

DOSSIER SPECIALE PREMIO CULTURA + IMPRESA 2020-2021

L'IMPRESA PARTNER STRATEGICO DELLA CULTURA NELLA STAGIONE PANDEMICA PIU' DIFFICILE

Quando a dicembre 2020 abbiamo presentato l'VIII edizione del **Premio CULTURA + IMPRESA** introducendo anche la **Menzione speciale 'Resilienza 2020-Covid -19'** non avevamo idea dello scenario che avremmo fotografato con i progetti partecipanti, che hanno testimoniato l'alleanza tra Cultura e Impresa in uno degli anni più difficili per la società globale del nostro tempo.

Ora possiamo affermare che non solo il Covid-19 non ha fermato questa collaborazione win-win, ma che questa si è evoluta trovando nuove modalità di espressione e confermando ancora una volta come queste due dimensioni e queste due culture professionali si cercano e si esprimono reciprocamente con sempre maggiore efficacia.

Il Premio CULTURA + IMPRESA – promosso dall'omonimo Comitato non profit creato nel 2013 da **FederCultura** e da **The Round Table progetti di comunicazione** – premia i migliori progetti di **Sponsorizzazione e Partnership culturali, Produzioni culturali d'Impresa e applicazione dell'Art Bonus**, e allo stesso tempo con le Menzioni speciali ricerca e valorizza le tendenze più significative nel rapporto tra Cultura e Impresa.

Che cosa abbiamo rilevato nel 2020, anno nel quale peraltro il Premio ha raggiunto il maggior risultato in termini di partecipazione da parte di Istituzioni e Operatori culturali e Imprese?

Pur in un anno segnato da indicatori 'meno' nella produzione culturale, nella spesa in cultura delle famiglie italiane e in quella del turismo culturale italiano e internazionale (come rilevato dal Rapporto FederCultura 2021), anche grazie al partenariato pubblico-privato la Cultura ha saputo resistere, reinventarsi, coltivare il rapporto con il proprio pubblico e anche raggiungere pubblici nuovi grazie all'uso dei canali e dei mezzi digitali. E in questa propensione all'innovazione l'Impresa spesso è stata al suo fianco, co-protagonista della *'Digital Innovation in Arts'* che sta segnando e sempre più contraddistinguendo lo scenario culturale.

Di seguito vengono meglio descritti i 9 progetti premiati. Qui la sintesi: il Primo Premio per la categoria **'Sponsorizzazioni e Partnership Culturali'** va al **"Festival Le Vie Dei Tesori"**, organizzato da **Le Vie dei Tesori Onlus** in partnership con **Unicredit**.

"L'Italia Riparte - Il Mio Viaggio in Treno" di **Ferrovie dello Stato Italiane** e **Giubilarte** si aggiudica il Primo Premio per la categoria **Produzioni Culturali d'Impresa**.

Il Primo Premio per la categoria **'Applicazione dell'Art Bonus'** va a **"Concerto d'Imprese"** della **Fondazione Teatro di San Carlo di Napoli** con **Aedifica/Brin69 srl, ALA spa, Caronte spa, Ferrarelle spa, SIAP srl, Philippe Foriel-Destezet, Getra Spa, TEMI spa, Isaia spa, Laminazione Sottile spa, Palazzo Caracciolo e Seda spa**.

L'inedita Menzione speciale **'Resilienza 2020/Covid-19'** è assegnata a **"5 minuti con Monet"**, mostra atipica organizzata subito dopo il primo lock-down dal **Palazzo Ducale di Genova** in collaborazione con **Gruppo IREN, Generali Italia e Tiziana Lazzari Cosmetics**.

La Menzione Speciale **'Networking in Arts'** è assegnata ad **"Alleanza per la Cultura"** di **Fondazione Brescia Musei**.

