il nuovo modello operativo. Il gruppo vanta una vision e una strategia chiare e una crescita sostenuta dal capitale e dall'eccellenza operativa. Per la Sicurezza informatica, è stata adottata la Strategia per la sicurezza digitale, la quale comprende una politica globale sulla sicurezza e i processi di rilevamento per garantire un livello adeguato di controllo e protezione di asset, dati e informazioni digitali. La Sicurezza informatica è inoltre uno degli aspetti cruciali, posti all'attenzione degli Stakeholder, rappresenta infatti il requisito di principale rilevanza per i clienti, i dipendenti, gli investitori, gli enti regolatori e la comunità, rappresenta un criterio di scelta determinante, deve essere infatti portato avanti dal Gruppo banca, per poter soddisfare le esigenze di tutti gli stakeholder. Il tutto deve essere accompagnato da un Supporto alla competitività e ad un contributo alla crescita delle comunità, in quanto un'interazione costante con gli stakeholder è cruciale per la crescita sia interna che esterna.

⁴⁶ Gli standard SASB identificano gli aspetti legati alla sostenibilità più rilevanti per il processo decisionale degli investitori in 77 settori industriali. Gli standard sono stati sviluppati utilizzando un processo di definizione rigoroso e trasparente, includendo ricerche basate su dati concreti, un'ampia ed equilibrata partecipazione di aziende, investitori ed esperti in materia; e la supervisione e l'approvazione da parte dell'indipendente SASB Standards Board. Gli investitori globali riconoscono così gli standard SASB come requisiti essenziali per le aziende che desiderano fornire informazioni coerenti e comparabili sulla sostenibilità.

Tabella 5 - Rilevanza per gli Stakeholders 2022 UniCredit

Cluster e temi materiali ^A	Rilevanza per i nostri stakeholder					CONTRIBUTO AGLI SDG SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS
 INNOVAZIONE PER I CLIENTI <ul style="list-style-type: none"> Digitalizzazione e innovazione Valore ai clienti 						  
 TREND DI SISTEMA <ul style="list-style-type: none"> Sicurezza informatica Impatti climatici e ambientali Cambiamenti politici e sociali 						      
 BANCA SNELLA E SOLIDA <ul style="list-style-type: none"> Solidità della banca Organizzazione snella e trasparente 						 
 SVILUPPO DELLE PERSONE <ul style="list-style-type: none"> Sviluppo dei dipendenti Diversità e inclusione Futuro delle attività lavorative 						  
						
						
 ETICA <ul style="list-style-type: none"> Comportamento aziendale corretto Etica aziendale Fiscalità responsabile 						  
						
						
 IMPATTO POSITIVO SULLA SOCIETÀ <ul style="list-style-type: none"> Impatto positivo sulla società 						     

Fonte: Report Integrato 2022

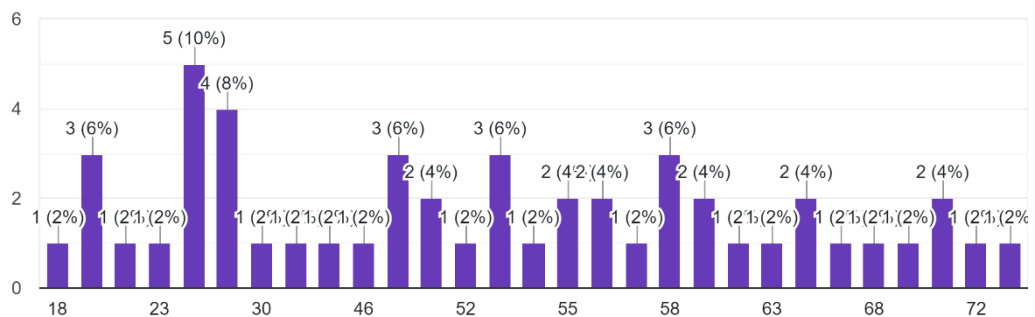
3.2 Indagine ai clienti e ai dipendenti UniCredit

Al fine di analizzare al meglio i rapporti tra UniCredit e gli Stakeholders, questa ricerca si pone l'obiettivo di intraprendere un'indagine, che possa analizzare il grado di informazione, per quanto riguarda il coinvolgimento della fondazione bancaria nel mondo dell'arte, sottoponendo l'analisi sia ai dipendenti che ai clienti, in forma anonima, circoscrivendo la ricerca al territorio italiano. Sono state poste le stesse domande a cinquanta clienti e cinquanta dipendenti UniCredit, per comprendere quanto fossero coinvolti i lavoratori nelle iniziative culturali e come queste informazioni fossero state veicolate alla clientela, con lo scopo di comprendere se ci fossero barriere comunicative tra i dipendenti e i clienti e se tutti i dipendenti fossero informati allo stesso modo.

