

STRATEGIE. E nata l'Alleanza tra la Fondazione e il mondo produttivo della provincia

Brescia Musei e aziende insieme per la cultura

Le maggiori imprese bresciane si impegnano a sostenere i progetti artistici e sul patrimonio per tre anni. Investendo 3,5 milioni di euro

Eugenio Barboglio

Un'alleanza, un club. Dentro ci sono le aziende bresciane e le associazioni, le università. Investiranno in tre anni 3,5 milioni nelle iniziative di Brescia Musei. È il mondo della produzione, dell'industria che si muove verso la cultura. Un progetto costruito con un lavoro di mesi. Rapporti intessuti Face to face, B2B: non è questione di formule ma di disponibilità da una parte e buoni argomenti dall'altra. Sono queste le premesse dell'Alleanza per la cultura di Fondazione Brescia Musei.

Visti i tempi grami - i musei bresciani stanno cominciando solo ora a fare il conto delle perdite per mancati biglietti e iniziative sfumate -, il coinvolgimento economico del fior fiore dell'imprenditoria bresciana è manna dal cielo. Ma i contatti tra Francesca Bazoli, Stefano Karadjov e gli imprenditori bresciani

preesistono al contagio. Non sono una strategia di emergenza, ma una modalità di fundraising destinata a segnare i prossimi tre anni e gli anni successivi. Obiettivo: rendere il sostegno stabile. Non più e non solo il finanziamento spot, la sponsorizzazione del singolo progetto artistico. Ma la garanzia che si potrà contare su finanziamenti privati certi per la gestione straordinaria.

«ERA QUELLO il problema - recita Karadjov - : la gestione ordinaria dei musei, la didattica, assorbono i sostanziosi contributi del Comune e quello che arriva dai bandi. Ma

poi? Ma il resto?». Il poi sono mostre, operazioni sul tipo del ritorno della Vittoria Alata, per le quali serve un di più di risorse. E per queste l'indirizzo al quale rivolgersi non può essere piazza della Loggia 1, ma un indirizzo «privato». Serviva cooptare il mondo produttivo, che fino ad oggi se aveva sostenuto la cultura lo aveva fatto in ordine sparso.

Il patto tra produttori è qui finalizzato alla valorizzazione del patrimonio culturale bresciano. Una scelta che non è puro e semplice mecenatismo, ma atto imprenditoriale. «Chi ha aderito - confermano Bazoli e Karadjov - lo

ha fatto perché convinto che la cultura sia un fattore di sviluppo economico della comunità e un ritorno di immagine per sé e per il proprio marchio». Ad ogni adesione corrisponde un fattore in più di crescita culturale e un ambasciatore in più del patrimonio della nostra città, è il concetto espresso dal presidente e dal direttore.

«**QUASI TUTTI** coloro che hanno scelto di far parte dell'Alleanza hanno insistito su progetti artistico-culturali che mettano al centro l'identità, ma senza retrospensieri sovranisti», dice Karadjov. Non è un caso che particolare favore abbia riscosso la mostra dedicata alla iconografia attraverso i secoli della Vittoria Alata, in calendario a novembre ma slittata come tutta la prima parte della programmazione triennale della Fondazione. D'altronde, una sorta di ripiegamento autoctono sarà inevitabile, in un certo senso la cifra della program-

mazione culturale dei mesi a venire. Se infatti la valorizzazione del patrimonio è la stella polare di Fbm, la difficoltà degli scambi, eredità del coronavirus, rafforzerà questa linea programmatica. Per esempio, la già prevista una mostra su Raffaello, la rafforzeremo. E visto il sicuro calo di turisti penseremo più ai bresciani, aprendo i musei la sera».

«Una città moderna e orientata all'innovazione - osserva l'assessore alla Cultura, Laura Castelletti - non può che essere il luogo ideale in cui sperimentare nuove forme di mecenatismo istituzionale, soprattutto perché queste portano a ricamare un progetto culturale e strategico di sviluppo dei valori primari della città: conservare il patrimonio cittadino, rinnovandolo; promuoverne la conoscenza, in modo creativo; favorirne la valorizzazione, anche popolare, e per ogni target». •

Un milione e 150mila euro all'anno per realizzare mostre e altre manifestazioni

Il calo di turisti per il virus spinge a puntare sui bresciani: musei aperti anche nelle ore serali



Per la cultura bresciana un accordo che potrà favorire nuovi importanti investimenti

Le aziende mecenati

IL CLUB DEI «DONOR»

Questo nuovo progetto di fundraising si basa su due cardini. Il primo è un board dei partner istituzionali: società vocate allo sviluppo economico e infrastrutturale, enti, fondazioni, istituzioni formative e di ricerca, associazioni di rappresentanza. Tra questi UBI Banca, A2A, Aib, Coldiretti, Fondazione Banca del Monte di Lombardia, Fondazione della Comunità Bresciana, Fondazione Paolo e Carolina Zani, Accademia SantaGiulia, Laba, Università degli Studi e Cattolica. Il secondo cardine è costituito da un gruppo di imprese raccolte nel Club dei donor di Fbm: Antares Vision, Beretta Holding, Camozzi, Gruppo Clerici,

Feralpi, Omr, Guber Banca, Ori Martin, Silmar Group (Raffmetal, Fondital) membri partner con la qualifica di «main donor» e Abp Nocivelli, Asonext, Davide Pedersoli & C., Fonderie Ariotti, Gefran, Gruppo Ambrosi, Imbal Carton, Inblu, Olimpia Splendid, Saef, Tamburini con la qualifica di «donor».

L'Alleanza, se non ci fosse stato il virus sarebbe stata annunciata il 20 marzo per il terzo compleanno della Pinacoteca. E che prevedeva un regalo speciale, spiega Karadjov, regalo e compleanno solo rimandati. L'iscrizione al club comporta un versamento tra i 10mila e i 50mila euro. L'aspetto economico è meno determinante nei soci fondatori che si impegneranno soprattutto su progetti speciali come il corridoio Unesco,