

RELAZIONE D'IMPATTO 2022





INDICE

3 Lettera agli stakeholder

6 Chi siamo

I partner

La storia

Mission e valori

10 BBS-Lombard Società Benefit

Obiettivi di beneficio comune

SDGs

13 Perseguimento finalità di beneficio comune:

- 1. Sviluppare e divulgare tematiche fiscali/ economiche nei settori culturali e non profit**
- 2. Pubblicare periodici sulla relazione tra arte ed economia**
- 3. Promuovere pratiche di ibridazione tra arte, cultura, economia e business**
- 4. Svolgere ricerche e attività volte allo sviluppo del settore culturale**
- 5. Incentivare le istituzioni culturali nella loro crescita sostenibile**
- 6. Sviluppare tecniche di welfare culturale**
- 7. Riconoscere nella parità di genere un valore fondamentale**

25 Valutazione delle performance



**LETTERA AGLI
STAKEHODER**

Il rapporto tra società, cultura, direzione pubblica e impresa privata, è qualcosa in costante evoluzione. Da sempre. Perché la società, anche se a qualcuno questo non è ancora chiaro, è in evoluzione. Perché l'impresa per definizione lo è. Perché il pubblico non può non fare i conti con tutto questo.

Per lungo tempo l'essere professionisti è stato solo qualcosa tra sopravvivenza e mantenimento, tra sviluppo economico e garanzia per il futuro. Ma oggi è qualcosa che deve essere riconsiderata a partire dal ruolo delle imprese, dalla loro propensione etica, di restituzione, di beneficio comune.

Ma è un discorso complesso che ha a che fare con molti fattori, con i gap generazionali, le logiche ESG, il valore competitivo, la precarietà, le questioni ambientali, la tecnologia. Con le persone e le loro unicità.

“L'immaginazione utopica sembra intrappolata, come il capitalismo e l'industrialismo e la popolazione umana, in un futuro a senso unico fatto solo di crescita. Sto solo cercando di mettere un maiale sui binari” ha scritto nel 1989 Ursula K. Le Guin¹, pluripremiata scrittrice di fantascienza femminista e pacifista. Sembra ieri ma sono più di trent'anni fa.

Un maiale sui binari, appunto. Perché è ora di operare uno scarto, di pensare differente, di capire, come qualcuno ha già cominciato a fare, che società, economia, cultura e impresa sono solo i tasselli di ciò che c'è di più importante: le persone. Non esiste la cultura autoreferenziale ed elitaria, quella che esclude e giudica. Non esiste finanza, non esiste impresa che non viva nel mondo reale, che immagini il profitto slegato dall'ambiente in cui opera, che sia un piccolo paese o il mondo intero. Ho detto non esistono ma sappiamo che invece esistono eccome anche se non dovrebbero.

E non solo per visione utopica, perché immaginiamo la città ideale o il mondo del Mulino Bianco. Non solo perché immaginiamo che una bella verniciata di facciata green o social ci dia un bonus del 110%. Perché immaginiamo che dire cultura debba bastare e avanzare come se visitare Pompei, una mostra, andare a teatro o al cinema, ci renda persone migliori.

1. U.K. LE GUIN, *A non-euclidean view of California as a cold place to be*, in *Dancing at the edge of the word*, 1989, Grove Press, 1989, 85

No. Perché, invece, per le imprese la sostenibilità, quella ambientale, quella sociale, quella, ovviamente, economica, non è più un optional.

In un suo famoso articolo¹ Esther Duflo, premio Nobel per l'Economia, ha esortato gli economisti a impegnarsi seriamente nella progettazione di nuove politiche e programmi, assumendosi la responsabilità di conseguenze ed eventuali aggiustamenti (proprio come fanno gli idraulici), nell'interesse della disciplina e della società. L'innovazione passa dall'inclusione culturale, dall'alfabetizzazione funzionale, dalla comprensione del valore. E tutti siamo chiamati a fare la nostra parte per lavorare a questo, per cambiare sistema e schemi mentali. Si vince insieme, come una squadra di rugby. Come una qualsiasi squadra che sia una squadra. Se no non si vince davvero perché l'impatto negativo delle nostre azioni sarà maggiore di quello bello, scintillante, positivo che andremo a sbandierare nei nostri bilanci sociali. Le imprese, dal canto loro, devono ampliare la propria responsabilità di beneficio comune, e così dobbiamo fare noi professionisti. Declinare compiutamente gli obiettivi ESG non pensando che il solo impegno sull'ambiente possa essere sufficiente. La consapevolezza della necessità dell'impegno sociale (e con esso anche quello culturale di una cultura a servizio) perché etico, perché necessario, perché anche economicamente vantaggioso è alla base dello sviluppo tanto quanto la tecnologia.

Sono fattori di una stessa macchina che non possono prescindere l'uno dall'altro così come dal rapporto con il pubblico, dallo sviluppo di partenariati pubblico-privati, dall'impegno nella co-progettazione e non solo nel finanziamento di progetti ad alto valore sociale/culturale aggiunto, dall'assunzione di metriche benefit passa il futuro delle imprese.

E da lì che costantemente, ogni giorno, passiamo anche noi di BBS-Lombard.

Franco Broccardi
Partner BBS-Lombard

1. 20E. DUFLO, The Economist as Plumber in American Economic Review, 2017, 107 (5): 1-26



CHI SIAMO



I PARTNER



Franco Broccardi

Dottore commercialista. Esperto in economia della cultura, ars management e gestione e organizzazione aziendale. Ricopre, tra gli altri, incarichi come consulente e revisore per Federculture, ADEI, ICOM oltre che come coordinatore della commissione di studio di *Economia della Cultura* presso la Fondazione di ricerca dei Commercialisti del CNDCEC e del comitato di gestione della *Academy* di Assobenefit



Irene Sanesi

Dottore commercialista e revisore legale. Esperta in economia, gestione e 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.



Elena Pascolini



Pierluca Princigalli



Stefano Ballerini



LA STORIA

2018

Nasce BBS-Lombard, società di professionisti nel campo dell'economia della cultura, dall'**incontro di professionisti 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 BBS-Lombard sostiene imprese e istituzioni pubbliche e private a valorizzare i talenti di cui dispongono. Da anni si occupa di **fiscalità, controllo di gestione, amministrazione, revisione e di ogni aspetto economico e finanziario** degli operatori culturali ed economici, offrendo servizi di consulenza, formazione e assistenza **per il settore culturale pubblico e privato in tutta Italia**.