QUESTIONARIO CLIENTI

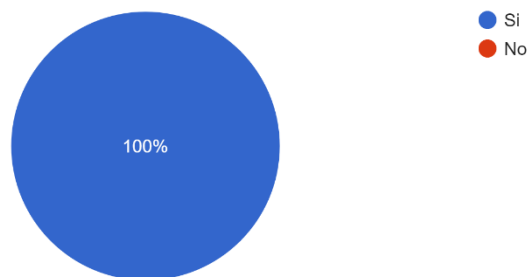
Quanti anni hai?

50 risposte



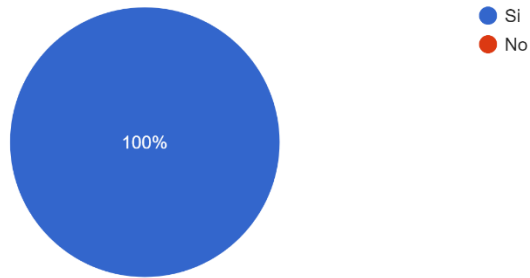
Sei in possesso di un conto corrente bancario?

50 risposte



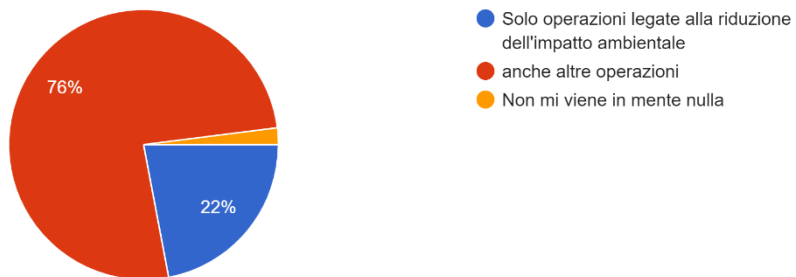
Credi sia importante per una banca essere sostenibile?

50 risposte



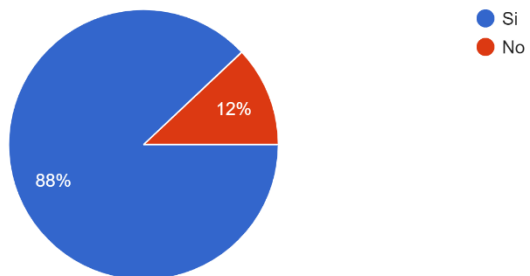
Quando pensi al concetto di "Sostenibilità" ti vengono in mente solo operazioni legate alla riduzione dell'impatto ambientale o anche altre operazioni?

50 risposte



Pensi che una maggior accessibilità alla cultura, la non discriminazione di genere in ambito lavorativo e l'inclusione delle minoranze nel contest...le, possano rientrare nel concetto di sostenibilità?

50 risposte

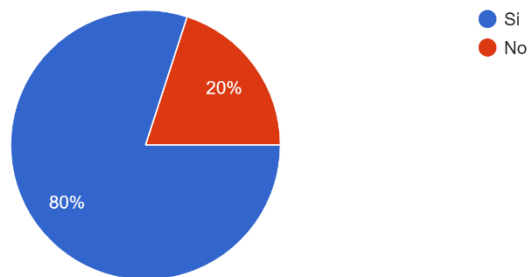


47

⁴⁷ *l'inclusione delle minoranze nel contesto sociale

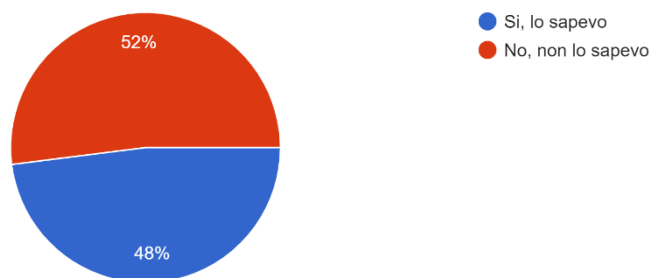
Hai mai sentito parlare di Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI) ?

50 risposte



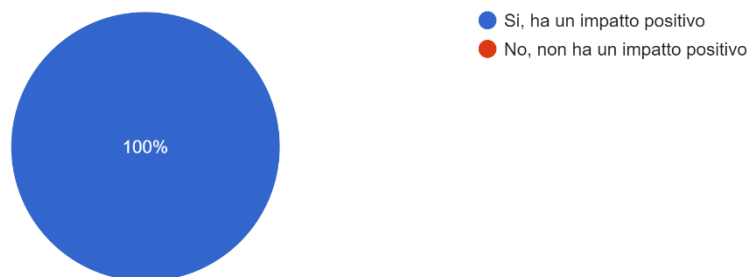
Sapevi che le fondazioni bancarie in Italia sono il soggetto di maggior peso per quanto riguarda il sostegno dell'arte e della cultura?

