

1. Record Nr.	UNINA9910372759503321
Autore	Paolino Chiara
Titolo	Le corporate collection in Italia : Dalla ricerca alla prassi // Chiara Paolino
Pubbl/distr/stampa	Bologna : , : Societa editrice il Mulino Spa, , 2019
Descrizione fisica	1 online resource (272 pages)
Disciplina	658
Soggetti	Industrial management
Lingua di pubblicazione	Italiano
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references.
Nota di contenuto	<p>INDICE -- Introduzione -- Capitolo primo -- Il collezionismo corporate in Italia. Stato dell'arte, benefici e possibili direzioni future -- 1. L'arte in impresa: una ricerca su come sono strutturate le iniziative di gestione e valorizzazione delle collezioni corporate e sui loro benefici -- 2. 160 corporate collection in Italia: la loro governance organizzativa e i benefici possibili -- 2.1. Come sono organizzate le collezioni: una «via di mezzo» ispirata alla comunicazione e al marketing -- 2.2. La relazione tra la configurazione organizzativa e gli impatti percepiti per l'impresa -- 2.3. Riflessioni sul network -- 3. L'aggiornamento della ricerca: il tema della performance economica -- 3.1. Il nuovo campione e i principali trend -- 3.2. Le attività legate alla collezione e la loro relazione con la performance economica d'impresa -- 4. Conclusioni --</p> <p>Capitolo secondo -- Le collezioni e l'arte in impresa. Una modalità distintiva di comunicare la responsabilità sociale dell'azienda -- 1. Il valore del reporting di Corporate Social Responsibility per l'arte e le collezioni, dalla ricerca del 2016 all'aggiornamento nel 2019 -- 2. L'evoluzione recente della CSR: dal suo significato generale agli ultimi contributi sul reporting dell'arte e delle collezioni in impresa -- 3. I risultati dall'analisi empirica della reportistica di CSR: le best practices e le tendenze nei diversi settori -- 3.1. L'arte e la collezione corporate nel reporting di CSR come uno strumento di valorizzazione del rapporto tra l'impresa e la comunità: i risultati dell'analisi qualitativa -- 3.2. L'arte e la collezione corporate nel reporting di CSR: l'analisi quantitativa e la diffusione del fenomeno -- 4. Sustainable Thinking: la</p>