I servizi offerti 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.

2020

BBS-Lombard diventa **società benefit, primo studio di commercialisti in Italia**. 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 degli obiettivi perseguiti dall'impresa diversi dal profitto, impegnandosi a realizzare annualmente una programmazione, individuando un responsabile d'impatto e rendendo poi conto dei risultati con una relazione a latere del bilancio. 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.

“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”



MISSION E VALORI

Specializzata nel fornire servizi a soggetti pubblici e privati appartenenti al mondo della cultura, 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 **operatori culturali sia profit che non profit.**

*“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. *ÆS*, la rivista che curiamo e pubblichiamo, tratta proprio delle relazioni tra arte, diritto, cultura ed economia. Per noi una sfida cruciale è quella di incentivare le istituzioni culturali nella loro crescita consapevole riguardo ai temi della sostenibilità. 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”*





**BBS-LOMBARD
SOCIETÀ BENEFIT**



OBIETTIVI DI BENEFICIO COMUNE

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. Si tratta di un nuovo modello organizzativo d'impresa tramite cui viene ridefinito lo stesso concetto di valore aziendale.

Ridefinire il concetto di valore 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, ciò che implica il costruirsi (o il trasformarsi) in Società Benefit e che ha intenzione di portare avanti BBS-Lombard SB.

BBS-Lombard SB 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*

Publicare periodici a carattere scientifico e divulgativo che trattano il tema della relazione tra arte, diritto, cultura ed economia favorendone l'innovazione e lo sviluppo **2**

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*

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 **4**

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

Definire la cultura come fattore di cura e prevenzione sviluppando tecniche di welfare culturale e nutrendo politiche volte all'ampliamento di tali pratiche **6**

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*



SGDs

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): obiettivi comuni su un insieme di questioni importanti per lo sviluppo.

I NOSTRI OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE





**PERSEGUIMENTO
FINALITÀ DI
BENEFICIO
COMUNE**



8 LAVORO DIGNITOSO
E CRESCITA
ECONOMICA



9 INDUSTRIA,
INNOVAZIONE
E INFRASTRUTTURE



17 PARTNERSHIP
PER GLI OBIETTIVI



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

ATTIVITÀ SVOLTE

1

FORUM FRA - Futuro Ragione Arte

11 – 12 Novembre 2022, Imago Museum (Pescara)

<https://hub-c.it/forum-fra/>

In collaborazione con l'Associazione HUB-C di Pescara BBS-Lombard ha curato la direzione scientifica della terza edizione del forum FRA, un "luogo" di confronto tra soggetti di natura estremamente diversa con al centro il dialogo sul senso della cultura. Il forum, che quest'anno ha visto la collaborazione anche dell'Università degli Studi Chieti-Pescara "G. d'Annunzio" e della Fondazione Pescara – Abruzzo, si è articolato in **5 incontri** dedicati ai temi dell'arte, del turismo, della co-creazione, del mondo digitale:

- dialogo a partire dal report "Quanto è (ri)conosciuta l'arte contemporanea italiana all'estero" prodotto da BBS-Lombard con il team di Arteconomy24 de ilsole24ore e con il contributo di Arte Generali
- confronto sul tema dell'arte associata ai luoghi e delle manifestazioni culturali come volano economico per il territorio di riferimento
- conversazione sul libro "Contro i Borghi. Il Belpaese che dimentica i paesi" di Filippo Barbera
- dialogo a partire dall'ultimo libro di Paolo Venturi e Flaviano Zandonai "Neomutualismo- Ridisegnare dal basso competitività e welfare"
- presentazione della guida turistica di Giulia Alonzo e Oliviero Ponte di Pino che mappa 350 festival in tutta Italia ("In giro per Festival")

Al forum sono intervenuti **23 relatori** e si stimano circa **200 partecipanti**.

KPI

- Eventi divulgativi organizzati/ co-organizzati: **1**
- Persone raggiunte dagli eventi organizzati/ co-organizzati: **~200**

OBIETTIVI 2023

- **Partecipazione come relatori a convegni/ interventi formativi** sui temi dell'economia della cultura e del settore non profit
- **Organizzazione di eventi divulgativi** sul tema



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

Obiettivo 2

ATTIVITÀ SVOLTE

1 **ÆS Arts+Economics** <https://www.bbs-lombard.com/aes/>

ÆS è una rivista nata per iniziativa di BBS-Lombard ad Aprile **2018**, che affronta i **temi legati al diritto, alla fiscalità, all'economia dell'arte e della cultura, ma anche alla sostenibilità, ai trend e ai temi di discussione della contemporaneità**, e che si rivolge ai professionisti della cultura così come a chiunque desideri avvicinarsi ai meccanismi del sistema della cultura in modo consapevole.

Vuole essere un **costante osservatorio**, un laboratorio propositivo, un luogo aperto in cui le idee e le passioni si pongono a confronto, uno strumento a servizio del mondo della cultura che cerca di coglierne la complessità dando voce a tutti gli attori.

La rivista, **gratuita e prodotta in italiano e in inglese**, è disponibile in formato digitale sul sito di BBS-Lombard e in formato cartaceo presso gli studi di Milano e Prato.

A Dicembre 2022 è stato pubblicato il decimo numero della rivista (il primo che ritorna in formato cartaceo dopo la pandemia), dedicato all'**impatto ambientale della cultura**. Con l'obiettivo di approfondire il rapporto che esiste tra sostenibilità ambientale e cultura, sono state raccolte le testimonianze di alcuni professionisti, tra cui **Formafantasma, Arianna Tonelli** di Festivalletteratura di Mantova, **Nicola Giuliani e Niccolò Bonazzon** di Terraforma, **Paolo Fresu e Chiara Repetto** di GCC-Gallery Climate Coalition.

Con questo numero della rivista, partendo dalla E di Environment, ÆS inizia un percorso che proseguirà nei prossimi numeri con l'analisi della S di Social per finire alla G di Governance.