50 risposte



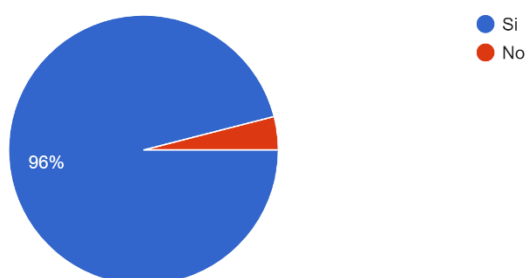
Pensi che una banca che sostiene il mondo dell'arte possa avere un'impatto positivo sulla società?

50 risposte



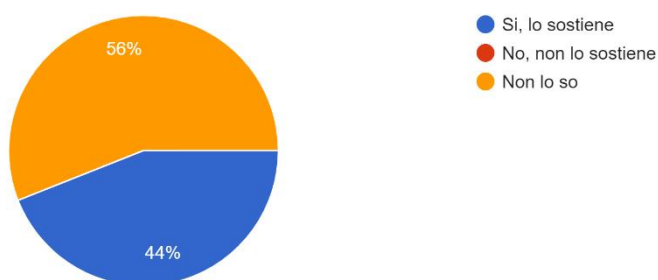
Pensi che una banca che sostiene l'arte e la cultura possa incrementare la sua Responsabilità Sociale d'Impresa?

50 risposte



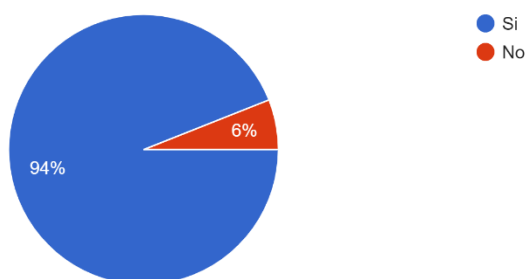
Sai se la tua banca sostiene il mondo dell'arte?

50 risposte



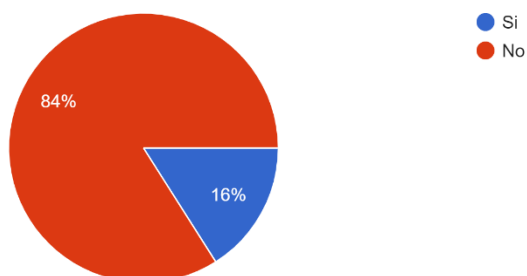
Se la tua banca offrisse iniziative vantaggiose per accedere agli eventi culturali, sfrutteresti questa occasione?

50 risposte



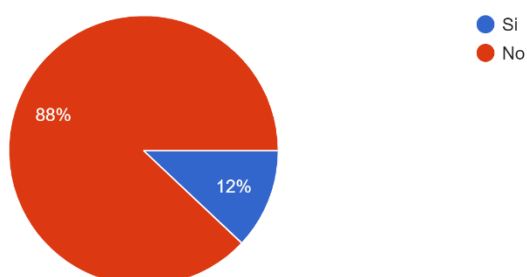
Hai mai provato a navigare sul portale della tua banca per vedere se questa sponsorizza iniziative culturali?

50 risposte



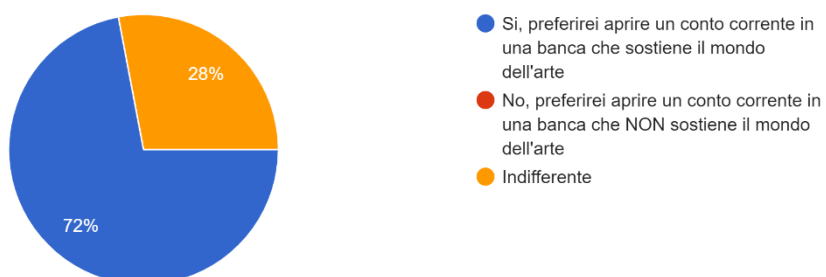
Hai mai partecipato ad un evento culturale sostenuto dalla tua banca?

50 risposte



Preferiresti aprire un conto corrente in una banca che sostiene il mondo dell'arte rispetto ad una che non lo fa?

