



STUDIO LEGALE TRIBUTARIO MORABITO
ASSOCIAZIONE PROFESSIONALE

COLLEZIONISMO D'IMPRESA: UN INVESTIMENTO TRA CULTURA E STRATEGIA

SOMMARIO: 1. Introduzione - 2. Dal mecenatismo al marketing culturale - 3. Arte e strategia - 4. Il panorama legislativo - 5. Conclusioni.

1. Introduzione

«La fabbrica non può guardare solo all'indice dei profitti. Deve distribuire ricchezza, cultura, servizi, democrazia. Io penso la fabbrica per l'uomo, non l'uomo per la fabbrica.»
ADRIANO OLIVETTI

Olivetti ci invita a riflettere su un modello d'impresa che non si limita al solo profitto, ma che investe nel benessere collettivo, promuovendo una distribuzione della ricchezza che superi la dimensione meramente economica.

Questo concetto si riallaccia perfettamente alla realtà aziendale contemporanea, all'interno della quale l'arte non si presenta più come solo elemento decorativo ma come componente essenziale all'interno della strategia dell'immagine aziendale.

Al contrario della percezione comune infatti, il collezionismo d'impresa non costituisce un semplice "lusso" o "un capriccio" dell'imprenditore: un'attività che decide di adottare una comunicazione di tipo culturale-artistico come strumento strategico sta scegliendo di avviare un ciclo costruttivo in grado di generare valore per sé stessa, per il territorio e per la comunità circostante. Rispetto a una collezione museale, la collezione aziendale ha un carattere più specifico e meno universale, poiché, in virtù della sua destinazione, è strettamente legata alla realtà dell'impresa. Questo legame consente di incorporare valori che, in un contesto puramente economico, sarebbero altrimenti assenti o poco evidenti.

2. Dal mecenatismo al marketing culturale

Il collezionismo d'impresa rappresenta l'epilogo di un lungo e complesso iter evolutivo sviluppatosi nel corso dei secoli. Già nel Rinascimento, l'arte abbandonò il suo ruolo subalterno a servizio del potere politico e religioso, per emergere come un valore autonomo, da ammirare e celebrare per la sua dimensione simbolica, culturale e intellettuale. Le collezioni, in questo contesto, non erano solo oggetti di lusso ma simboli tangibili di ricchezza e sapere, divenendo strumento per consolidare l'immagine del mecenate come custode delle arti e della conoscenza. Il collezionismo rinascimentale, infatti, non si limitava alla mera acquisizione di opere, ma rappresentava un'attività intellettuale che rispecchiava l'importanza crescente della filosofia umanista, il cui pensiero trovava riflesso nelle opere scelte e accumulate.

Si giunge così all'Ottocento, un secolo che segna l'alba di quella che oggi riconosciamo come la forma moderna di collezionismo. In questo periodo, contrassegnato dall'emergere della borghesia, il collezionista si trasforma in un "cacciatore" di occasioni, una figura che incarna un



STUDIO LEGALE TRIBUTARIO MORABITO
ASSOCIAZIONE PROFESSIONALE

nuovo modello di distinzione sociale. Per i cittadini di quell'epoca, il collezionismo diventa il segno di un raffinato gusto e di un prestigio ineluttabile, identificando la classe degli industriali abbienti, che, oltre a decorare le loro dimore con opere d'arte, si fanno anche protettori di artisti contemporanei.

È in questo contesto che il collezionismo acquisisce una dimensione ambivalente, una caratteristica che continua a perdurare anche ai giorni nostri. Come osservato da P. Cabanne, *«Il collezionismo non contribuisce solo alla creazione o all'arricchimento delle istituzioni pubbliche, ma incide profondamente sulla gerarchia dei valori, influenzando le fluttuazioni del mercato e determinando il posto del collezionista in tale ambito. Inoltre, in una società collettivista, esso rappresenta una delle ultime forme di individualità, la cui attrazione cresce in proporzione alla sua autorità; la sua unicità, dal punto di vista sociale, lo isola, lo protegge e lo preserva»* (P. Cabanne, *Le roman des grands collectionneurs*, Plon, Parigi, 1961).

