



**BBS-Lombard srl stp sb**  
**Impatto 2022**

**BBS-Lombard s.r.l. s.t.p.**  
viale Premuda 46, 20129 Milano  
via del Carmine 11, 59100 Prato  
**c.f./p.iva** 10385640965  
**rea** MI 2527263  
**cs** €10.000  
**tel** +39.02.7788631  
**web** [bbs-lombard.com](http://bbs-lombard.com)  
**mail** [info@bbs-lombard.com](mailto:info@bbs-lombard.com)  
**pec** [bbs-lombard@legalmail.it](mailto:bbs-lombard@legalmail.it)

## **Società benefit: per una nozione di valore al passo con i tempi**

Lo strumento giuridico della società benefit è stato introdotto nell'ordinamento italiano qualche anno fa (L. 208/15, art 1, commi 376-382) ed è adatto a tutte le realtà che, pur perseguendo lo scopo di lucro, si vogliono impegnare in una o più attività di beneficio comune, a cui si deve fare esplicito riferimento nell'oggetto sociale dello statuto e a cui consegue la redazione di un'apposita relazione annuale di impatto da allegare al bilancio. Le società benefit non costituiscono un nuovo tipo di società ma un modello organizzativo d'impresa tramite cui viene ridefinito lo stesso concetto di valore aziendale.

A questo proposito, lo scorso 23 ottobre il Consiglio Nazionale dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili ha pubblicato il documento intitolato "Creazione di valore e sustainable business Model. Approccio strategico alla sostenibilità" che riporta i risultati della ricerca promossa dal Corporate Reporting Forum<sup>1</sup> sul concetto di valore aziendale e quindi di sostenibilità.

Il valore è un concetto mutevole nello spazio e nel tempo e in particolare nei diversi periodi storici. Nell'accezione classica un'azienda genera valore quando i ricavi o i dividendi sono superiori ai costi o oneri del capitale e quando ci si aspetta che tale trend si confermi nel tempo: in poche parole, un'azienda crea valore se è sostenibile. Ma cosa significa oggi essere sostenibili?

Il 25 settembre 2015, l'assemblea generale delle Nazioni Unite ha approvato l'agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile, definendo sette macro-obiettivi, ossia i Sustainable Development Goals (SDGs) con cui è stata ufficialmente riconosciuta la necessità che il valore venga creato e preservato per tutti gli stakeholders. Si abbandona quindi l'idea di un valore per i soli shareholders,

---

<sup>1</sup> Il Corporate Reporting Forum (CRF) è un progetto nato su iniziativa dello stesso CNDCEC insieme ad ASSIREVI, CSR Management Network e Nedcommunity, che si pone come obiettivi lo studio, la trattazione e la divulgazione delle tematiche inerenti all'informativa d'impresa, con un focus specifico sulle informazioni cd non finanziarie.

ossia gli investitori, un valore spesso di breve periodo e attento al solo dato reddituale e finanziario.

Lo stesso Codice di Autodisciplina di Borsa Italiana 2020 sottolinea la necessaria considerazione degli aspetti non finanziari nella definizione della strategia aziendale. Si diffonde invece un concetto di valore inteso come bene comune, il cd Corporate Shared Value, ossia la “capacità di creare valore economico con modalità che consentano di ottenere benefici, contemporaneamente, sia per l’azienda sia per la società, in maniera da riconciliare il successo economico-finanziario con lo sviluppo sociale”. Un concetto di valore che viene creato tramite l’adozione di comportamenti che costituiscono sì un dovere ma che possono persino divenire opportunità (si pensi all’energie rinnovabili) e che influiscono sulla misurazione del valore nel lungo periodo.

Ridefinire il concetto di valore nei termini suddetti significa ridefinire gli obiettivi strategici, il business model e le modalità con cui il valore viene comunicato alla più ampia platea dei portatori di interesse. Insomma, esattamente ciò che implica il costituirsi (o il trasformarsi) in società benefit e che ha intenzione di portare avanti BBS-Lombard SB.

## **Cultura e responsabilità sociale di impresa**

### **BBS-Lombard è il primo studio italiano di commercialisti a diventare Società Benefit,**

Specializzata nel fornire servizi a soggetti pubblici e privati appartenenti al mondo dell'arte e della cultura, BBS-Lombard è una realtà creata nel 2018 incorporando le attività in questo settore già svolte nei rispettivi studi di Milano e Prato con la guida di **Irene Sanesi e Franco Broccardi**. Sin dalla sua fondazione BBS-Lombard unisce alla propria attività di consulenza strategica, organizzativa, contabile e fiscale **un'autonoma attività non profit di studio e disseminazione di buone pratiche strategiche e gestionali dell'impresa culturale**. BBS-Lombard si è dedicata a sviluppare e promuovere la riflessione su tematiche tributarie, commerciali, contabili, aziendali, finanziarie e patrimoniali in riferimento **alla loro applicazione agli enti e alle attività culturali e al settore non profit**.