50 risposte

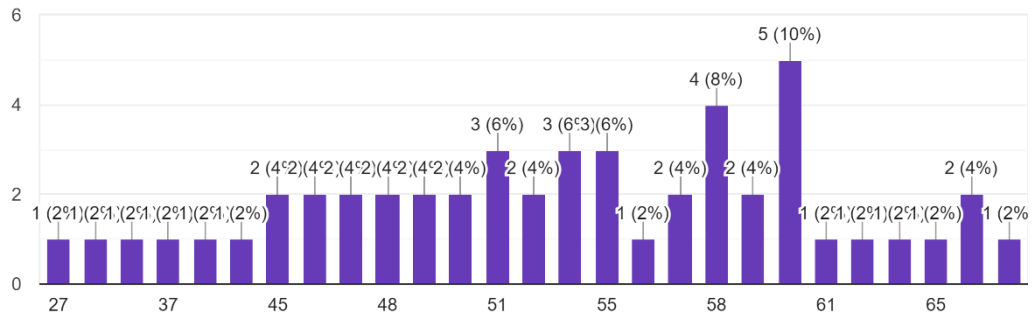


Analizzando i risultati dell'intervista ai clienti, si può dedurre da un campione di cinquanta soggetti, in un'età compresa tra i 18 e i 73, in possesso di un conto bancario presso UniCredit che per il 100% di loro sia importante per una banca essere sostenibile. Questo è un dato molto rilevante che conferma l'importanza di questo valore per gli Stakeholders esterni. Oltretutto il 76% degli intervistati non fa rientrare nel concetto di 'Sostenibilità' solo operazioni legate alla riduzione dell'impatto ambientale, ma anche altre operazioni, contemplando tra esse una maggior accessibilità alla cultura, la non discriminazione di genere in ambito lavorativo e l'inclusione delle minoranze nel contesto sociale. L'80% di loro è a conoscenza della Responsabilità Sociale d'Impresa e ben il 100% degli intervistati pensa che una banca che sostiene il mondo dell'arte possa avere un impatto positivo sulla società. Analizzando nello specifico, ben il 96% del campione crede che una banca che sostiene l'arte e la cultura possa incrementare la propria Responsabilità Sociale d'Impresa, ma solo il 44% di loro sa se la propria banca sostiene effettivamente la causa. Il 94% dei clienti intervistati sarebbe interessato a partecipare ad eventi culturali sostenuti dalla propria banca usufruendo di iniziative vantaggiose, ma solo il 16% ha provato a navigare sul portale della banca per capire se avessero potuto sfruttare quest'opportunità e solo il 12% ha effettivamente partecipato ad un evento artistico culturale sostenuto dalla propria banca. Infine, ben il 72% degli intervistati preferisce aprire un conto corrente in una banca che sostiene l'arte e la cultura e per il restante 28% è indifferente. A fronte di questi risultati, si può intendere che i clienti sono interessati a sapere se la propria banca investe o meno in arte e cultura, manifestando un forte interesse nell'essere coinvolti in queste iniziative, il problema sta nella comunicazione, in molti non sanno se effettivamente la propria banca partecipi o meno a determinate iniziative e non sono incentivati a navigare nel portale della banca per seguire i vari eventi. Manca partecipazione soprattutto perché manca l'informazione, fattore indispensabile per far rimanere informati i clienti.

QUESTIONARIO DIPENDENDI

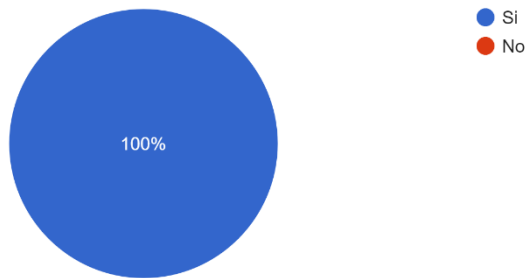
Quanti anni hai?

50 risposte



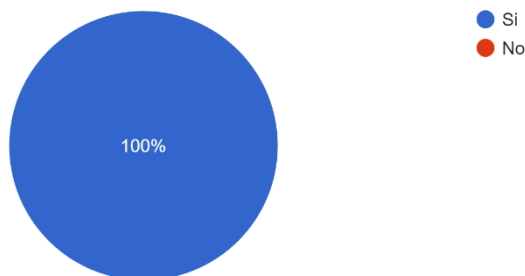
Sei in possesso di un conto corrente bancario?