La Menzione Speciale **'CCR - Corporate Cultural Responsibility'** – in collaborazione con il **Salone della CSR e dell'Innovazione sociale** – è assegnata a **'Street Art'** di **E-Distribuzione**; promossa in collaborazione con **Patrimonio Cultura**, la Menzione Speciale **'Under 35'** è conquistata da **"Pausa Caffè MuseoCity"**, progetto dell'**Associazione MuseoCity** in collaborazione con il **MUMAC - Museo della macchina per caffè del Gruppo Cimbali**. Data l'importanza del tema, sono state riservate due Menzioni speciali alla



CON IL CONTRIBUTO DI



'Digital Innovation in Arts', assegnate la prima a "A Life in Music" della **Fondazione Teatro Regio di Parma** - progetto di gamification culturale realizzato con Tuo Museo e INSV Istituto nazionale di studi verdiani grazie alla collaborazione di **SARCE SpA** - e la seconda a "The Covid-19 Visual Project. A Time of Distance" progetto fotografico di **Cortona On The Move** realizzato grazie ad **Intesa Sanpaolo**.

Arrivederci alla IX edizione!

Francesco Moneta – Presidente del **Comitato CULTURA + IMPRESA**

I PROGETTI VINCITORI

CATEGORIA SPONSORIZZAZIONI E PARTNERSHIP CULTURALI

FESTIVAL LE VIE DEI TESORI

Le Vie dei Tesori Onlus + Unicredit | Sicilia

Il Festival Le Vie dei Tesori è stato concepito nel 2006 in occasione del Bicentenario dell'Università di Palermo. Nel 2013 è diventato autonomo e si è incardinato sull'associazione Le Vie dei Tesori, che ha successivamente avuto il riconoscimento di Onlus e si è infine trasformata in Fondazione. Il Festival, giunto quest'anno alla XV edizione, ha trasformato le città in musei diffusi, mettendo in rete, digitalizzando, raccontando e aprendo al pubblico i luoghi di interesse storico e culturale delle più diverse titolarità pubbliche e private, che sono visitabili trasversalmente con un unico strumento di visita (un coupon digitale collegato a una web app) e sono stati raccontati in chiave di storytelling da giovani mediatori (professionisti dei beni culturali, ricercatori universitari, divulgatori, esperti del patrimonio, affiancati da studenti in alternanza scuola-lavoro) e arricchiti di eventi (talk, teatralizzazioni, concerti). Nel 2021 si è svolto in 18 città siciliane e a Mantova, dove è giunto alla terza edizione grazie alla collaborazione della Fidam, la Federazione italiana Amici dei Musei.

Una manifestazione centrata sul trasferimento di conoscenza attraverso lo storytelling, e della cultura come leva di sviluppo economico e sociale delle comunità. Nel 2019 sono stati oltre 1700 i giovani coinvolti (collaboratori retribuiti, tirocinanti universitari, studenti universitari, volontari, studenti in alternanza scuola-lavoro). Formatosi e introdotti al mondo del lavoro, acquistano competenze, consapevolezza delle potenzialità del proprio territorio, conoscenza di percorsi di autoimprenditorialità, attitudine all'accoglienza. Ragazzi che riscoprono attraverso quest'esperienza la consapevolezza delle potenzialità di un Sud capace di fare e lontano dalla rassegnazione.

Le Vie dei Tesori può rappresentare un modello di successo in un'epoca in un'epoca post-pandemica in cui i luoghi della cultura devono ripensare il proprio ruolo e attrarre nuovi pubblici. Strategico, in questo, il rapporto con le imprese, che oggi hanno l'occasione di investire in cultura andando oltre il ruolo tradizionale di filantropia e di mecenatismo, e anche oltre l'azione di marketing e di promozione. Ma che possono trarne benefici di più lungo termine: avere una ricaduta creativa allargando la propria base culturale e di conoscenza; trovare nuovi mercati e nuovi prodotti; diventare attori di sviluppo locale, contribuendo a far crescere l'ambiente in cui operano in relazione con altri attori con cui condividere progetti, sfide di innovazione, visioni del mondo.