Optando per la trasformazione in Società Benefit, i soci di BBS-Lombard hanno adottato essi stessi lo strumento che molte volte si sono trovati a suggerire ai loro clienti: introdurre nello statuto una precisa indicazione dei valori e obiettivi diversi dal profitto perseguiti dall'impresa, impegnandosi a realizzare annualmente un determinato progetto o programma, individuando un responsabile di quest'area di attività e rendendo poi conto dei risultati con una relazione a latere della relazione di bilancio. Pur restando integrata a tutti gli effetti tra le funzioni aziendali, la missione di arrecare beneficio alla collettività, beneficio che nel caso di BBS-Lombard è soprattutto di tipo culturale, ottiene così una tutela giuridica e un pubblico riconoscimento (la denominazione sociale viene integrata dalla dizione Società Benefit).

**Irene Sanesi e Franco Broccardi, amministratori di BBS-Lombard**, hanno spiegato, in una intervista, che "sin dalla sua nascita, BBS-Lombard si è data l'obiettivo di contribuire al riconoscimento della cultura come componente essenziale del welfare. Siamo stati pionieri nel proporci come osservatorio, strumento tecnico e laboratorio sperimentale di pratiche di ibridazione tra economia e cultura umanistica. Per noi una sfida cruciale è quella di incentivare

le istituzioni culturali nella loro crescita consapevole riguardo ai temi della sostenibilità. BBS-Lombard cura e pubblica *ÆS*, un periodico che tratta delle relazioni tra arte, diritto, cultura ed economia. Da sempre incoraggiamo l'adozione di modelli benefit da parte di chi si rivolge a noi: la scelta di essere Società Benefit consente di fare emergere l'impegno culturale e/o solidaristico di un'impresa a costi sostenibili, con piena visibilità e ampio riconoscimento giuridico".

Per concorrere all'affermazione di un nuovo modello economico di sviluppo sostenibile sul territorio italiano basato sui principi costitutivi delle società benefit e a tutela degli interessi delle imprese che hanno scelto di aderire a questa forma di impegno verso la collettività è nata nel 2018 ASSOBENEFIT, Associazione Nazionale per le Società Benefit ([www.assobenefit.org/it](http://www.assobenefit.org/it)).

## L'agenda ONU 2030



L'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile è un programma d'azione per le persone, il pianeta e la prosperità sottoscritto nel settembre 2015 dai governi dei 193 Paesi membri dell'ONU. Essa ingloba 17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile – Sustainable Development Goals, SDGs – in un grande programma d'azione per un totale di 169 'target' o traguardi. L'avvio ufficiale degli Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile ha coinciso con l'inizio del 2016, guidando il mondo sulla strada da percorrere nell'arco dei prossimi 15 anni: i Paesi, infatti, si sono impegnati a raggiungerli entro il 2030.

Gli Obiettivi per lo Sviluppo danno seguito ai risultati degli Obiettivi di Sviluppo del Millennio (Millennium Development Goals) che li hanno preceduti, e rappresentano obiettivi comuni su un insieme di questioni importanti per lo sviluppo: la lotta alla povertà, l'eliminazione della fame e il contrasto al cambiamento climatico, per citarne solo alcuni. 'Obiettivi comuni' significa che

essi riguardano tutti i Paesi e tutti gli individui: nessuno ne è escluso, né deve essere lasciato indietro lungo il cammino necessario per portare il mondo sulla strada della sostenibilità.

### I nostri obiettivi per lo sviluppo sostenibile



## Chi Siamo

BBS-Lombard SRL STP SB nasce dall'incontro di professioni lontani geograficamente ma simili, per cultura, approccio, struttura. Professionisti che hanno trovato nella cultura il loro scopo comune e hanno deciso di impegnare le competenze in quest'ambito.

In questo incrocio di competenze e interessi sosteniamo imprese e istituzioni pubbliche e private a valorizzare i talenti di cui dispongono, da anni ci occupiamo di fiscalità, controllo di gestione, amministrazione, revisione e di ogni aspetto economico e finanziario degli operatori culturali ed economici. Abbiamo da sempre sostenuto la nascita di società benefit, l'idea di un nuovo modello di impresa che sappia dimostrarsi umana e attrice di una società solidale. Il nostro mestiere è raccontarlo e diffonderlo ma non potevamo chiamarci fuori dalla responsabilità e non seguire la nostra naturale propensione e cioè rendere istituzione ciò che con la nostra attività abbiamo sempre fatto dietro le quinte. A fine 2020 BBS-Lombard è diventata una società benefit, primo studio di commercialisti in Italia.

BBS-Lombard è una società di professionisti nel campo dell'economia della cultura. Fondata da BBS-pro e Lombard DCA, studi di commercialisti rispettivamente a Prato e Milano, BBS-Lombard offre servizi di consulenza, formazione e assistenza per il settore culturale pubblico e privato in tutta Italia. Contando sull'esperienza fiscale e contabile maturata dai due studi fondatori e su una squadra allargata multi-competenza, che include economisti, esperti del settore culturale, consulenti legali e giudiziari, lo studio risponde a diverse esigenze del settore culturale. I servizi vanno dal parere tecnico alla costituzione societaria, dall'analisi strategica allo sviluppo organizzativo, dalla formazione e accompagnamento al business Plan, dal controllo di gestione all'assistenza contabile. Aree di particolare esperienza dello studio sono il fundraising per la cultura, il Terzo Settore, il mercato dell'arte.