50 risposte



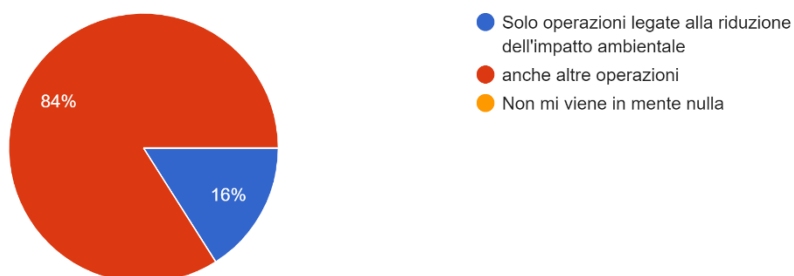
Credi sia importante per una banca essere sostenibile?

50 risposte



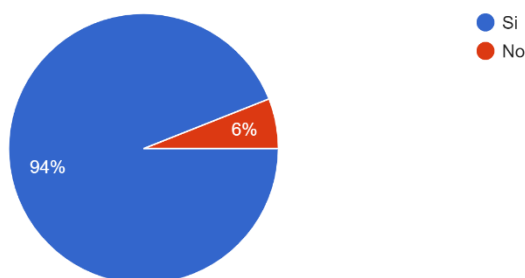
Quando pensi al concetto di "Sostenibilità" ti vengono in mente solo operazioni legate alla riduzione dell'impatto ambientale o anche altre operazioni?

50 risposte



Pensi che una maggior accessibilità alla cultura, la non discriminazione di genere in ambito lavorativo e l'inclusione delle minoranze nel contest...le, possano rientrare nel concetto di sostenibilità?

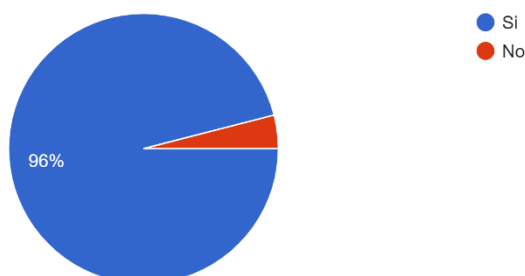
50 risposte



48

Hai mai sentito parlare di Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI) ?

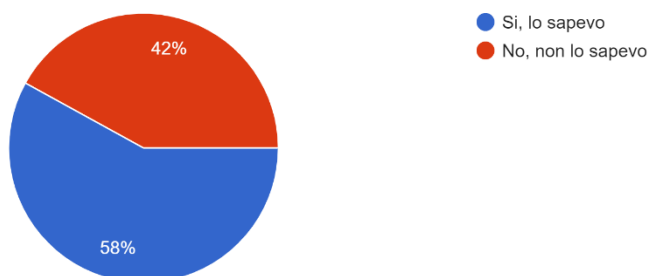
50 risposte



⁴⁸ *L'inclusione delle minoranze nel contesto sociale

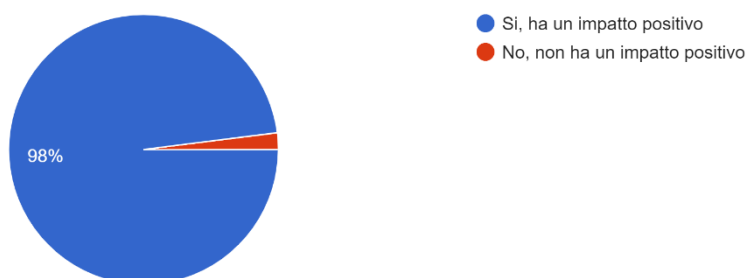
Sapevi che le fondazioni bancarie in Italia sono il soggetto di maggior peso per quanto riguarda il sostegno dell'arte e della cultura?

50 risposte



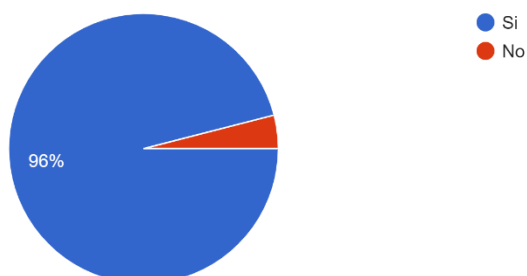
Pensi che una banca che sostiene il mondo dell'arte possa avere un'impatto positivo sulla società?

50 risposte



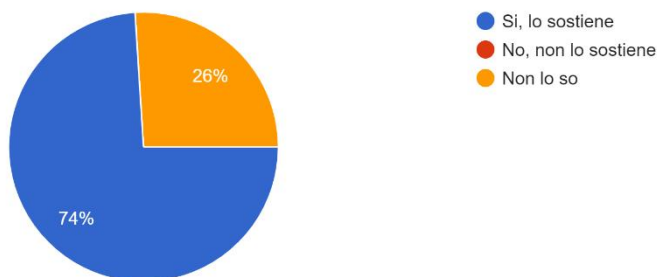
Pensi che una banca che sostiene l'arte e la cultura possa incrementare la sua Responsabilità Sociale d'Impresa?