KPI

- Numeri pubblicati della rivista: **1**
- Copie stampate della rivista: **400**
- Numero articoli presenti nella rivista: **14**

OBIETTIVI 2023

- Pubblicazione dei **nuovi numeri della rivista** dedicati rispettivamente alla componente Social e Governance degli ESG
- Organizzazione di **eventi** di **presentazione** della rivista



8 LAVORO DIGNITOSO
E CRESCITA
ECONOMICA



9 INDUSTRIA,
INNOVAZIONE
E INFRASTRUTTURE



17 PARTNERSHIP
PER GLI OBIETTIVI



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

ATTIVITÀ SVOLTE

1

Report "Quanto è (ri)conosciuta all'estero l'arte contemporanea italiana?"

<https://www.bbs-lombard.com/un-report-sulla-visibilita-internazionale-dellarte-italiana/>

A Marzo 2022 è stato pubblicato il rapporto "Quanto è (ri)conosciuta all'estero l'arte contemporanea italiana?", uno studio sulla **presenza degli artisti italiani contemporanei (nati dopo il 1960) nel sistema internazionale dell'arte**.

Il report, in italiano e con sintesi in inglese, è stato prodotto da BBS-Lombard e redatto da un gruppo di lavoro composto da **Silvia Anna Barrilà, Franco Broccardi, Maria Adelaide Marchesoni, Marilena Pirrelli e Irene Sanesi** con il contributo di **Arte Generali, Artprice, Articker e Wondeur AI**.

Lo studio indipendente mira a stimolare il dialogo, fissare nuovi traguardi e individuare possibilità di integrazione nel sistema internazionale dell'arte.

La **presentazione** del rapporto è avvenuta il **24 marzo 2022 alla presenza del Ministero della Cultura**, dell'AD di Generali Italia Marco Sesana e numerose altre personalità. In seguito è stato presentato, con l'apporto dell'assessorato alla cultura, a Palazzo Reale a Milano e alle Procuratie Vecchie di Venezia oltre che in altre piazze.

L'evento ha suscitato un forte interesse dei media e alta visibilità sui social, registrando **105 uscite sui media**. Nello specifico:

- 22 lanci di agenzia;
- 83 riprese tra carta stampata, servizi TV e news online. Tra questi:
 - 17 articoli carta stampata
 - 66 news online e web interviste

Al report è dedicato l'articolo scritto dal socio di BBS-Lombard Franco Broccardi per il **rapporto annuale di Federculture 2022**.



Proposte per promuovere lo sviluppo dei settori creativi e culturali

2

Nel corso del 2022 è stata avviata, in **collaborazione con Federculture**, un'attività di ricerca e studio dell'ordinamento giuridico e fiscale che si applica ai settori creativi e culturali. L'obiettivo è quello di portare all'attenzione dell'Ufficio Legislativo del Ministero della Cultura un **pacchetto di modifiche e adeguamenti normativi** volti a sostenere la crescita del comparto creativo e culturale italiano (es. revisione del credito d'imposta dell'Art bonus, applicazione dell'aliquota IVA ridotta a tutti i prodotti e servizi culturali, detraibilità delle spese culturali, ecc.).

KPI

- Numero di ricerche pubblicate: **1**
- Numero di presentazioni effettuate: **6**
- Numero di uscite sui media: **105**

OBIETTIVI 2023

- **Aggiornamento e digitalizzazione della ricerca** sul riconoscimento all'estero dell'arte contemporanea italiana
- **Presentazione** all'ufficio legislativo del **MiC delle proposte** normative per sostenere lo sviluppo dei settori culturali e creativi



9 INDUSTRIA,
INNOVAZIONE
E INFRASTRUTTURE



17 PARTNERSHIP
PER GLI OBIETTIVI



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 delle imprese

ATTIVITÀ SVOLTE

1

Assobenefit

<https://assobenefit.org/>

Nell'ottobre 2020 BBS-Lombard è diventata società benefit ed è entrata a far parte di Assobenefit per promuovere un **modello di impresa attento a persone, comunità, ambiente**.

Nel corso del 2022 BBS-Lombard ha assistito Assobenefit nella costituzione della propria **Academy**, il soggetto che si occuperà di formazione dedicata sia agli associati che ai soggetti esterni per diffondere conoscenze sul modello benefit di impresa. La Academy avvierà la sua attività nel corso del 2023.

Drawing week

19 – 27 Novembre, Milano

<https://milanodrawingweek.com/2022/10/06/milano-drawing-week-2022/>

2

BBS-Lombard ha sponsorizzato la **seconda edizione della Milano Drawing Week**, la manifestazione promossa dalla Collezione Ramo dedicata al disegno moderno e contemporaneo. Con il patrocinio dell'Assessorato alla Cultura del Comune di Milano, l'evento coinvolge l'intera città in una **costellazione di mostre diffuse sul territorio**.

Il percorso della Milano Drawing Week 2022 ha coinvolto **12 luoghi**, tra cui il Castello Sforzesco, Castiglioni, Ciaccia Levi, Clima Gallery, e ha presentato le opere di **artisti contemporanei** (Stefano de Paolis, Zoe Williams, Vijay Masharani, Carlo e Fabio Ingrassia, Dasha Shishkin, Monster Chetwynd, Lily van der Stokker, Ignacio Uriarte, Alek O., Marta Roberti e Carlo Cossignani) **in dialogo con i grandi maestri del secolo scorso** (tra cui Lucio Fontana, Medardo Rosso, Giacomo Balla).

3

Mostre negli studi di Milano e Prato

<https://www.bbs-lombard.com/mostre/>

BBS-Lombard ospita **mostre d'arte e di design nei suoi studi di Milano e Prato** con l'obiettivo di favorire pratiche di ibridazione tra arte e business e di promuovere la divulgazione artistica. In particolare, entrambi gli studi si impegnano ad ospitare **mostre che affrontano temi sociali e ambientali** di rilevante interesse per la contemporaneità.



Nel corso del 2022 sono state organizzate le seguenti mostre:

• Presso lo **studio di Milano:**

– ***Confini e Conflitti - Il tappeto figurato dalla Collezione Poggianella***
(31/03/2022 – 31/06/2022)

In mostra 19 arazzi realizzati tra il 1920 e il 2001 prevalentemente in Afghanistan che documentano le numerose varianti dei cosiddetti “war rug”, i tappeti di guerra afgani. «Creati in un contesto di guerra, questi tappeti possono indicare la strada verso una cultura di pace, in cui i confini non vengano profanati, ma attraversati per esplorare spazi e condividere culture» commenta il collezionista Sergio Poggianella.