[www.bbs-lombard.com](http://www.bbs-lombard.com)

### **Franco Broccardi**

Dottore commercialista. Esperto in economia della cultura, arts management e gestione e organizzazione aziendale, ricopre incarichi come consulente e



revisore per ANGAMC, Federculture, ICOM, oltre che per musei, teatri, gallerie d'arte, fondazioni e associazioni culturali. È coordinatore del gruppo di lavoro "Economia e cultura" presso il CNDCEC.

**Irene Sanesi**

Dottore commercialista e revisore legale. Esperta in economia, gestione, fiscalità della cultura e fundraising, svolge attività di consulenza e formazione in tali ambiti. Partecipa a convegni, talk e workshop ed è autrice di pubblicazioni di management culturale. Ricopre incarichi in fondazioni ed enti ed è membro del gruppo di lavoro Economia e cultura presso il CNDCEC.

## Il business come forza positiva

La Società Benefit nell'esercizio della propria attività economica oltre a perseguire il fine del profitto si impegna in una o più finalità di beneficio comune. Si supera in tal modo la classica dicotomia tra profit e no-profit arrivando a un modello d'impresa socialmente responsabile in cui entrambi gli elementi sono fortemente connessi ed ogni processo decisionale e strategico non può prescindere dalla valutazione economica e dall'impatto sociale delle azioni che si andranno ad intraprendere.

Le società benefit imprese devono destinare una parte delle proprie risorse gestionali ed economiche:

- al benessere di persone e comunità,
- alla conservazione e al recupero di beni del patrimonio artistico e archeologico,
- alla diffusione e al sostegno delle attività culturali e sociali nonché di enti ed associazioni con finalità rivolte alla collettività e al benessere sociale.

BBS-Lombard STP ha esplicitato nel suo statuto di voler perseguire i seguenti obiettivi di beneficio comune:

1. sviluppare, promuovere, valorizzare e divulgare tematiche di diritto e pratica tributaria, commerciale, contabile, di revisione legale, amministrativa, aziendale, finanziaria e patrimoniale, con particolare riferimento all'applicazione nel settore degli enti e delle attività culturali e nel settore non profit;
2. pubblicare periodici a carattere scientifico e divulgativo che trattano il tema della relazione tra arte, diritto, cultura ed economia favorendone l'innovazione e lo sviluppo;
3. svolgere ricerche, azioni e attività istituzionali volte allo sviluppo del settore culturale immaginando e incentivando l'adozione di politiche e adeguamenti normativi che favoriscano lo sviluppo della pratica culturale come elemento di sviluppo sociale ed economico;
4. promuovere pratiche di ibridazione tra arte, cultura, economia e business volte all'innovazione a base culturale e sociale e all'adozione di modelli benefit da parte imprese

5. incentivare le istituzioni culturali nella loro crescita consapevole riguardo ai temi della sostenibilità
6. definire la cultura come fattore di cura e prevenzione sviluppando tecniche di welfare culturale e nutrendo politiche volte all'ampliamento di tali pratiche
7. riconoscere nella parità di genere un valore fondante della propria identità impegnandosi a non partecipare a incontri, tavoli, convegni e azioni in cui tale principio non sia rispettato.

## Azioni attuate nel 2021 e risultati raggiunti

Nel corso del 2021 la società ha proseguito il proprio percorso di produzione di beneficio comune come da statuto.

Nei prossimi paragrafi verranno analizzati i singoli obiettivi e i progetti realizzati

### **Obiettivo 1**

*Sviluppare, promuovere, valorizzare e divulgare tematiche di diritto e pratica tributaria, commerciale, contabile, di revisione legale, amministrativa, aziendale, finanziaria e patrimoniale, con particolare riferimento all'applicazione nel settore degli enti e delle attività culturali e nel settore non profit*

La costante attività divulgativa che BBS-Lombard ha portato avanti da sempre sui temi dell'arte, della cultura e del non profit non si è fermata e approfittando delle possibilità miste di incontro (fisico/virtuale) si è anzi incrementata.



In collaborazione con l'associazione abruzzese Hub-c abbiamo sviluppato un ciclo di webinar tecnici con il doppio intento di offrire strumenti ad imprese ed associazioni che operano sul territorio locale e nazionale, e sentono il bisogno di conoscere le buone pratiche, districarsi fra le norme del settore così da poter cogliere consapevolmente le opportunità oltre che offrire alla associazione promotrice un percorso di sostenibilità.

Un ciclo di cinque incontri (più uno) sulla relazione tra persone, impresa e cultura incentrati:

- sull'importanza di produrre beni relazionali: le nostre risorse individuali non sono da sole sufficienti, c'è bisogno di conoscere e comprendere allo scopo

di agire insieme. Il valore della condivisione significa superare l'impoverimento umano e culturale

- sulla necessità degli enti culturali di diventare imprese anche al di fuori del puro aspetto normativo: organizzarsi e crescere, comunicare e recepire i bisogni.
- sul rapporto che l'impresa, quella tradizionalmente intesa, può e deve legarla alla cultura come strumento di bene comune, restituzione, inclusione e, anche, reputazione. E di come l'economia contemporanea sia legata a doppio filo alla società in cui vive, di come l'interesse individuale coincida spesso con quello comune.