50 risposte



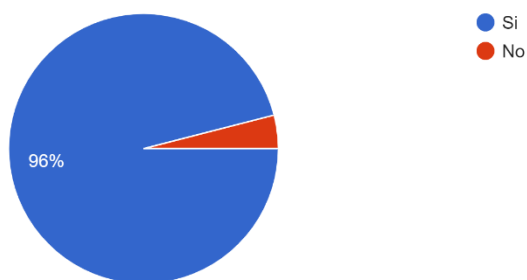
Sai se la tua banca sostiene il mondo dell'arte?

50 risposte



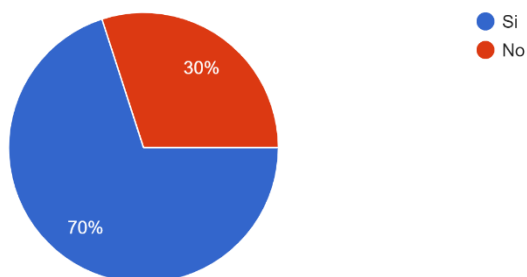
Se la tua banca offrissi iniziative vantaggiose per accedere agli eventi culturali, sfrutteresti questa occasione?

50 risposte



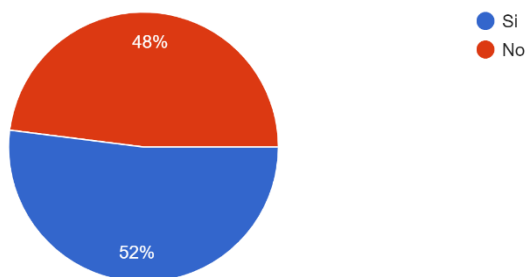
Hai mai provato a navigare sul portale della tua banca per vedere se questa sponsorizza iniziative culturali?

50 risposte



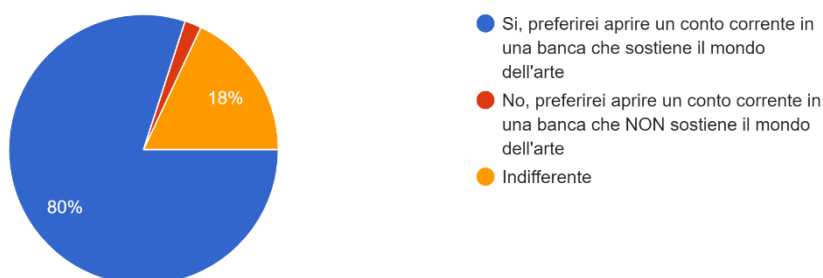
Hai mai partecipato ad un evento culturale sostenuto dalla tua banca?

50 risposte



Preferiresti aprire un conto corrente in una banca che sostiene il mondo dell'arte rispetto ad una che non lo fa?

50 risposte



L'indagine condotta ai dipendenti ha portato a risultati interessanti, l'età del campione è compresa tra i 27 e i 67, tutti in possesso di un conto corrente bancario presso Unicredit, tutti convinti al 100% che sia importante per una banca perseguire obiettivi sostenibili. Inoltre, all'84% del campione vengono in mente altre operazioni e non solo quelle legate alla riduzione dell'impatto ambientale quando si parla di 'Sostenibilità'; infatti, il 94% di loro fa rientrare in questo concetto anche una maggior accessibilità alla cultura, la non discriminazione di genere in ambito lavorativo e l'inclusione delle minoranze nel contesto sociale. Il 96% di loro sa cosa sia la Responsabilità Sociale d'Impresa e il 98% degli intervistati pensa che una banca che sostiene il mondo dell'arte possa avere un impatto positivo sulla società. Il 96% del campione crede che una banca interessata a questo ambito possa incrementare la propria RSI. Il 74% degli intervistati è consapevole che la propria banca investì in cultura, mentre la restante parte non lo sa. Il 96% dei dipendenti intervistati afferma che, se la banca offrisse

iniziative vantaggiose per accedere agli eventi culturali, sfrutterebbe questa occasione e il 70% di loro ha navigato sul sito per rimanere aggiornato circa tali eventi, il 52% di loro vi ha partecipato. L'80% dei dipendenti intervistati preferirebbe aprire il proprio conto in una banca che sostiene il mondo dell'arte, il 18% è indifferente, il 2% preferirebbe una banca che non sostiene il mondo dell'arte. Questo ci fa capire che i dipendenti sono molto più coinvolti in questo tipo di iniziative culturali rispetto ai clienti, le informazioni sono più trasparenti e arrivano prima. In generale agli Stakeholders analizzati interessa sapere se la propria banca sostiene il settore culturale, ma non è una discriminante come la sicurezza sui dati e la privacy, o la solidità della banca, anche se una comunicazione mirata e un'informazione più trasparente riguardo questo genere di iniziative potrebbero aiutare ad instaurare un rapporto di maggior fiducia e coinvolgimento con una fetta molto importante di Stakeholders.