mostra e il museo d'impresa come motori della sostenibilita e dell'innovazione aziendale -- 5. Conclusioni -- Capitolo terzo -- Le collezioni d'impresa «non convenzionali». Il lavoro degli artisti contemporanei in azienda, tra committenza e interventi artistici -- 1. Le collezioni d'impresa «non convenzionali»: un punto della situazione -- 2. Il lavoro con gli artisti in azienda funziona sempre? Alcune evidenze dalle ricerche piu recenti -- 2.1. Quando il lavoro con l'artista si trasforma da esperienza individuale ad esperienza organizzativa -- 2.2. Il lavoro con l'artista non e intercambiabile con gli strumenti tradizionali di sviluppo organizzativo -- 2.3. La responsabilita del management nell'organizzare il lavoro con gli artisti: il nuovo collezionismo come forma di apprendimento organizzativo -- 3. Le nuove collezioni: l'occasione di una riflessione originale sui valori e sulle strategie d'impresa -- 3.1. Marchesi Antinori: il modo istituzionale di intendere la nuova committenza e le nuove collezioni -- 3.2. Sergio Rossi: l'arte contemporanea, la fabbrica e l'identita dell'impresa -- 3.3. La Fondazione Ermanno Casoli: l'arte contemporanea, come metodo per l'innovazione aziendale -- 4. L'artista e l'impresa: gli interventi artistici come un progetto di arte pubblica? -- 5. Conclusioni -- Capitolo quarto -- La gestione della collezione d'arte aziendale, tra passione e investimento: formazione, gestione e valorizzazione di Cristina Resti -- 1. Le motivazioni alla base del collezionismo corporate -- 2. Formazione, gestione e valorizzazione della collezione -- 2.1. La formazione della collezione -- 2.2. I canali di acquisto -- 2.3. Attivita collaterali all'acquisto -- 2.4. La catalogazione della collezione -- 3. Stima economica ed aggiornamento dei valori -- 4. L'allestimento e gli spazi espositivi -- 5. L'attivita di conservazione e restauro -- 6. Lo staff -- 7. La fruibilita al pubblico: dipendenti, clienti, stakeholder aziendali -- 8. Il trasporto e le movimentazioni -- 9. Il prestito a terzi: dall'azienda alla mostra e viceversa -- 10. Riflessioni sul network delle corporate collection -- 11. Il rapporto con le istituzioni -- 12. Conclusioni -- Capitolo quinto -- L'analisi del rischio: tra protezione, conservazione e assicurazione di Italo Carli -- 1. Introduzione -- 2. Identificazione del contesto -- 3. Il «contenitore»: identificazione dello spazio che ospita la collezione -- 4. Il «contenuto» -- 5. L'analisi e valutazione del rischio -- 6. Catalogo delle opere ed archiviazione -- 7. La copertura assicurativa -- 8. Gestire l'emergenza -- 9. Resistere e ripartire: come gestire «il dopo» -- 10. Conclusioni -- Capitolo sesto -- Alcuni esempi di eccellenza, best practices per gestire la propria collezione -- 1. Perché dedicare un capitolo alla descrizione di alcuni esempi di eccellenza -- 2. Le aziende del settore agricolo e dell'ospitalita -- 2.1. Il Castello di Ama: quando essere strutturati significa essere integrati nel territorio e nelle scelte della proprieta dell'impresa -- 3. Gli studi legali: tra produzione culturale, art advisory, e sistema dell'arte -- 3.1. Nctm Studio Legale: il lavoro con gli artisti per organizzare la produzione culturale dell'impresa -- 3.2. Lo Studio Legale Negri-Clementi: l'art advisory, la comunicazione e la produzione editoriale con la rivista ART&LAW -- 3.3. LCA Studio Legale e il Progetto LAW IS ART!: come l'azienda si inserisce nel sistema dell'arte, anche attraverso la produzione scientifica e la formazione -- 4. Il collezionismo nel settore bancario e assicurativo: tra identita corporate e identita pubblica -- 4.1. Intesa Sanpaolo: un progetto articolato per la performance sociale, culturale ed economica dell'impresa -- 4.2. BPER Banca: «La Galleria, Collezione e Archivio Storico», tra identita corporate e identita territoriale -- 4.3. Arte UBI Banca: la cifra distintiva della divulgazione e della qualificazione dell'audience -- 4.4. La collezione di AXA: «Un peccato buttarle via» di Benedetta Brandi -- 5. Il settore manifatturiero:

produzione e collezionismo, due attività integrate -- 5.1. La Fondazione Bonotto: non una corporate collection, ma l'arte che vive insieme all'azienda -- 6. Il settore ospedaliero: la consapevolezza del settore non-profit del valore aziendale e sociale delle proprie collezioni -- 6.1. Le collezioni dell'Ospedale Maggiore di Milano: partire dall'archivio per dare unitarietà alla collezione -- 6.2. L'ospedale-museo nel cuore di Firenze: Santa Maria Nuova di N. Persiani, M. Giusti, I.E. Vannini e G. Landini -- 7. Conclusioni -- Riflessioni conclusive: lo sviluppo delle professioni a servizio del collezionismo corporate -- Ringraziamenti -- Riferimenti bibliografici.

---

## Sommario/riassunto

L'obiettivo del volume, che prende le mosse dai risultati di una ricerca su 160 corporate collection italiane svolta dall'Università Cattolica del Sacro Cuore con il supporto di Banca Intesa Sanpaolo e AXA XL Art & Lifestyle, è offrire un quadro aggiornato sulla situazione del collezionismo corporate e del ruolo dell'arte nelle aziende italiane. C'è relazione tra le collezioni e le prestazioni economiche e sociali dell'impresa? Quali sono le attività legate alle collezioni aziendali? E come possono essere governate per conservare, proteggere, gestire e valorizzare il patrimonio d'impresa nel modo più efficace? Data una certa propensione a collezionare, le imprese si stanno spostando verso l'articolazione di un rapporto più complesso tra la collezione e la vita dell'azienda: da qui lo sviluppo di un nuovo tipo di rapporto tra azienda e artisti, la necessità di formare nuovi profili professionali e la sperimentazione di nuove modalità di networking.

---