– ***Luminator Barcellona 1929 - Un progetto di Luciano Baldessari***
(06/06/2022-30/09/2022)

Organizzata in collaborazione con Fondazione CASVA, riporta l'attenzione su un momento importante della traiettoria professionale di Luciano Baldessari e vuole essere un'occasione di incontro e scambio tra gli archivi e le fondazioni degli architetti e designer e le aziende su temi quali la conservazione e valorizzazione degli archivi storici, il collezionismo d'arte e design.

– ***Recovering Values, di Isabella Pers e Nadia Prlja***
(01/12/2022-28/02/2023)

In mostra un corpus di opere recenti che guardano alla crisi ambientale e allo sfruttamento delle risorse del pianeta, che portano a mettere in discussione anche il sistema dell'arte e a ripensare alle modalità di produzione delle opere.

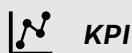
• Presso lo **studio di Prato:**

– ***Plastic W(e)ave di IPER-collettivo***
(12/03/2022-26/06/2022)

La mostra, che ha visto come sponsor tecnico Mariplast S.P.A., è il nuovo esito della ricerca di IPER-collettivo compiuta a partire dalla ridefinizione della funzione di un oggetto-icona, il rocchetto tessile, declinata sull'armatura tessile.

– ***The Form of Light di Vincenzo Marsiglia***
(07/12/2022-11/02/2023)

La mostra è incentrata sull'idea della luce che, plasmando forme e spazi, diventa sia materia fisica e scultorea sia elemento diafano, impalpabile e spirituale esplicitando la propria componente culturale ed umanistica. Si inserisce nell'ambito di un programma culturale volto all'esplorazione di esperienze d'arte contemporanea nei luoghi di lavoro.



KPI

- Numero di eventi culturali diffusi sul territorio sponsorizzati: **1**
- Numero di mostre ospitate negli studi di Milano e Prato: **5**



OBIETTIVI 2023

- Collaborazione con l'**Academy di Assobenefit**
- Sponsorizzazione di **eventi culturali diffusi**
- Organizzazione negli studi di Milano e Prato di **mostre** che affrontano temi urgenti della contemporaneità



Obiettivo 5



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

ATTIVITÀ SVOLTE

1

Avvio di un tavolo di confronto tra gli attivisti per il clima e i direttori dei musei

A partire dai gesti dei giovani attivisti per il clima che «imbrattano» opere d'arte nei musei, BBS-Lombard ha iniziato un percorso insieme a Terre di Mezzo volto a costruire il dibattito su questa tematica, approfondendo e indagando la relazione che esiste tra arte e sostenibilità. L'idea è quella di **far sedere allo stesso tavolo** i due protagonisti della vicenda, da una parte i giovani attivisti per l'ambiente e dall'altra i direttori dei musei, e di ascoltare le loro istanze. Sono stati coinvolti i **ragazzi di Ultima Generazione, Fridays for Future ed Extinction Rebellion** e i **direttori dei musei italiani soci ICOM** con l'obiettivo di organizzare un incontro pubblico in occasione della fiera Fa' la cosa giusta che si terrà nel marzo 2023 a Milano.

Iscrizione a Gallery Climate Coalition GCC

<https://galleryclimatecoalition.org/>

2

GCC è la rete fondata a Londra da un gruppo di galleristi e professionisti che lavorano nel mondo dell'arte 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 la nascita di GCC Italia diventandone **membro a partire dal 2022**.

3

Trovafestival Day: cultura e green

1 dicembre, Acquario Civico e Stazione Idrobiologica di Milano

https://trovafestival.it/news/news_item.php?idx=477

Sono sempre più numerosi gli eventi culturali che si proclamano “green” e “ecologici”. La sostenibilità ambientale è un'esigenza condivisa dal pubblico e dagli amministratori e rappresenta uno dei criteri di valutazione dei progetti culturali, a livello europeo e anche nel nostro paese. Tuttavia, sono ancora poco diffusi gli strumenti per **valutare l'effettivo impatto degli eventi** e le **metodologie per ridurlo**.



Per discutere di queste tematiche urgenti e offrire una serie di indicazioni pratiche, BBS-Lombard, **insieme all'Associazione Culturale TrovaFestival**, ha organizzato la **seconda edizione di TrovaFestival Day**: una giornata di approfondimento dedicata agli organizzatori e agli appassionati di festival per approfondire la **relazione che lega gli eventi culturali all'ambiente e alla sostenibilità**.

L'evento ha coinvolto **14 relatori** e vi hanno partecipato i rappresentanti di **9 festival** di tutta Italia.

Il percorso iniziato nel 2022 continuerà anche nel 2023, portando alla stesura de «**Le linee guida per festival sostenibili**»: uno strumento che si pone in aiuto degli organizzatori dei festival in ogni fase progettuale per muoversi verso una nuova sostenibilità.

ÆS Arts+Economics n°10

4

Come descritto a pagina 15, il decimo numero della rivista *ÆS Arts+Economics* è dedicato al **rapporto tra sostenibilità ambientale e cultura**.

Gli operatori del sistema culturale, nel perseguimento della loro mission e nello svolgimento delle loro attività, sono chiamati ad avere un ruolo attivo nel promuovere uno sviluppo sostenibile. *ÆS* n°10 raccoglie le testimonianze di vari attori dei settori creativi e culturali per riflettere sugli **strumenti e le modalità che l'arte può mettere in campo per avere un impatto positivo sull'ambiente**.

5

Mostra Recovering Values di Isabella Pers e Nada Prlja **01/12/2022-28/02/2023, studio di Milano**

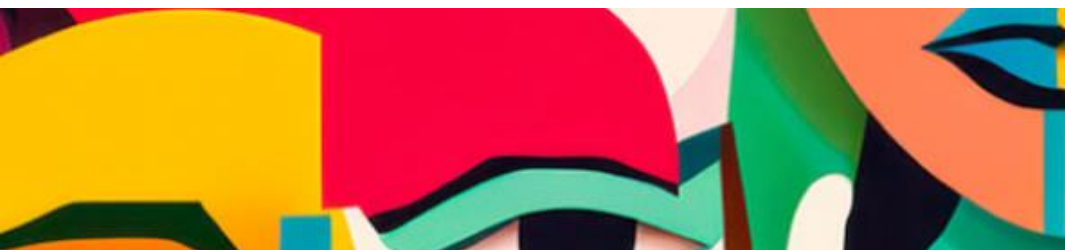
Come anticipato a pagina 19, la doppia personale di Isabella Pers e Nada Prlja, ospitata nello studio di Milano, **denuncia la crisi ambientale e lo sfruttamento delle risorse del pianeta**, stimolando la riflessione e il dialogo su temi di grande urgenza e rilevanza per la contemporaneità.