CONCLUSIONI

A fronte delle analisi eseguite e degli argomenti analizzati, si può dedurre che il sostegno delle aziende al mondo dell'arte non porta benefici solo al settore ricevente. Un'azienda che finanzia lo sviluppo artistico culturale può incrementare la propria Responsabilità Sociale d'Impresa, il problema sta nel quantificare questo incremento e capire le modalità con il quale questo avviene. Gli score ESG possono essere visti in questo contesto come un sistema di controllo utile, in quanto rappresentano dati aggiornati e pubblicati, ai quali si può accedere facilmente. Il grande problema sta nel fatto che sono le agenzie e di rating e gli Stakeholders a determinare gli score, e le variabili su cui tale giudizio si basa possono variare; quindi, la valutazione non può considerarsi oggettiva. Sicuramente strumenti come l'Art Bonus e le sponsorizzazioni possono risultare degli strumenti vantaggiosi, generando un riscontro immediato, sia per la Reputazione dell'azienda che per il vantaggio fiscale che lo strumento dell'erogazione liberale può dare. L'indagine effettuata tra i clienti e i dipendenti UniCredit fa emergere una grande discrepanza informativa tra i primi e gli ultimi intervistati; infatti, la maggior parte dei clienti, ha dimostrato un potenziale interesse nel poter partecipare ad eventi culturali sostenuti dalla propria banca ed ha reputato l'interesse della banca nei confronti dell'arte e della cultura una discriminante per scegliere dove aprire un conto corrente bancario. La clientela, però, non è stimolata alla ricerca e non viene aggiornata sui movimenti del Gruppo a favore della cultura, la comunicazione deve migliorare in tal senso, attraverso una relazione diretta in filiale, avvisi sul portale, aggiornamenti tramite mail. I dipendenti presentano maggiore informazione a riguardo anche se potrebbe essere incrementata maggiormente, ad esempio organizzando contest in ambito artistico, immaginando premi produzione inerenti alla cultura, organizzando visite gratuite nelle filiali che ospitano il patrimonio artistico della banca stessa. In generale entrambe le categorie si sono dimostrate interessate, accogliendo positivamente le iniziative culturali che la banca avrebbe potuto mettere in atto, il che pone le basi per portare avanti tali proposte, provandole ad inserire in un contesto più ampio, cercando di coinvolgere sempre più le parti. La ricerca sul sostegno delle banche a favore del mondo artistico culturale presenta ancora molte lacune informative, ma sta facendo muovere i passi verso un futuro più consapevole e grazie all'incremento dell'educazione alla Sostenibilità si prospetta un futuro con clienti sempre più interessati ed istruiti su queste tematiche. Ai fini di una ricerca più capillare ed esaustiva,

sarebbe utile ed interessante sottoporre le indagini a diverse banche per comprendere in maniera più ampia come vengano trattate e percepite dagli Stakeholders le relazioni con il settore artistico culturale, anche se, attraverso le interviste fatte e gli studi pubblicati, si può affermare per certo la presenza di una grande assenza di divulgazione informativa per questo particolare settore.

BIBLIOGRAFIA

19° Rapporto Annuale Federculture 2023 IMPRESA CULTURA. *‘La formazione per il sistema culturale alla sfida del cambiamento’* - SINTESI DEI DATI PRINCIPALI 2019-2022

Aece-Gomez, A., Donovan, J.D., Bedggood, R.E., 2015. *“Social impact assesments: Developing a consolidated conceptual framework”*

Benson e Davidson (2010), *The Relation between Stakeholder Management, Firm Value, and CEO Compensation: A Test of Enlightened Value Maximization*

Borgers, Derwall, Koedijk e ter Horst (2013). *‘Stakeholder Relations and Stock Returns: On Errors in Expectations and Learning’*

Brammer e Millington (2008). *‘Does It Pay to Be Different? An Analysis of the Relationship between Corporate Social and Financial Performance’*

Centro ASK - Università Bocconi. *‘Riprese e cambiamenti nei settori dello spettacolo’*

De Montis, A. (2018). *"Art as a Shelter for the Soul: A Phenomenological Analysis of the Aesthetic Experience in Everyday Life."* *Frontiers in Psychology*, 9, 1719.