**Forum FRA 2021**  
2° edizione

**FRA**  
FUTURO RAGIONE ARTE

Hub-c  
associazione culturale  
cultura luoghi persone

**“L'uomo è l'insieme dei rapporti sociali in cui si trova ad esistere”**  
(Luciano Gallino)

**12-13 novembre 2021**  
**Spazio Matta**  
**Pescara**

un progetto ideato e a cura dell'Associazione HUB-C e presentato da Associazione Culturale Grand Hotel

**SPAZIOMATTA** Pescara  
Via Gran Sasso 57

Sempre in collaborazione con Hub-c abbiamo curato la direzione scientifica del forum FRA, un “luogo” di confronto tra soggetti di natura estremamente diversa con al centro il dialogo sul senso della cultura oggi secondo angolazioni sempre diverse:

- FRA fisico, biologico, psichico, culturale e storico: cosa significa essere umano? Quale cultura serve? Il peso non peso della cultura nell'era post pandemica

Mariangela Agamennone, Ricercatrice di Chimica Farmaceutica presso il Dipartimento di Farmacia – Università “G. d’Annunzio” di Chieti – Pescara  
Alessandro Crociata, Economista della cultura, professor in Economia applicata al GSSI – Gran Sasso Science Institute

Claudio D’Addario, Professore di Biologia Molecolare Università degli Studi di Teramo

Simone D’Alessandro, Docente di Sociologia, Direttore Ricerche di Fondazione Hubruzzo e di Carsa

Marco Enrico Giacomelli, Filosofo e direttore responsabile di Artribune Magazine

Ilaria Morali, Professoressa di Teologia Dogmatica – Pontificia Università Gregoriana – Roma

Luigi Pagliarini, Artista

- La transumanza culturale, FRA fruizione pubblica e privata, spazi aperti e chiusi, fisico e digitale, dentro e fuori: le nuove produzioni operano davvero verso un cambiamento?

Antonella Agnoli, Consulente bibliotecaria

Cristina Alga, Cofondatrice – EcoMuseo Urbano - Mare memoria Viva – Palermo

Alessandro Bollo, Direttore Polo del ‘900 – Torino

M.G. Filetici, Direttrice Munda Museo Nazionale d’Abruzzo – L’Aquila

Dante Marianacci, Vicepresidente Fondazione Aria

Annamaria Talone, Curatrice, presidente Spazio Matta – Pescara

- FRA arte pubblica e arte politica

Francesca Guerisoli, Direttrice artistica MAC Museo d’Arte Contemporanea di Lissone

Roberto Lacarbonara, Critico d’arte e giornalista de La Repubblica

Christian Leperino, Artista – Napoli

Maura Mantelli, Architetto, presidente Ass. WOO – Pescara

Elena Giulia Rossi, Curatrice, direttrice editoriale di Arshake Reiventing Technology

Vincenzo Tini, Vicepresidente Fondazione Malvina Menegaz per le Arti e le Culture.

- Impegno pubblico e privato FRA agenda ONU 2030, PNRR, nuova bauhaus: la sostenibilità umana, economica ed ecologica

Diletta Cancellato, Stilista, consulente e docente universitaria (Nuova Accademia di Belle Arti e IED Milano) – Milano

Vincenzo Di Baldassarre, Vicepresidente Fondazione Banco di Napoli  
Paola Dubini, Professore associato di Economia Aziendale università Bocconi di Milano

Francesca Magliulo, Direttrice Fondazione EOS – Edison Orizzonte Sociale  
Rosaria Mencarelli, Soprintendente archeologia, belle arti e paesaggio per le province di Chieti e Pescara

Giusy Sica, Founder Re-Generation (Y)outh Think Tank, assegnista di ricerca LUPT\_UNINA

Domenico Sturabotti, Direttore Symbola- Fondazione per le qualità italiane

- L'ecologia umana FRA cibo e cultura: il rilancio sociale ed economico di un territorio passa dalle sue peculiarità e attraverso lo sviluppo di un consumo consapevole e selettivo?

Leone Contini, Artista

Richard China, Honoray Research Fellow, Alliance of Bioversity International and International Center for Tropical Agriculture, CGIAR research centers

Pierlisa Di Felice, Direttore Riserva Naturale guidata Sorgenti del Pescara, Popoli


Mauro Serafini, Professore di Alimentazione e Nutrizione Umana, Università degli Studi di Teramo

Rocco Sorino, Ricercatore in Gestione dei sistemi agro-pastorali in Scienze della Natura Università degli Studi di Bari Aldo Moro, pastore

Valeria Pica, Postdoctoral Researcher, Dipartimento Scienze Sociali, GSSI – Gran Sasso Science Institute – L'Aquila

Con Federculture, poi abbiamo organizzato un incontro il cui format vorrà essere riproposto anche nel corso di questo e dei prossimi anni. Un incontro su tema "La cultura fra economia e territorio".