KPI

- Numero di eventi organizzati sul rapporto tra cultura e sostenibilità: **1**
- Numero di pubblicazioni sulla sostenibilità ambientale: **1**
- Numero di mostre dedicate ai temi della sostenibilità: **1**

OBIETTIVI 2023

- Organizzazione di **eventi** sul rapporto tra cultura e sostenibilità
- Pubblicazione di **nuovi numeri della rivista ÆS** sulla sostenibilità
- Realizzazione di **mostre** dedicate ai temi della sostenibilità



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

Obiettivo 6

“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?)”

ATTIVITÀ SVOLTE

1 Cultural Welfare Center (CCW)

<https://culturalwelfare.center/>

Nel 2020 abbiamo partecipato a **fondare 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**.

Anche per l'anno **2022 BBS-Lombard ha continuato a supportare il CCW**, di cui vengono condivisi i valori di welfare culturale, attraverso l'**accompagnamento di natura contabile, fiscale e di governance**.

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, come attesta 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. **Arte e Cultura possono generare un autentico contributo per un nuovo welfare**, un welfare culturale.

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.



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** 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**.

KPI

- Numero di collaborazioni con enti che promuovono misure di welfare culturale: **1**

OBIETTIVI 2023

- **Proposta agli attori istituzionali** di misure fiscali che mettano in atto la visione di welfare culturale (es. **detraibilità delle spese culturali alla pari delle spese mediche**)
- **Collaborazioni con enti** che si occupano di welfare culturale



5 UGUAGLIANZA DI GENERE



10 RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE



17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI



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

ATTIVITÀ SVOLTE

1 **Associazione Femminile Maschile Neutro**

<https://www.femminilemaschileneutro.it/>

BBS-Lombard ha deciso di supportare l'Associazione Femminile Maschile Neutro che si occupa di advocacy di genere attraverso un supporto finalizzato alla strutturazione del progetto tramite l'individuazione di **azioni mirate e networking fundraising-oriented**.

A seguito del supporto di BBS-Lombard, l'Associazione ha ricevuto un **finanziamento da parte della Fondazione del Monte di Bologna** nel 2021 e ha **vinto un bando della Banca d'Italia** nel 2022 ricevendo un significativo contributo per lo sviluppo delle azioni di advocacy e comunicazione dei temi, delle istanze e dei valori trattati.

Rispetto della parità di genere nei convegni

2

A **tutti i convegni** in cui abbiamo partecipato abbiamo avuto attenzione al **rispetto della parità di genere**, anche indirizzando gli organizzatori, dove se ne sia riscontrata la necessità, ad attenersi al rispetto di tale indirizzo.

KPI

- Numero di collaborazioni con enti che si occupano di advocacy di genere: **1**

OBIETTIVI 2023

- **Collaborazioni con enti** che promuovono consapevolezza su questioni di genere
- Partecipazione a **convegni** che rispettano la parità di genere



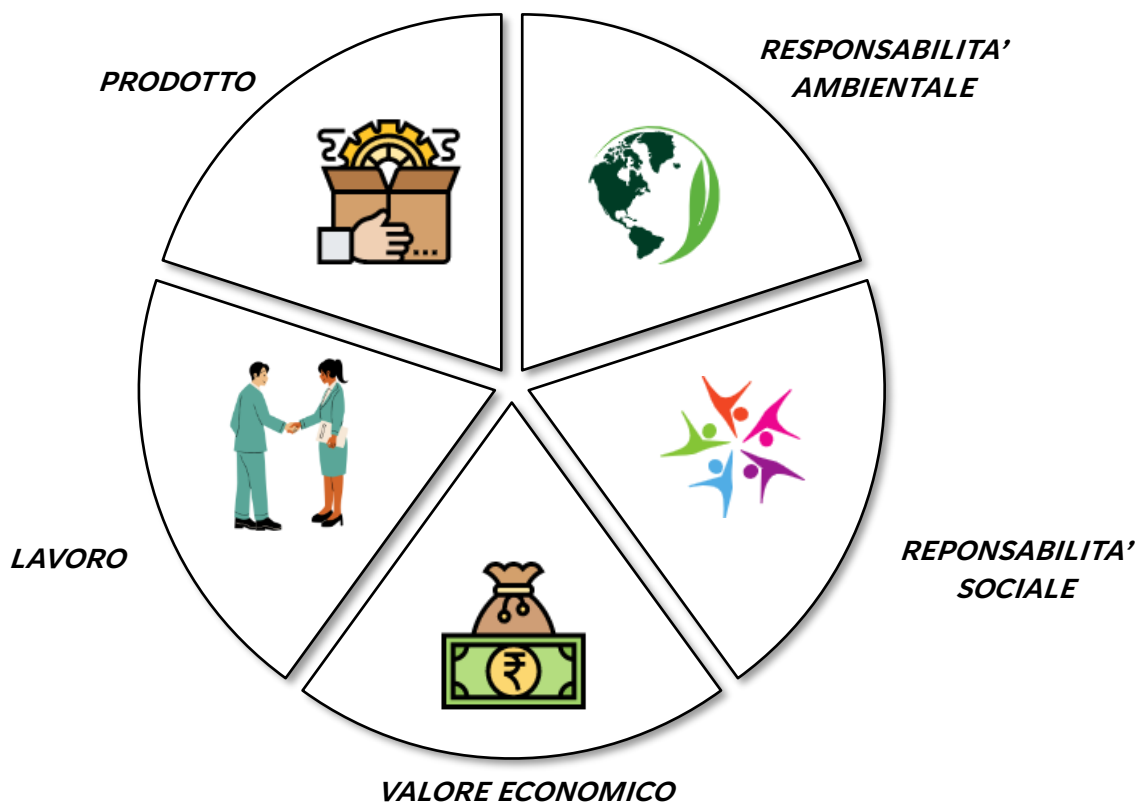
**VALUTAZIONE
DELLE
PERFORMANCE**



NOTA METODOLOGICA

BBS-Lombard si è fornita dello **strumento di autovalutazione SABI – Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa.**