CATEGORIA PRODUZIONI CULTURALI D'IMPRESA

L'ITALIA RIPARTE – IL MIO VIAGGIO IN TRENO

Ferrovie dello Stato Italiane SpA + Giubilarte Srl | Lazio

Si è trattato di una call aperta a tutti per un progetto-pilota del Gruppo FS italiane, un invito a raccontare sul canale IG, con creatività, le più belle mete italiane delle vacanze alla riscoperta del territorio e delle città d'arte, dei luoghi lontani e di prossimità, valorizzando le ricchezze locali e il turismo sostenibile per contribuire ad un nuovo Rinascimento italiano. Il progetto realizzato dal 29 luglio al 6 ottobre 2020 dalla Digital Communication di FS Italiane in collaborazione con Giubilarte - curato da Valentina Ciarallo e

Roberta Petronio - era rivolto a video maker, illustratori, artisti, influencer e viaggiatori che hanno scelto di esplorare l'Italia spostandosi sulle infinite rotte della rete ferroviaria per un rilancio del turismo e dell'economia. RiPartire, raccontando il proprio viaggio in treno, ha permesso di mostrare le meraviglie del BelPaese attraverso i numerosi contenuti artistici video/fotografici. Il 6 ottobre, in occasione dei 10 anni di Instagram, è partita la maratona digital di FS, che condividerà tutti i contenuti più interessanti del progetto sui propri canali social.

CATEGORIA **ART BONUS**

CONCERTO D'IMPRESE

Fondazione Teatro di San Carlo | Campania

La sensibilità di mecenati, capaci di unire l'amore per la cultura con il concreto sostegno alle azioni di sviluppo, è la base su cui è nato il progetto Concerto d'Imprese supportato da un gruppo di eccellenze imprenditoriali che ha congiunto le forze per implementare interventi di sostegno all'insediamento, la promozione e lo sviluppo dell'offerta artistica al Teatro di San Carlo. Contribuendo, ciascuno in base a diverse prospettive d'osservazione e alle proprie idee, alla costituzione di un fondo d'investimento ripartito su base triennale, gli imprenditori hanno consentito al Teatro di rafforzare il percorso artistico della Stagione di Concerti 2020/21, in particolare il loro aiuto finanziario è stato fondamentale per il debutto e il successo dello spettacolo in streaming di *Cavalleria Rusticana*. Per la Fondazione, il progetto Concerto d'Imprese, ha significato avere la possibilità di presentare al pubblico, anche in tempi di crisi da Covid-19, un'offerta artistica e culturale internazionale.

Con il sostegno e l'unione dei mecenati, il Teatro di San Carlo ha inaugurato la stagione in streaming 2020/21 presentando *Cavalleria Rusticana* di Pietro Mascagni, l'esecuzione in forma di concerto si è rivelata un successo straordinario. Lo spettacolo in streaming ha registrato nei giorni di distribuzione, un andamento esponenziale delle vendite con circa 2 milioni di spettatori in tutto il mondo, di cui il 13% all'estero (Germania, Usa e Francia costituiscono il 35% delle visualizzazioni Extra Italia). La Fondazione Teatro di San Carlo, il cui impegno mira alla salvaguardia e alla conservazione di un patrimonio produttivo, musicale, storico artistico che non ha eguali al mondo, riconosce nei mecenati sensibili al tema dell'Arte un'imprescindibile risorsa di sviluppo grazie alla quale poter muovere passi decisivi in direzione della diffusione della cultura musicale soprattutto in uno scenario così drammatico come quello che stanno vedendo i teatri.

MENZIONI SPECIALI **DIGITAL INNOVATION IN ARTS**

1.

THE COVID-19 VISUAL PROJECT

Cortona On The Move + Intesa Sanpaolo | Piemonte

The COVID-19 Visual Project. A Time of Distance. è la piattaforma multimediale nata l'11 maggio 2020 allo scopo di diventare un archivio permanente sulla pandemia e documentare gli effetti, i sacrifici e i barlumi di speranza di questo momento unico della storia, attraverso progetti commissionati (n° 70), open call e donazioni da parte di artisti visuali. Cortona On The Move, festival internazionale di visual narrative, in partnership con Intesa Sanpaolo, ha commissionato progetti a fotografi di tutto il mondo sui temi rilevanti legati alla crisi: l'emergenza sanitaria, i contraccolpi economici e sociali e le conseguenze individuali. La piattaforma è stata organizzata in aree tematiche. Ogni capitolo si compone di storie originali prodotte durante la pandemia da COVID-19. Ogni capitolo è arricchito da una selezione di contenuti visivi provenienti dai social media e da diversi articoli e documenti grazie alle fonti giornalistiche.