In sostanza l'intento è stato quello di riunire in un dialogo propositivo e formativo su art bonus e dintorni ALES (il braccio operativo del ministero della cultura), ANCI e amministratori locali, confindustria e gli imprenditori del territorio con gli operatori culturali per sviluppare la sensibilità e le opportunità del finanziamento alla cultura.



**L'arte tra diritto ed economia della cultura**  
Riflessioni sui cambiamenti del mercato dell'arte

22 Settembre 2021  
h. 17.30-19.30

**1. Uno sguardo al futuro: viaggio intorno a un mondo in trasformazione**

Tra economia ed estetica la storia di un mondo allo stesso tempo popolare ed elitario

ADI Design Museum,  
Piazza Compasso d'Oro 1, 20154 Milano  
(ingresso da via Cesare 1 - Via Bramante 62 -  
Piazzale Caviglioglio Monumentale)

L'ingresso sarà limitato a 50 persone in ottemperanza della normativa Covid

**Coordinatori**

- **Alessandra Donati** – avvocato of counsel di Nctm Studio Legale, è esperta di problematiche giuridiche connesse all'arte contemporanea, è direttore del master in Professione Registrar alla Accademia Aldo Galli e del corso per Curatore di archivio d'artista di AiArt, docente di legislazione del mercato dell'arte al master in Contemporary Art Markets di NABA.
- **Franco Broccardi** – partner dello studio BBS-Lombard, esperto di economia della cultura, coordinatore del gruppo di lavoro Economia e Cultura del CNDCEC

**Ospiti**

- **Marcella Beccaria** – vicepresidente AMACI-Associazione dei Musei d'Arte Contemporanea Italiani e capo curatore e curatore delle collezioni al Castello di Rivoli Museo d'Arte Contemporanea
- **Onofrio Cutala** – direttore generale Ministero della Cultura - Direzione Generale Creatività Contemporanea
- **Filippo Del Corno** – assessore alla cultura del Comune di Milano, musicista e compositore
- **Fabio Moretti** – presidente dell'Accademia di Belle Arti di Venezia, presidente della Conferenza nazionale dei Presidenti delle Accademie, avvocato e segretario generale della camera arbitrale di Venezia
- **Marco Scotini** – curatore, scrittore e critico d'arte, direttore Artistico di FM Centro per l'arte contemporanea di Milano e responsabile del programma espositivo del PAV, Parco Arte Vivente di Torino. È membro dell'Italian Council. Dal 2004 è Arli Visive Department Head di NABA.
- **Barbara Tagliaterra** – operational director Fondazione Deloitte, Art &

Con il Centro Studi dell'Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili di Milano, insieme all'Associazione di Cultura Giuridica Insignum e in collaborazione con l'ADI Design Museum, abbiamo poi pensato, condotto e organizzato un ciclo di incontri su "L'arte tra diritto ed economia della cultura – Riflessioni sui cambiamenti del mercato dell'arte"

Il percorso, articolato in 10 incontri-dibattito tenutisi all'ADI Design Museum e online, ha messo in contatto diverse professionalità, esperienze e sensibilità legate al mondo della cultura e ha affrontato, con un taglio particolarmente innovativo, numerosi aspetti del diritto e dell'economia del mercato dell'Arte. I numerosi relatori, dall'alto profilo istituzionale e professionale, hanno tratto, infatti, aspetti giuridici, fiscali ed economici legati alla compravendita di opere d'arte con un particolare focus sulle connotazioni del mercato attuale e futuro. Tra gli argomenti trattati: mecenatismo, responsabilità sociale, Blockchain, NFT, arte digitale, nuovi mercati. E ancora successioni, donazioni, valutazioni, expertise: il passaggio generazionale delle Opere. E molto altro.

- Uno sguardo al futuro: viaggio intorno a un mondo in trasformazione. Tra economia ed estetica la storia di un mondo allo stesso tempo popolare ed elitario  
Marcella Beccaria – vicepresidente AMACI-Associazione dei Musei d'Arte



Contemporanea Italiani e capo curatore e curatore delle collezioni al  
Castello di Rivoli Museo d'Arte Contemporanea

Onofrio Cutaia – direttore generale MiC Direzione Generale Creatività  
Contemporanea

Filippo Del Corno – assessore alla cultura del Comune di Milano, musicista e  
compositore

Fabio Moretti - presidente dell'Accademia di Belle Arti di Venezia, presidente  
della Conferenza nazionale dei Presidenti delle Accademie, avvocato e  
segretario generale della camera arbitrale di Venezia

Marco Scotini - curatore, scrittore e critico d'arte, direttore Artistico di FM  
Centro per l'arte contemporanea di Milano e responsabile del programma  
espositivo del PAV, Parco Arte Vivente di Torino. È membro dell'Italian  
Council. Dal 2004 è Arti Visive Department Head di NABA.