L'obiettivo dello strumento è quello di guidare l'impresa che si riconosce nella visione di fondo della "buona impresa" nella valutazione delle performance e del valore che, in questo modo, genera per gli stakeholder. Le aree di osservazione (di seguito "pilastri") a cui BBS-Lombard è stata sottoposta nel compilare il questionario di autovalutazione sono:



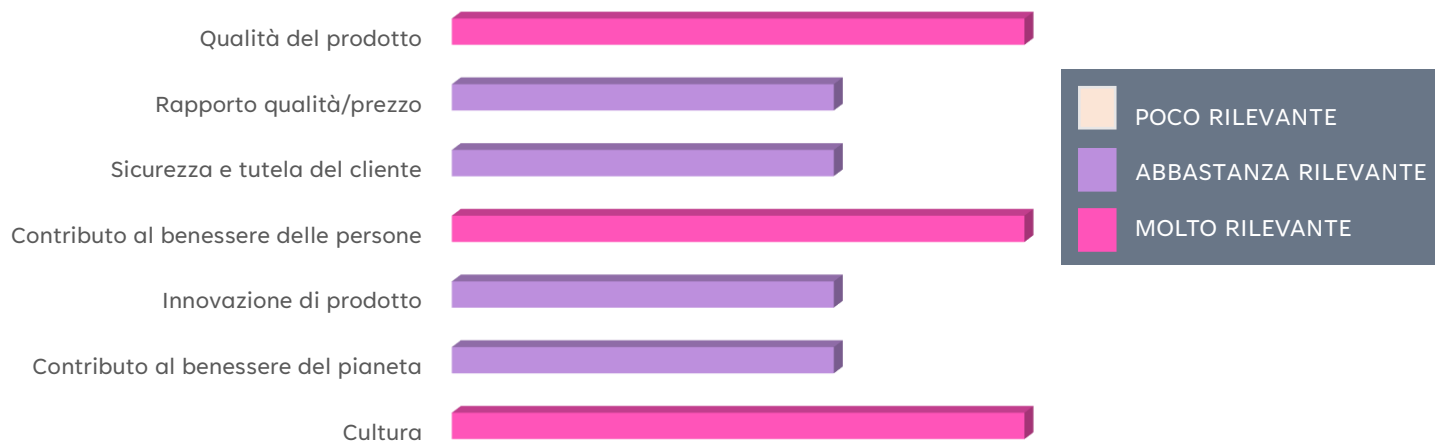
Di seguito vengono riportati i risultati ottenuti in relazione ai sopra-citati pilastri, che mostrano:

- quanto i pilastri sono **rilevanti per l'impresa** (punteggio che va da **"poco rilevante"** a **"molto rilevante"**)
- quale punteggio l'impresa ha assegnato a se stessa nel **valutare il proprio operato** in relazione ai pilastri (punteggio che va **da 0 a 6**)