The COVID-19 Visual Project. A Time of Distance. rappresenterà una memoria storica collettiva che potrebbe aiutarci a non dimenticare questo periodo di distanza che tutti abbiamo dovuto vivere e sopportare, ognuno a modo proprio.

Tutto questo è stato possibile grazie al rapporto di fiducia stabilito con Intesa Sanpaolo nel corso degli anni, un rapporto che va oltre la partnership e la sponsorizzazione, in cui il confronto tra necessità e volontà reciproche è costante.

La modalità di collaborazione con la banca rappresenta un modello virtuoso in cui, nel momento più difficile per le attività culturali, un'azienda profittevole ha sostenuto un'idea, correndo il rischio che il risultato fosse deludente o non all'altezza delle aspettative.

Questo atteggiamento ha dato la possibilità ad OTM company di generare innovazione nei processi e questo ha permesso al progetto *The COVID-19 Visual Project. A Time of Distance*. di venire diffuso sia on line che off line in tutto il mondo e di generare contenuti inediti.

2.

A LIFE IN MUSIC | Emilia Romagna

Fondazione Teatro Regio di Parma + TuoMuseo + Istituto Nazionale di Studi Verdiani + SARCE spa | Parma

A Life in Music è il primo mobile game al mondo realizzato da un teatro d'opera. Prodotto dal Teatro Regio di Parma, il gioco per smartphone e tablet, disponibile gratuitamente su App store e Google Play Store; è una commissione del Festival Verdi a TuoMuseo, leader internazionale e pluripremiato nel settore del gaming per istituzioni culturali, che lo ha sviluppato in stretta collaborazione con Francesco Izzo - Direttore scientifico del Festival - e Alessandro Roccatagliati - Direttore scientifico dell'Istituto nazionale di studi verdiani - con la partnership di Sarce - sponsor del Teatro Regio e azienda leader nel campo delle soluzioni informatiche per la trasformazione digitale delle aziende. Il gioco, dopo un test della versione in italiano nel 2019, è stato rilasciato nel 2020 nelle versioni in inglese, spagnolo, portoghese, russo e cinese, superando in breve tempo gli oltre 400 mila download.

Il Teatro Regio di Parma ha assunto con determinazione e coraggio la responsabilità sociale di vicinanza e sostegno alla propria comunità, facendo sentire la propria presenza e il proprio sostegno anche a sipario chiuso, ideando nuove attività e iniziative, che hanno potuto garantire i livelli occupazionali dei lavoratori del Regio e hanno saputo portare anche a distanza l'emozione e la forza della musica e la bellezza del teatro agli appassionati di opera, musica e danza.

Nell'attuale prospettiva post pandemica, quanto accaduto fa emergere due riflessioni che si completano reciprocamente:

- l'opportunità anzi la necessità che le istituzioni culturali compiano un ulteriore e costante sforzo creativo e progettuale che le leghi sempre più alle imprese e alle aziende che le sostengono, ad esempio realizzando iniziative dedicate (spettacoli, laboratori, proposte formative) o progetti di comunicazione per le aziende, magari realizzate al loro interno, coinvolgendo i lavoratori e le loro famiglie, su progetti e temi che le aziende stesse promuovono o sentono più urgenti, ad esempio di responsabilità e sensibilità sociale (parità di genere, lotta alle disuguaglianze, sostenibilità ambientale);
- l'opportunità che le istituzioni culturali acquisiscano e facciano proprie le modalità e gli strumenti adottati dalle imprese nei propri ambiti d'azione, nell'ottica di efficientamento, digitalizzazione, ottimizzazione, declinandole sul proprio obiettivo principe, che è la redistribuzione di un profitto immateriale che consiste nella ricchezza culturale.