Come si configura oggi il collezionismo d'arte? In seguito alle rapide trasformazioni indotte dal processo di globalizzazione e all'irrompere di Internet come presenza dall'estensione capillare in ogni aspetto della vita dell'individuo, il collezionismo si è plasmato assumendo le sembianze di un'esperienza cosmopolita, capace di inserirsi in modo sempre più radicale nel tradizionale triangolo (studio, galleria, mercato) del mondo dell'arte. È all'interno di questo contesto dinamico e fertile che si inserisce il fenomeno delle Corporate Art Collection, un investimento strategico da parte delle aziende che trasformano l'arte in un vero e proprio asset, capace di apportare valore aggiunto al bilancio aziendale.

3. Arte e strategia

I vantaggi derivanti dalla collezione di opere d'arte per l'impresa sono tanto concreti quanto tangibili; si tratta di una strategia in grado di intrecciare benefici estetici, finanziari, culturali e strategici, creando valore tanto all'interno quanto all'esterno dell'organizzazione.

Da una prospettiva economica e finanziaria, il collezionismo d'arte per le aziende si configura come una forma di investimento sofisticata. L'acquisizione di opere artistiche rappresenta una significativa opportunità per diversificare il portafoglio, fungendo da alternativa solida agli investimenti tradizionali come azioni, obbligazioni e beni immobili.

La scelta di investire nell'arte contemporanea, in particolare, si configura come un potente veicolo comunicativo per le imprese. Tale investimento consente di rafforzare l'affermazione della propria *brand identity*, conferendo all'impresa un'immagine caratterizzata da visione, innovazione e capacità di adattamento ai rapidi mutamenti della società e del tempo.

L'opera d'arte, quindi, si configura come un riflesso tangibile dei valori fondanti dell'azienda, svolgendo un ruolo centrale nel creare e consolidare il suo capitale reputazionale. Questo concetto, che racchiude l'insieme dei valori e dei comportamenti sociali che definiscono la reputazione dell'impresa, è sempre più rilevante nel panorama pubblico e professionale a discapito di una mera e poco esaustiva visione finalizzata al solo rendiconto economico.



STUDIO LEGALE TRIBUTARIO MORABITO
ASSOCIAZIONE PROFESSIONALE

A supporto di tale concetto, emergono studi in corso, tra cui quelli di Adam Arvidsson, professore di Sociologia all'Università degli Studi di Milano, il quale ha dichiarato: "la prossima economia sarà un'economia etica, non più basata sul lavoro, come è stata l'ultima economia capitalistica, ma sull'abilità di costruire relazioni sociali eticamente significative"; questo pensiero sottolinea l'importanza di una reputazione costruita su principi etici e relazioni autentiche, valori che possono essere veicolati efficacemente attraverso l'arte. Vista l'intrinseca specializzazione di questo peculiare tipo di collezionismo, la selezione di specifici artisti o correnti artistiche a discapito di altre si fonda sulla pertinenza della loro rappresentazione simbolica con la storia e l'eredità dell'azienda, contribuendo così a un allineamento tra cultura artistica e identità aziendale.

L'incontro tra il settore dell'impresa e il patrimonio culturale non elabora vantaggi solo per l'azienda stessa ma al contrario favorisce anche sinergie con la comunità e il territorio, creando occasioni di incontro e di scambio culturale.

Le aziende, infatti, spesso intraprendono collaborazioni con istituzioni, musei e gallerie, sostenendo progetti che valorizzano e rendono visibile il patrimonio artistico nazionale. Tali iniziative, caratterizzate da un notevole impatto mediatico, aiutano a raggiungere un pubblico più ampio, rafforzando il legame tra il settore dell'arte e la società. In questo modo, l'arte si trasforma in uno strumento di marketing culturale capace di potenziare l'immagine dell'impresa, favorire un rapporto diretto con la comunità e al contempo promuovere il patrimonio artistico come un valore collettivo condiviso.