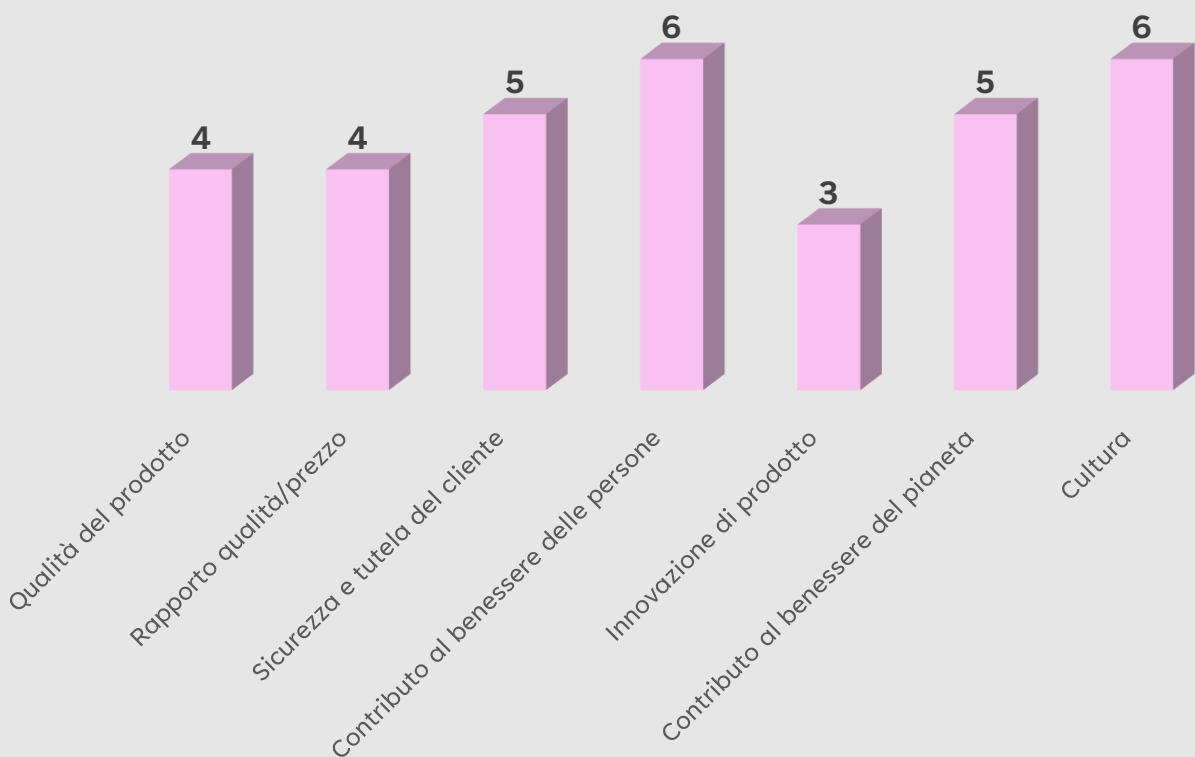


PRODOTTO

RILEVANZA PER L'IMPRESA



AUTOVALUTAZIONE BBS-LOMBARD



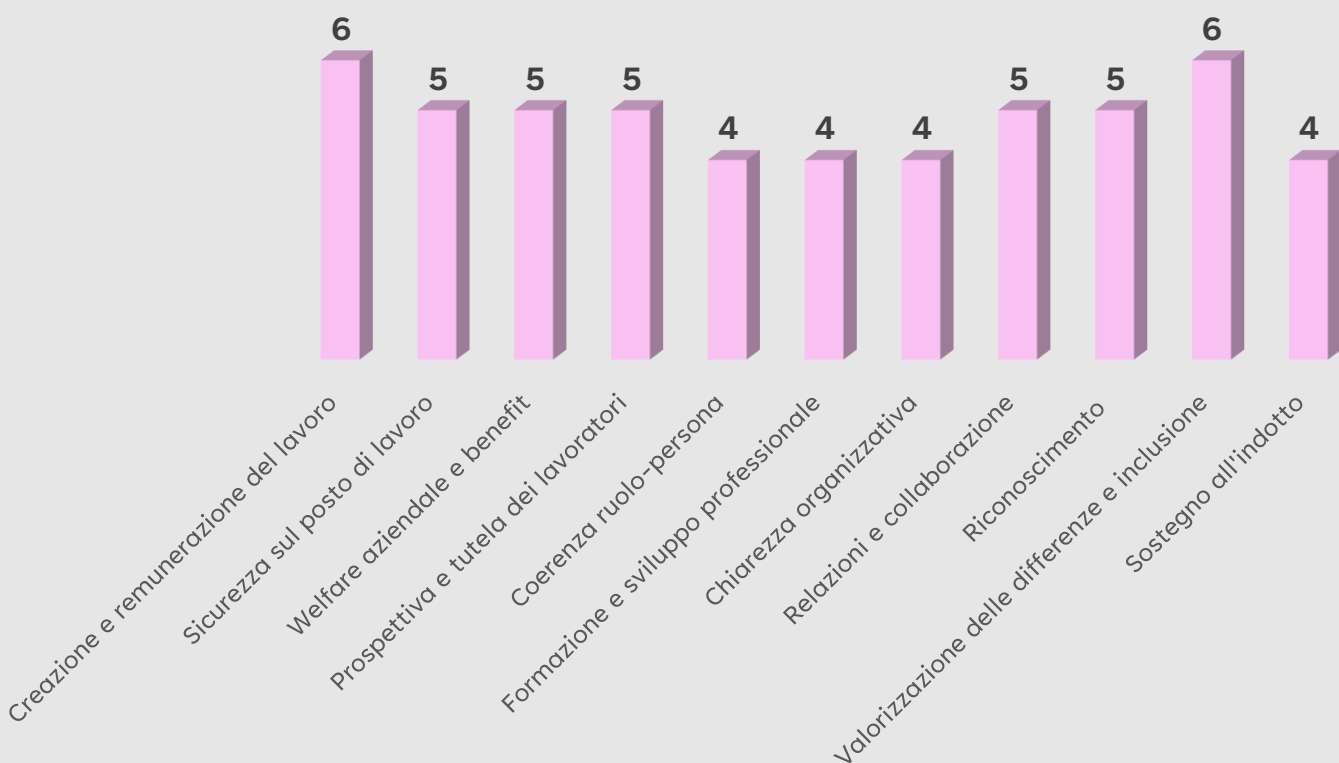


LA CREAZIONE DI VALORE CON IL LAVORO

RILEVANZA PER L'IMPRESA



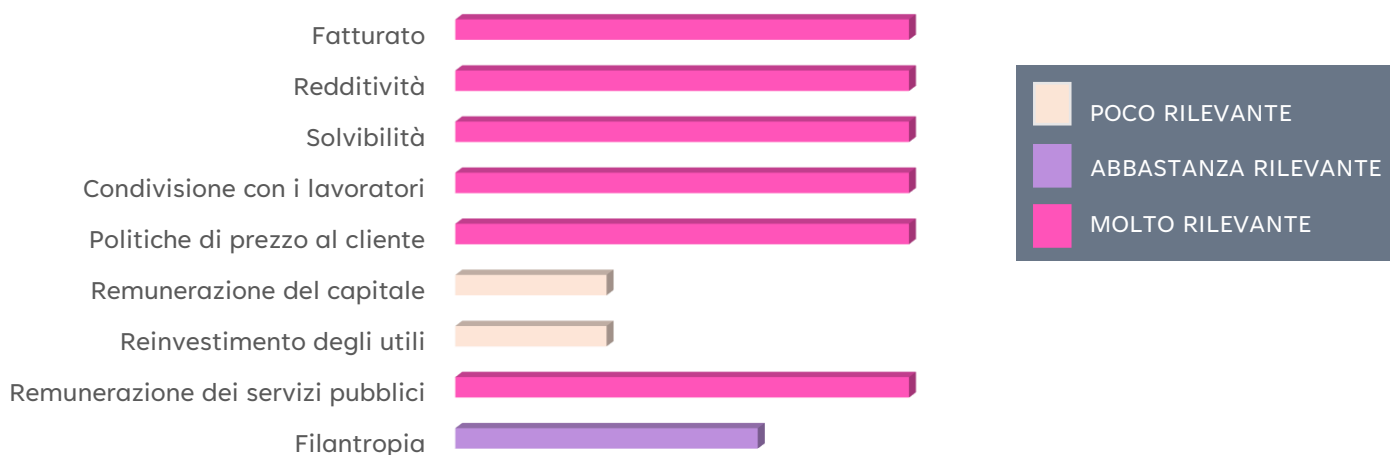
AUTOVALUTAZIONE BBS-LOMBARD



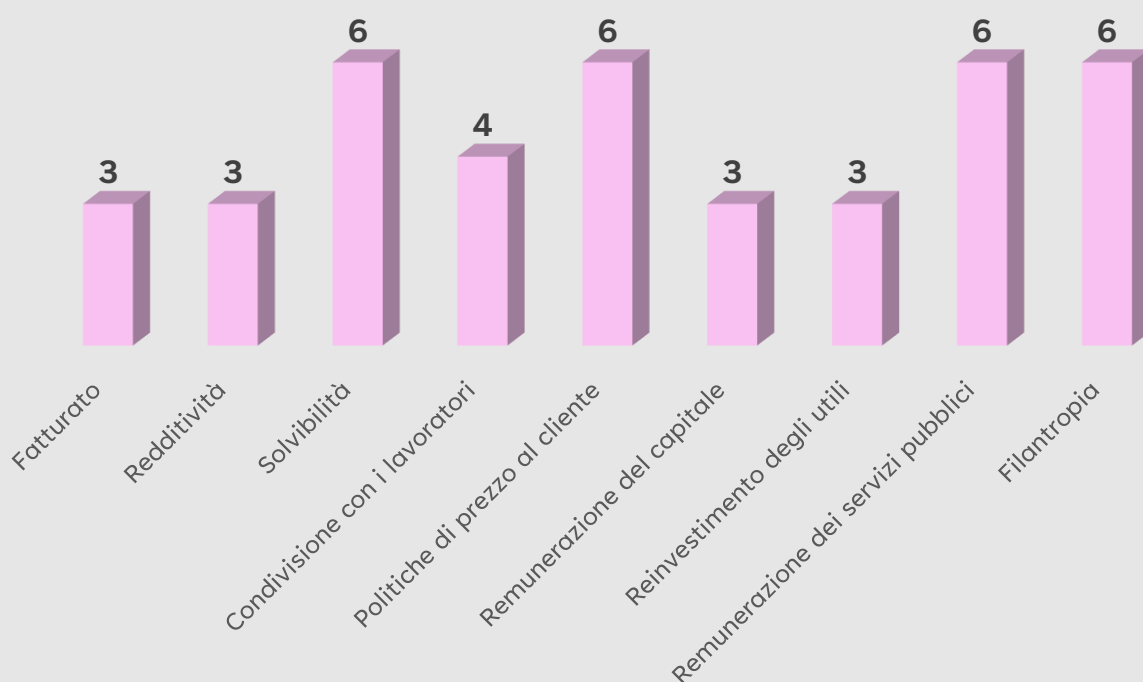


LA CREAZIONE DI VALORE ECONOMICO

RILEVANZA PER L'IMPRESA



AUTOVALUTAZIONE BBS-LOMBARD





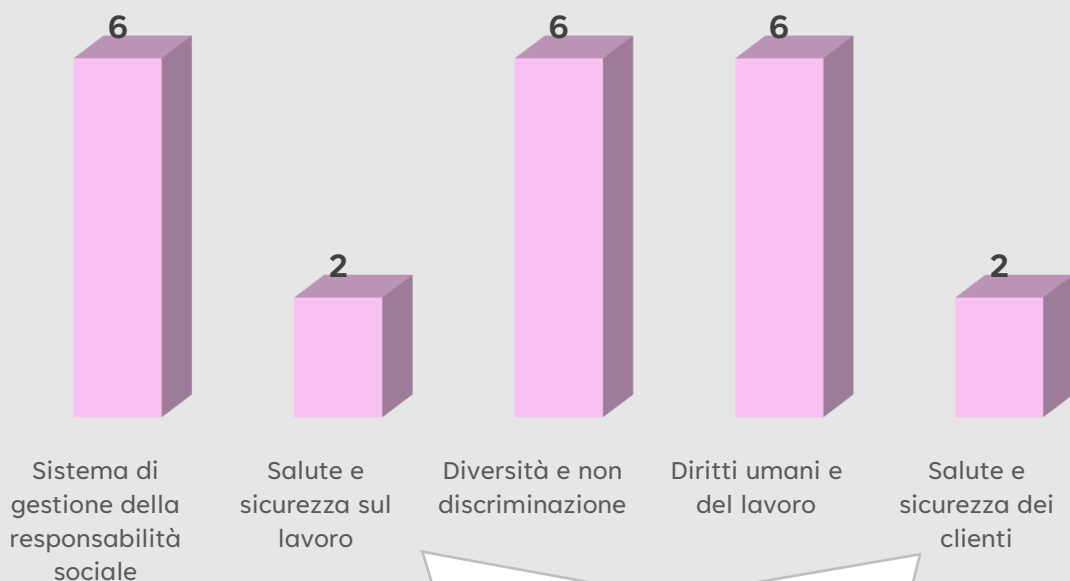
SOSTENIBILITÀ SOCIALE



RILEVANZA PER L'IMPRESA