Eccles, R.G., Ioannou, I., & Serafeim, G. (2014). *"The Impact of Corporate Sustainability on Organizational Processes and Performance."* *Management Science*.

Elikington J., 1994 *‘Towards the Sustainable Corporation’ Win-Win-Win Business Strategies for Sustainable Development’*, California Management

Flammer, C. (2015). *"Does Corporate Social Responsibility Lead to Superior Financial Performance? A Regression Discontinuity Approach."* *Management Science*.

Florian Berg, Julian F Kölbel, Roberto Rigobon 'Aggregate Confusion: The Divergence of ESG Ratings', April 15, 2022 "Statement of Intent to Work Together Towards Comprehensive Corporate Reporting" (2020)

<https://www.globalreporting.org/media/bixjk1ud/statement-of-intent-to-work-together-towards-comprehensive-corporate-reporting.pdf>

Godfrey (2005). 'The Relationship between Corporate Philanthropy and Shareholder Wealth: A Risk Management Perspective.'

Gond, J.P., El Akremi, A., Igalens, J., & Swaen, V. (2017). "The Psychological Micro-foundations of Corporate Social Responsibility: A Person-centric Systematic Review." Journal of Organizational Behavior,

Hartzmark e Sussman, 2019. 'Do Investors Value Sustainability? A Natural Experiment Examining Ranking and Fund Flows'

Hillman e Keim (2001), 'Shareholder Value, Stakeholder Management, and Social Issues: What's the Bottom Line?'

Kaim-Caudle, P.R., & Gill, S. (Eds.). (2019). "Arts-Based Research, Resilience, and Well-being Across the Life Span." Springer.

Luca Del Fabbro (2022) 'La misurazione della Sostenibilità'

Nomisma "ARTE, il valore dell'industry in Italia", realizzata per il Gruppo Apollo e con la collaborazione di Intesa San Paolo

Renneboog e Spaenjers (2013) *Buying Beauty: On Prices and Returns in the Art Market*

Università degli studi di Milano Bicocca scuola di economia e statistica dipartimento di scienze economico-aziendali e diritto per l'economia. (2017) 'Corporate Social Responsibility e sviluppo aziendale sostenibile: strumenti di rappresentazione, di analisi e di investimento.'

Vogel, D. (2005). "The Market for Virtue: *The Potential and Limits of Corporate Social Responsibility.*" Washington, DC: Brookings Institution Press.

SITOGRAFIA

Ales

<https://www.ales-spa.com/>

Arena di Verona

<https://www.arena.it/>

Art Bonus

<https://artbonus.gov.it/>

ArtBasel

<https://www.artbasel.com/>

Borsa italiana

<https://www.borsaitaliana.it/homepage/homepage.htm>

Borsa italiana

<https://www.borsaitaliana.it/homepage/homepage.htm>

Centro Regionale di informazione delle Nazioni unite

<https://unric.org/it/>

Centro Regionale di informazione delle Nazioni unite

<https://unric.org/it/>

Commissione Europea

https://finance.ec.europa.eu/sustainable-finance/tools-and-standards/eu-taxonomy-sustainable-activities_en

Cribis

<https://www.cribis.com/it/approfondimenti/principi-esg-e-sostenibilita-i-pilastri-delle-aziende-del-futuro-che-piacciono-ai-consumatori/>

Esg360

<https://www.esg360.it/environmental/esg-tutto-quello-che-ce-da-sapere-per-orientarsi-su-environmental-social-governance/>

Globalreporting

<https://www.globalreporting.org/media/bixjk1ud/statement-of-intent-to-work-together-towards-comprehensive-corporate-reporting.pdf>

Mic

<https://www.beniculturali.it/>

Ragioneria dello Stato

<https://www.rgs.mef.gov.it/VERSIONE-I/home.html>

Report Integrato UniCredit 2022

reporting/2022/UC_INTEGRATO_2022_ITA.pdf

SoluzioniMuseali

<https://soluzionimuseali.com/fundraising-culturale/>

SSRN

<https://www.ssrn.com/index.cfm/en/>

Symbola

<https://symbola.net/approfondimento/per-una-cultura-sostenibile-innovazioni-e-pratiche/>

Teatro dell'Opera di Roma

<https://www.operaroma.it/>

Teatro di San Carlo

<https://www.teatrosancarlo.it/>

UniCredit

<https://www.unicreditgroup.eu/content/dam/unicreditgroup-eu/documents/it/sustainability/sustainability->