Un esempio significativo nel contesto del collezionismo d'arte aziendale è David Rockefeller, vero pioniere di questa pratica. Nel 1959, in qualità di presidente della Chase Manhattan Bank, Rockefeller avviò il primo programma artistico all'interno dell'azienda, segnando l'inizio di una rilevante iniziativa nel settore del collezionismo d'arte aziendale. Oggi, la collezione ha acquisito sempre maggiore importanza, concentrandosi principalmente sulla pittura moderna e contemporanea, nonché sulla scultura, la fotografia e altre forme artistiche. Il programma attualmente in essere gestisce un attivo sistema di prestiti museali, organizza mostre itineranti, sviluppa progetti educativi destinati a un pubblico interno ed esterno e sostiene le attività filantropiche e le collaborazioni di sponsorizzazioni globali dell'azienda.

L'esperienza pionieristica americana ha dato origine a numerose realtà aziendali impegnate nel collezionismo d'impresa, un fenomeno che sta coinvolgendo un numero crescente di imprese anche in Italia.

Secondo una apposita ricerca sul fenomeno delle Corporate Art Collections svolta dall'Università Cattolica del Sacro Cuore, in collaborazione con Axa Art e Intesa Sanpaolo, le aziende del settore bancario e assicurativo detengono la quota maggiore di collezioni aziendali in Italia (circa il 19% del totale), seguite da quelle operanti nei settori della moda e del design, con una quota del 16%.

Rimanendo nell'ambito italiano, un esempio di collezionismo d'arte aziendale particolarmente riuscito è quello di Irinox, azienda trevigiana specializzata nella produzione di quadri elettrici e abbattitori rapidi di temperatura. Irinox possiede una delle collezioni d'arte aziendali più



STUDIO LEGALE TRIBUTARIO MORABITO
ASSOCIAZIONE PROFESSIONALE

rilevanti in Italia, riuscendo a creare un'identità unica e distintiva per il proprio brand. Come affermato dalla stessa azienda: "Crediamo che l'arte possa contribuire a stimolare la nostra creatività, aiutarci a vedere con altri occhi, ad avere la mente aperta a nuove possibilità. Gli artisti sono naturalmente orientati al nuovo, sanno creare dal nulla, anticipano i cambiamenti. Bellezza e innovazione sono i valori che la nostra collezione d'arte porta in azienda, migliorando i nostri spazi e stimolandoci a un pensiero più creativo."

4. Il panorama legislativo

A questo punto, è fondamentale esaminare come il legislatore abbia affrontato e regolamentato il fenomeno del collezionismo d'impresa, con particolare attenzione a come la normativa abbia integrato questa pratica nel quadro giuridico, intervenendo su aspetti relativi alla tutela e alle garanzie.

L'approccio legislativo in questo settore riveste un ruolo decisivo per comprendere come il collezionismo d'arte aziendale non solo rappresenti una scelta strategica per le imprese, ma anche un'opportunità per valorizzare il patrimonio artistico e promuovere la crescita culturale del territorio.

Tuttavia, nel decreto legislativo del 22 gennaio 2004 n.42, meglio noto come 'Codice dei beni culturali e del paesaggio' non è presente alcuna tipizzazione o alcun riferimento al collezionismo d'impresa.

Questa lacuna normativa è preoccupante per le sue implicazioni, in quanto impedisce alle aziende di operare con un quadro giuridico chiaro e sicuro.

Senza una disciplina ad hoc, le imprese volenterose di investire in arte si trovano equiparate ai collezionisti intesi come persone fisiche e, di conseguenza, sono costrette a seguire la stessa normativa riguardante i privati, inclusa quella afferente la circolazione delle opere d'arte, o vincoli conseguenti alla dichiarazione di interesse culturale e la gestione dei diritti d'autore, in base al sopracitato Codice dei beni culturali e alla Legge sul diritto d'autore (L. 22 aprile 1941, n. 663).

Questa situazione limita le opportunità del collezionismo d'impresa, poiché l'assenza di una normativa chiara in Italia rende difficile per le aziende intraprendere questo percorso. Tale mancanza genera ostacoli sia in termini di protezione giuridica che di gestione fiscale del patrimonio artistico aziendale. In assenza di un quadro legislativo specifico, le imprese rischiano di non riuscire a tutelare adeguatamente le proprie collezioni, compromettendo così la piena valorizzazione dell'investimento in arte.