AUTOVALUTAZIONE BBS-LOMBARD



L'attività di BBS-Lombard comporta rischi bassi in termini di sicurezza dei lavoratori e dei clienti

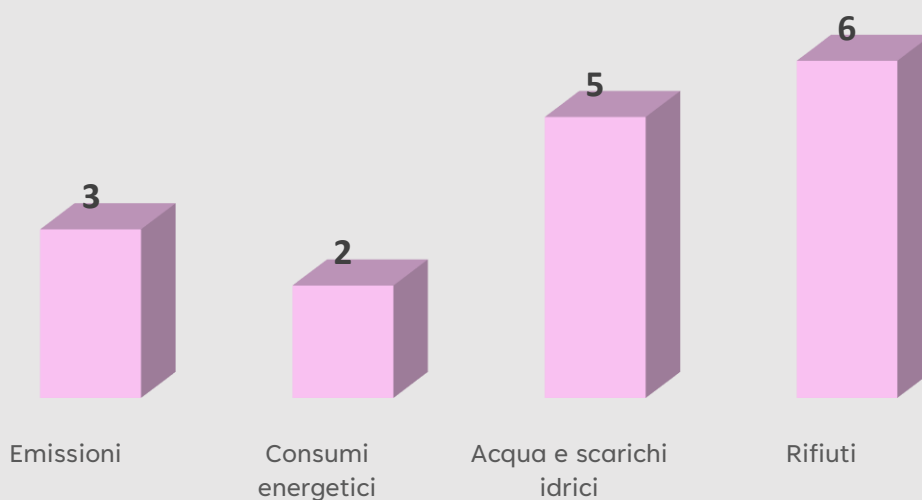


SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

RILEVANZA PER L'IMPRESA



AUTOVALUTAZIONE BBS-LOMBARD



I consumi energetici derivanti dall'attività di BBS-Lombard sono poco significativi



BBS-Lombard

viale Premuda 46
20129 Milano
tel. +39 02 7788631

Via del Carmine 11
59100 Prato
Tel. +39 0574 621208

bbs-lombard.com
info@bbs-lombard.com