MENTIONE SPECIALE CCR – CORPORATE CULTURAL RESPONSIBILITY

STREET ART

E-Distribuzione | Lazio

L'energia libera il talento e investe in cultura: *Cabine di Street Art* è il progetto di arte e sostenibilità firmato da E-Distribuzione. Un "museo a cielo aperto" che ha portato a riqualificare le oltre 300 cabine elettriche in vere e proprie opere artistiche, facendo convivere i valori di sostenibilità, innovazione e rispetto per l'ambiente che da sempre caratterizzano l'azienda, la più grande società in Italia nel settore della Distribuzione e Misura di energia elettrica, con oltre 1.150.000 chilometri di infrastruttura gestita e circa 7.500 Comuni e 32 milioni di unità abitative raggiunti. Generare e distribuire valore al servizio del



CON IL CONTRIBUTO DI



Paese, unendo innovazione tecnologica e qualità per offrire ai clienti un servizio di eccellenza, è la mission di E-Distribuzione, che con questo progetto ha voluto donare alle comunità locali “quadri” che esprimono la bellezza, complessità, ricchezza e varietà del nostro territorio.

Tele d'arte che sono state valorizzate in una serie di iniziative di comunicazione che hanno portato *Cabine di Street Art* ad essere uno dei progetti di punta dell'azienda. In cinque anni si sono infatti susseguite una serie di attivazioni che hanno accolto il favore degli utenti e delle comunità locali: le “Street Art Challenge”, “Cabine d'Autore”, le “Cabine in Rosa” ed “Energia a Colori”.

Il progetto nasce nel 2016 dalla volontà e necessità di mitigare l'impatto ambientale dell'infrastruttura di distribuzione, restituendo alla comunità benefici in termini di sostenibilità, decoro urbano e riqualificazione. Le opere sono pensate infatti per integrarsi nel contesto in cui si trovano. Non solo: hanno come oggetto il contesto stesso. I murales parlano al territorio e del territorio e i loro “artwork” vengono costruiti insieme per affrontare tematiche e lanciare dei messaggi chiave, cari sia alla comunità e alle istituzioni che ad E-Distribuzione. Le installazioni sono quindi non solo un dovere che la società ha nei confronti del proprio patrimonio, nel tutelare e valorizzare i propri “beni”, ma anche un servizio che rende alla Comunità. E che può rendere grazie alla fondamentale collaborazione con i suoi stakeholders quali Comuni ed enti come le Soprintendenze.

MENZIONE SPECIALE NETWORKING IN ARTS

ALLEANZA CULTURA | Fondazione Brescia Musei | Brescia

Il progetto *Alleanza Cultura* rappresenta un innovativo modello di fundraising cui Fondazione Brescia Musei ha dato vita allo scopo di stringere i rapporti del territorio con il proprio patrimonio storico artistico e al tempo stesso andare oltre i limitati orizzonti temporali e motivazionali che spesso accompagnano le operazioni di sponsorizzazione di singoli eventi, proponendo un'azione di ampio respiro basata su programmi concreti pluriennali e visioni condivise in grado di garantire uno sviluppo futuro duraturo e sostenibile.

Da un lato, si tratta dell'opportunità concreta per aziende amiche dei musei di fornire un sostegno strategico e programmatico alla progettazione e realizzazione delle attività culturali quali mostre ed eventi speciali. Dall'altro, la possibilità per l'impresa di cogliere l'occasione unica offerta dalla presenza delle arti e dei musei nella quotidianità di tante persone, e sfruttare la cultura per accrescere la propria visibilità, selezionando le espressioni artistiche che sono più in sintonia con la tipologia di pubblici che desidera raggiungere.

Il progetto *Alleanza Cultura* avrebbe dovuto essere lanciato pubblicamente nella seconda metà di marzo 2020, a conclusione della raccolta di adesioni e del perfezionamento degli accordi, in occasione delle celebrazioni annuali dedicate alla riapertura della Pinacoteca Tosio Martinengo, con un grande evento dedicato alla stampa e un prestigioso evento serale. Purtroppo, la situazione di emergenza sanitaria ha implicato lo spostamento del lancio al mese di maggio, e trasformato l'evento stampa originariamente previsto in presenza, in un grande evento digitale. L'evento ufficiale di inaugurazione è stato invece fatto coincidere con la riapertura dei siti museali dopo il lockdown, il 21 maggio 2020. Tale evento si è aperto con il Silenzio Fuori Ordinanza suonato dal vivo, senza pubblico, dal cortile di San Salvatore del Museo di Santa Giulia, dedicato a tutte le vittime cittadine del Covid19.