In questo scenario di incertezza normativa, una soluzione pratica adottata da molte aziende è la costituzione di una fondazione d'arte. La fondazione si configura come un'entità giuridica separata dall'impresa, ma strettamente legata alla sua missione culturale. Pur mantenendo un legame forte con la collezione, l'impresa trasferisce formalmente la responsabilità della gestione e valorizzazione delle opere alla fondazione. Questo meccanismo permette di separare il



STUDIO LEGALE TRIBUTARIO MORABITO
ASSOCIAZIONE PROFESSIONALE

patrimonio artistico dalle operazioni aziendali quotidiane, garantendo al contempo una gestione professionale delle opere e una maggiore protezione giuridica.

Una fondazione è un'organizzazione stabile, dotata di personalità giuridica privata, che opera secondo il Codice Civile italiano e le normative specifiche. La fondazione utilizza il suo patrimonio per perseguire uno scopo di interesse collettivo: nel caso delle fondazioni d'arte, questo scopo è principalmente la promozione, la conservazione e la valorizzazione delle opere. Inoltre, la fondazione è un ente non lucrativo, il cui obiettivo non è generare profitto, ma piuttosto contribuire alla diffusione della cultura e dell'arte.

La creazione di una fondazione d'arte consente, quindi, alle imprese di superare la carenza normativa e di assumere un ruolo significativo nel panorama culturale, tutelato e strutturato. In tal modo, le aziende non solo riescono a proteggere il loro patrimonio artistico, ma possono anche ampliare la propria missione culturale, contribuendo attivamente alla crescita e alla valorizzazione dell'arte nel contesto sociale e territoriale.

Un ulteriore strumento giuridico che potrebbe risultare utile per risolvere le problematiche non specificamente disciplinate dal nostro ordinamento è il trust, istituto di matrice anglosassone che ha ottenuto riconoscimento in Italia a seguito della ratifica della Convenzione dell'Aja del 1985. Il trust è un contratto in virtù del quale un soggetto, noto come settlor (colui che detiene la proprietà dei beni), dispone il trasferimento totale o parziale del proprio patrimonio a favore di un trust, conferendo la gestione a un altro soggetto, denominato trustee, che amministrerà il patrimonio per il beneficio di uno o più destinatari, definiti beneficiaries. In sostanza, per le imprese che desiderano proteggere e gestire una collezione di arte, il trust può essere un potente strumento legale per garantire la tutela patrimoniale, una gestione sicura e professionale e una continuità nella gestione della collezione stessa, riducendo al contempo i rischi fiscali e legali. Questo approccio consente alle imprese di concentrarsi sul valore culturale e sull'investimento nelle opere d'arte, mantenendo al contempo un alto livello di protezione legale.

5. Conclusioni

Per concludere, sebbene si spera in un futuro riconoscimento delle imprese come potenziali collezioniste, tutelate da una normativa ad hoc, è altrettanto fondamentale avviare un ripensamento critico di istituti giuridici già esistenti, come il vincolo di interesse culturale, che risulta particolarmente gravoso e vincolante per le imprese.

Attualmente, molte collezioni aziendali, specialmente quelle che includono opere d'arte, beni storici o culturali, sono soggette a normative che mirano a tutelare il patrimonio culturale nazionale. Questo vincolo comporta una serie di restrizioni per le imprese, in particolare in termini di vendita, esportazione e gestione dei beni collezionati.

Sebbene sia indubbia la necessità di tali misure per la conservazione del patrimonio culturale, possono risultare problematiche per le imprese che desiderano gestire la loro collezione in modo più flessibile e dinamico.



STUDIO LEGALE TRIBUTARIO MORABITO
ASSOCIAZIONE PROFESSIONALE

Un'azienda che possiede beni vincolati da un interesse culturale potrebbe trovarsi a fronteggiare difficoltà nel prendere decisioni legate alla valorizzazione, alla vendita o alla cessione di questi beni, senza incorrere in pesanti ed eccessivamente onerose limitazioni. In alcuni casi, le procedure necessarie per ottenere l'autorizzazione a vendere o trasferire tali beni possono essere lente e complesse, limitando le opportunità economiche per l'impresa.

È pertanto cruciale che si avvii una riflessione sul bilanciamento tra la protezione del patrimonio culturale e la necessità di flessibilità per le imprese nel gestire le proprie collezioni.