• Barbara Tagliaferri - operational director Fondazione Deloitte, Art &  
Finance,  
coordinator per Deloitte Italia

- Mecenati e collezionisti: l'arte senza guadagno. Cosa spinge qualcuno a finanziare l'arte senza pensare a un ritorno economico? Quanto conta la responsabilità sociale e come incide sulla reputazione aziendale? Il fisco è un incentivo sufficiente?

Elisa Bortoluzzi Dubach, consulente di relazioni pubbliche, sponsorizzazioni e fondazioni, è docente in varie università e istituti di studi superiori in Svizzera, in Germania e in Italia

Carolina Botti - direttrice ALES spa, società del MiC, responsabile per la gestione e lo sviluppo dei rapporti pubblico-privati e della gestione e promozione dell'Art Bonus e delle sponsorizzazioni

Patrizia Sandretto Re Rebaudengo - collezionista d'arte e mecenate, fondatrice della Fondazione Sandretto Re Rebaudengo, presidentessa del Comitato delle Fondazioni Italiane Arte Contemporanea

Alberto Toffoletto – avvocato, partner e responsabile del Dipartimento di Contenzioso e Arbitrati di Nctm Studio Legale, professore ordinario di diritto commerciale presso l'Università degli studi di Milano

- Diritti e doveri: gli aspetti giuridici legati al trasferimento delle opere d'arte. La circolazione internazionale. I beni vincolati. Tra diritto allo scambio e obbligo di tutela.

Giuseppe Calabi - avvocato, managing partner studio CBM & partners,  
coordinatore progetto Apollo

Antonella Ranaldi - soprintendente archeologia, belle arti e paesaggio per la  
città metropolitana di Milano

Un'opera d'arte è per sempre, noi no. Successioni, donazioni, valutazioni,  
expertise. Il passaggio generazionale non si improvvisa.

Lorenzo Bruschi - direttore di Open Care Art Advisory Srl, già  
Amministratore e socio fondatore di Vasaris Srl società di valutazioni e  
gestione opere d'arte.

Federica Croce – Insignum, notaio in Lecco

Elisabetta Galasso – amministratrice delegata Open care spa

Clarice Pecori Gilardi – art advisor

Pierluigi Scalamogna – Insignum, notaio in Abbiategrasso

- L'arte digitale è davvero un buon affare? Blockchain, NFT, arte, arte digitale  
e nuovi mercati. Ma anche quelli vecchi.

Fabio Antonacchio - tenente colonnello Nucleo di Polizia Economico  
Finanziaria della GdF di Milano

Marilena Pirrelli - responsabile Arteconomy24-ilSole24ore

Serena Tabacchi – direttrice MoCDA-Museum of Contemporary Digital Art

- Arte, fiscalità, diritto di seguito e altro: un rapporto (troppo) spesso non  
facile. Dal sogno alla realtà nel paese che vive d'arte e che l'arte non  
sempre la fa vivere.

Lorenzo Attolico – avvocato, partner e responsabile del Dipartimento  
Antitrust

Intellectual Property & International Trade di Nctm Studio Legale

Gian Marco Committeri – dottore commercialista, consulente fiscale SIAE

Fabrizio Orsi – direttore generale Galleria Continua

Patrizia Claps – capo settore consulenza Agenzia delle Entrate

Pietro Vallone – CEO Galleria Massimo De Carlo

- L'artista come imprenditore: una volta bastava dipingere. Vale più  
l'originalità di un'opera o la sua firma? L'artista può essere ancora giudicato  
tale o forse più propriamente un imprenditore che detiene un marchio, un  
brand e più che di diritto d'autore dovremmo parlare di brevetti?

Marco Enrico Giacomelli - filosofo e giornalista, direttore responsabile e  
vicedirettore

editoriale di Artribune

Adrian Paci - artista

Eike Schmidt - direttore Gallerie degli Uffizi

Giorgio Andreotta Calò – artista

- I rischi di un mercato oscuro. Riciclaggio, porti franchi, falsi, paradisi fiscali e gli aspetti più opachi di un mercato in cui gli scrupoli, talvolta, vengono meno.

Antonio Addamiano – titolare galleria Dep Art, delegato Lombardia  
ANGAMC - Associazione Nazionale delle Gallerie di Arte Moderna e Contemporanea

Corrado Catesi - coordinatore Works of Art Unit di INTERPOL

Alessandro Guerrini – amministratore delegato Art Defender

Filippo Tibertelli De Pisis – presidente Ait-Art - Associazione Italiana Archivi d'Artista

Arcangelo Trivisani – tenente colonnello Nucleo di Polizia Economico Finanziaria della GdF di Milano, comandante del Gruppo Tutela Mercato dei Capitali

- L'arte al tempo della sua riproducibilità tecnica: la fotografia. Come dare valore a uno scatto e come difenderlo? La fotografia ha particolarità di produzione e difesa intellettuale.

Cristina Manasse - avvocato, esperta in diritto dell'arte, della fotografia e della

proprietà intellettuale, membro del gruppo di ricerca Digital Cultural Heritage di ICOM (International Council of Museums), membro della commissione Diritto, Letteratura ed Arte dell'Ordine degli Avvocati di Milano.