MENZIONE SPECIALE UNDER 35

PAUSA CAFFÈ' | Lombardia

MuseoCity + Mumac - Museo della Macchina per Caffè

Pausa Caffè MuseoCity è il primo podcast dedicato al mondo dei musei realizzato grazie al prezioso contributo di MUMAC - Museo della macchina per il caffè di Gruppo Cimbali, la più importante esposizione di macchine per caffè espresso professionali al mondo. Il progetto è stato ideato per dare voce a tutti quei musei della città metropolitana di Milano non visitabili durante le settimane del primo lockdown, che tanto avevano da raccontare, e lo ha fatto con una radio on demand, i cui singoli contenuti sono disponibili online e scaricabili.



CON IL CONTRIBUTO DI



Pausa Caffè MuseoCity è nata con l'obiettivo di offrire nuove chiavi di lettura delle istituzioni museali, spunti di riflessione e approfondimenti culturali per l'ascoltatore, nell'attesa di poter tornare a fruire dell'immenso patrimonio artistico e culturale della città e del nostro Paese, fonte inesauribile di ispirazione e bellezza. A partire dal lancio di domenica 5 aprile alle ore 11.30, ogni settimana, il mercoledì alle ore 11 sono stati proposti nuovi contenuti della durata di 10-15 minuti con il format di una trasmissione radiofonica animata da tre conduttori – Jacopo Balestrini, Laura Defendi, Davide Sanavio – che si sono alternati nell'intervistare direttori e curatori di alcune delle 89 istituzioni che ad oggi compongono il circuito MuseoCity. Ha introdotto il progetto con suo contributo audio l'Assessore alla Cultura del Comune di Milano, Filippo Del Corno.

Pausa Caffè MuseoCity offre un racconto ricco di curiosità che si snoda attraverso la città: un appuntamento che potrebbe diventare un rito, come il caffè, tracce audio – disponibili su Spotify, Spreaker, Apple Podcast – che è possibile ascoltare più volte, anche off-line, in qualsiasi momento della giornata.

MENZIONE SPECIALE RESILIENZA/COVID-19

5 MINUTI CON MONET | Liguria

Palazzo Ducale Fondazione per la Cultura + Iren + Generali Italia + Tiziana Lazzari Cosmetics

Con questa iniziativa Palazzo Ducale Fondazione per la Cultura ha inteso far diventare il distanziamento sociale l'occasione per un'esperienza estetica immersiva ed emozionante. Questa mostra è stata una sfida alla riscoperta della contemplazione, del contatto e della forza espressiva di un'opera. In un tempo che ci ha costretto a costruire barriere per proteggerci, Palazzo Ducale ha invitato il suo pubblico ad un incontro diretto con un capolavoro, a metterci in ascolto di quanto l'arte, con grande capacità narrativa, riesce a dire di sé, ma anche di noi, per fare del distanziamento sociale messo in atto per proteggerci un'autentica occasione di avvicinamento all'arte e all'esperienza estetica. Più di ogni altro è stato Claude Monet, che con la sua pittura fluida ed avvolgente, col suo narrare personale eppure universale, poteva permetterci di vincere questa sfida.

La visita alla mostra ha seguito i protocolli di sicurezza anti Covid-19 e il rispetto della distanza interpersonale tra i visitatori, opportunamente segnalata in verde sin dallo scalone di accesso; obbligatorio l'utilizzo della mascherina e la misurazione della temperatura all'ingresso della mostra. Il percorso espositivo iniziava all'aperto nel loggiato maggiore e proseguiva all'interno dell'Appartamento del Doge, e nella grande sala espositiva è stato possibile ammirare le Ninfee in completa solitudine per cinque, magnifici, minuti.

All'interno della sala inoltre era possibile scegliere se ammirare l'opera in silenzio oppure accompagnati dalla musica di Arvo Pärt "Spiegel im Spiegel" o, in alternativa, dalle parole che lo stesso Monet scrisse al critico François Thiébaud-Sisson nel febbraio del 1918, lette da Luca Bizzarri, Presidente della Fondazione. Tramite QR code era possibile accedere agli audio oppure utilizzare il touch screen presente in sala.