Alessia Palladini – direttrice della galleria di Fondazione Forma e titolare di Alessia Palladini Gallery

Cristina Resti – art expert & art network manager Arte Generali

- Gli aspetti finanziari del mercato dell'arte. Art lending, garanzie d'asta, fondi di investimento

Mariolina Bassetti - presidente Christie's Italia

Alberto Fiz - critico d'arte, curatore di mostre e giornalista specializzato in arte e mercato dell'arte

Irene Sanesi – dottore commercialista, partner BBS-Lombard sb, esperta in economia della cultura

Silvia Segnalini avvocato of counsel dello Studio Lener & partners di Roma, esperta in diritto dell'arte e dei beni culturali, e docente universitario nell'Università Sapienza di Roma

## **Obiettivo 2**

*Pubblicare periodici a carattere scientifico e divulgativo che trattano il tema della relazione tra arte, diritto, cultura ed economia favorendone l'innovazione e lo sviluppo*

Partendo dall'esperienza professionale e da quelle istituzionali ci è sembrato un passo inevitabile pensare a uno strumento che, mantenendo un approccio professionale e rigoroso (siamo particolarmente orgogliosi del nostro comitato scientifico) raccontato in maniera fruibile, esponga i temi legati al diritto, alla fiscalità e al mercato dell'arte. Un punto di vista diversificato che non funga solo da asettico racconto dell'esistente ma che sappia essere costante osservatorio, strumento tecnico e laboratorio propositivo: l'espressione di un punto di vista funzionale alle tecniche e alle professionalità sottostanti al mercato dell'arte. *AES Arts+Economics* vuole essere questo, una rivista trimestrale che tratta di Arte ed Economia.



La pubblicazione su carta della rivista si è fermata al gennaio 2020 per lo scoppio della pandemia. Successivamente, sempre nel corso del 2020 abbiamo pubblicato 11 articoli del numero 8 della rivista in modalità on line con un record di visualizzazioni di 511. Nel febbraio 2021, infine, abbiamo pubblicato in formato digitale un nuovo numero scaricabile sul nostro sito, come tutti i precedenti al link <https://www.bbs-lombard.com/aes/>

### **Obiettivo 3**

*Svolgere ricerche, azioni e attività istituzionali volte allo sviluppo del settore culturale immaginando e incentivando l'adozione di politiche e adeguamenti normativi che favoriscano lo sviluppo della pratica culturale come elemento di sviluppo sociale ed economico*

Pensiamo che la politica e le normative pensate e sviluppate per il settore culturale possano agevolare lo sviluppo dello stesso. Un settore culturale sano porta sicuramente anche ad uno sviluppo sociale ed economico.



## **Quanto è (ri)conosciuta all'estero l'arte contemporanea italiana?**

BARRILÀ, BROCCARDI, MARCHESONI, PIRRELLI, SANESI

Nel corso del 2021 abbiamo lavorato alla preparazione della prima edizione del rapporto “Quanto è (ri)conosciuta all'estero l'arte contemporanea italiana?”, un lavoro concluso all'inizio del 2022 e presentato a Roma nel marzo scorso alla presenza del ministro Franceschini, Oggetto dello studio è la visibilità dell'arte italiana contemporanea a livello internazionale. Lo scopo non è esaltare un concetto di italianità nel contemporaneo, soprattutto in un mondo globalizzato in cui il concetto di nazionalità è quanto mai sfumato, quanto analizzare il funzionamento del sistema di sostegno alla produzione artistica contemporanea nel nostro paese. Lo studio indipendente - che non è esaustivo, ma è solo il primo passo verso approfondimenti che verranno – mira a stimolare il dialogo, fissare nuovi traguardi e individuare nuovi strumenti di integrazione nel sistema internazionale dell'arte. Ci auguriamo possa essere un primo passo verso una maggiore comprensione del comparto insieme all'auspicio che gli elementi qui raccolti possano fornire strumenti agli attori coinvolti per fare rete.

### **Obiettivo 4**

*Promuovere pratiche di ibridazione tra arte, cultura, economia e business volte all'innovazione a base culturale e sociale e all'adozione di modelli benefit da parte imprese*

L'adozione del modello benefit da parte delle imprese permette di integrare le azioni dell'impresa a favore di "persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali" in quello che è il modello di business dell'impresa stessa. Nell'ottobre 2020 BBS-Lombard è diventata società benefit ed è entrata a far parte di Assobenefit per promuovere questo modello di impresa.

Per Assobenefit abbiamo lavorato alla redazione di un interpello informale successivamente posto all'attenzione dell'Agenzia delle Entrate nel giugno del 2021 per definire i costi inerenti e introdurre un meccanismo di deducibilità per le Società Benefit. Il risultato di questo lavoro può essere visto a questo link [https://assobenefit.org/wp-content/uploads/2021/11/2021-06-10\\_ineranza\\_dei\\_costi\\_nelle\\_SB.pdf](https://assobenefit.org/wp-content/uploads/2021/11/2021-06-10_ineranza_dei_costi_nelle_SB.pdf)

Nel dicembre 2021 abbiamo preso attivamente parte alla seconda giornata nazionale delle società benefit partecipando a due panel di discussione



I lavori e l'intervento di Franco Broccardi possono essere visti all'indirizzo <https://assobenefit.org/le-nostre-attivita/giornata-nazionale-delle-societa-benefit>

### **Obiettivo 5**

*Incentivare le istituzioni culturali nella loro crescita consapevole riguardo ai temi della sostenibilità*



Gallery Climate Coalition <https://galleryclimatecoalition.org/> è la rete fondata a Londra da un gruppo di galleristi e professionisti che lavorano nel settore delle arti commerciali e che mira a promuovere azioni concrete all'interno della filiera dell'arte per contribuire a ridurre l'impronta di carbonio del settore del 50% entro il 2030 in linea con l'Accordo di Parigi.

In linea con il proprio scopo benefit BBS-Lombard ha seguito nel corso del 2021 la nascita di GCC Italia diventandone membro a partire dal 2022.

### **Obiettivo 6**

*Definire la cultura come fattore di cura e prevenzione sviluppando tecniche di welfare culturale e nutrendo politiche volte all'ampliamento di tali pratiche*

Da sempre riteniamo che la cultura abbia un impatto positivo sulla salute e sul benessere delle persone, questo nostro pensiero si fonda ora su evidenze scientifiche sempre più autorevoli come la pubblicazione da parte dell'OMS del Health Evidence Network Synthesis Report 67 nel novembre 2019 (What is the evidence of the role of the arts in improving health and well-being?).

Nel 2020 abbiamo partecipato a fondare e supportare il Cultural Welfare Center (CCW), leader nella ricerca-azione del rapporto tra cultura e salute, e che lavora a una nuova idea di welfare per la ripartenza del Paese con un'alleanza strategica tra cultura, salute, educazione sociale.



L'Arte e la Cultura sono importanti risorse di salute per la cura, la promozione della salute e la costruzione di equità e di qualità sociale, lo attesta anche il rapporto OMS 2019.

Lo scenario emerso con la pandemia Covid19 riflette una società che si trova ad affrontare una sorta di disordine post-traumatico da stress, in cui gli enormi costi sociali della crisi toccano diverse dimensioni sociali e politiche. Oggi come non mai, la Cultura è connessa con lo sviluppo individuale e collettivo. È in gioco la coesione sociale e la salute biopsicosociale delle comunità.

Per questo motivo, l'impegno sviluppato da BBS-Lombard per il tramite della collaborazione con CCW è quello di:

- dare valore e rafforzare in termini metodologici le esperienze in atto che adottano l'arte e la cultura nei processi di cambiamento;
- creare un ecosistema di dialogo e scambio tra practitioner, ricercatori, policy makers e cittadini;
- sviluppare e sostenere la ricerca interdisciplinare e intersettoriale;
- accompagnare con approcci crossover la formazione di competenze ai diversi livelli di ingaggio e professionalità;



- promuovere la diffusione di pratiche replicabili e misurabili, in grado di garantire impatto sociale, visibilità e durata al fenomeno;
- nutrire politiche che mettano in atto questa visione.

Arte e Cultura possono generare un autentico contributo per un nuovo welfare, un welfare culturale. Saranno coinvolti attori e portatori di interesse pubblici e privati, per lavorare in un'ottica multidisciplinare, multilivello e intersettoriale. CCW ritiene che fare crescere e radicare stabilmente all'interno di una dimensione sociale e civile quotidiana l'Arte e la Cultura, sia parte dell'impegno per un radicale rinnovamento delle condizioni di vita in termini di equità e di salute di tutto il pianeta.

### **Obiettivo 7**

*Riconoscere nella parità di genere un valore fondante della propria identità impegnandosi a non partecipare a incontri, tavoli, convegni e azioni in cui tale principio non sia rispettato*

L'ultimo obiettivo è stato costantemente perseguito anche indirizzando gli organizzatori di incontri a cui abbiamo partecipato, dove se ne sia riscontrata la necessità, ad attenersi al rispetto di tale indirizzo.

## B impact score

### Valutazione di impatto

BBS-Lombard srl stp sb

Data di fine dell'anno fiscale **December 31st, 2021**

**93.9**



	DOMANDE	RISPOSTE	PUNTEGGIO GENERALE
<b>Governance</b> Scopri in che modo l'azienda può migliorare le politiche e pratiche pertinenti alla propria missione, all'etica, la responsabilità e trasparenza.	21/21		<b>18.0</b>
<b>Lavoratori</b> Scopri in che modo l'azienda può contribuire al benessere finanziario, fisico, professionale e sociale dei propri lavoratori.	42/42		<b>23.3</b>
<b>Comunità</b> Scopri in che modo l'azienda può contribuire al benessere economico e sociale delle comunità in cui opera.	35/35		<b>18.1</b>
<b>Ambiente</b> Scopri in che modo l'azienda può migliorare la propria gestione ambientale in generale.	24/25		<b>5.2</b>
<b>Clienti</b> Scopri in che modo l'azienda può migliorare il valore che crea per i clienti e consumatori diretti dei propri prodotti e servizi.	21/21		<b>29.1</b>