

ECONOMIA DELLA BELLEZZA | Le imprese che investono in arte e cultura

Documento completo relativo al sondaggio¹

1 Soggetto che ha realizzato il sondaggio

Format Research Srl.

2 Soggetto committente

BANCA IFIS

3 Soggetto acquirente

BANCA IFIS

4 Data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio

17 giugno - 19 luglio 2024.

5 Mezzi di comunicazione sui quali è pubblicato²

Vanity Fair

¹ Documento completo relativo al sondaggio realizzato in ottemperanza all'art. 5 del Regolamento in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa approvato dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni con delibera n. 256/10/CSP, pubblicata su GU n. 301 del 27/12/2010.

² Pubblicato su questionario/periodico cartaceo e/o elettronico, diffuso sull'emittente radiofonica, televisiva o sul sito web)

6 Data di pubblicazione del sondaggio

11 settembre 2025.

7 Temi/fenomeni oggetto del sondaggio³

Indagine sui fattori che determinano la scelta di investire in arte e cultura da parte delle imprese dell'industria e della manifattura.

8 Popolazione di riferimento

Imprese dell'industria e della manifattura (settori di attività economica: agroalimentare, artigianato artistico, moda, sistema casa, manifatturiero, cosmetica, orologeria e gioielleria, meccanica, automotive) con oltre 50 milioni di euro di fatturato che hanno investito/non hanno investito in arte e cultura.

9 Estensione territoriale del sondaggio

Italia

10 Metodo di campionamento⁴

Campione statisticamente rappresentativo dell'Universo di riferimento.

11 Rappresentatività del campione inclusa l'indicazione del margine di errore

Campione statisticamente rappresentativo. Stratificazione per classe di fatturato (da 50 a 250 milioni di euro, oltre 250 milioni di euro) e macroarea geografica (Nord Ovest, Nord Est, Centro, Sud e Isole). Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 2,0\%$). Fonte delle anagrafiche delle imprese: Registro delle imprese.

³Economia, società attualità, costume, marketing, salute, etica, ambiente etc.).

⁴ Rappresentatività del campione inclusa l'indicazione se trattasi di campionamento probabilistico o non probabilistico del panel e l'eventuale ponderazione

12 Metodo di raccolta delle informazioni

Interviste CATI (Computer Assisted Telephone Interview) / CAWI (Computer Assisted Web Interview).

13 Numerosità campionaria e sostituzioni

Numerosità campionaria complessiva: 197 casi (197 interviste a buon fine).

14 Testo integrale delle domande⁵

0. La sua impresa ha effettuato negli ultimi cinque anni (2019/2023) attività collegate all'arte e alla cultura? (Una risposta)

- Sì, ed intende effettuarle anche in futuro 1
- Sì, ma non sono previste in futuro 2
- No, ma sono previste in futuro 3
- No, e non sono previste in futuro ☐ passare alla d8 4

TOTALE RISPONDENTI 100%

1. In generale, per quale ragione prevalente la sua impresa si è avvicinata all'arte e alla cultura? Nel rispondermi, scelga con quale delle seguenti affermazioni è maggiormente d'accordo.

- Creatività e innovazione: l'arte stimola la creatività e l'innovazione, che possono essere di vitale importanza per un'impresa che desidera distinguersi sul mercato.

⁵ Testo delle domande e percentuale delle persone che hanno risposto a ciascuna domanda

- **Ispirazione:** l'arte può ispirare nuove idee e nuove prospettive, aiutando un'impresa a pensare in modo diverso e a trovare soluzioni creative ai problemi.
- **Comunicazione visiva:** l'arte è un potente strumento di comunicazione visiva, che può aiutare un'impresa a trasmettere i propri valori, messaggi e identità in modo efficace ed emozionante.
- **Coinvolgimento del pubblico:** l'arte può coinvolgere emotivamente il pubblico, creando connessioni più profonde e significative con i clienti e i partner commerciali.
- **Responsabilità sociale:** è importante per un'impresa sostenere artisti e progetti culturali, dimostrando un impegno per la responsabilità sociale e la promozione della cultura.
- **Engagement dei dipendenti:** l'arte e la cultura sono strumenti di intrattenimento e/o team building per i dipendenti.

TOTALE RISPONDENTI 37,1%

2. Nel dettaglio, quali attività in ambito artistico e culturale la sua impresa ha effettuato/intende effettuare? (Possibili più risposte)

- Acquisto di opere d'arte per i propri uffici e spazi aziendali
- Sponsorizzazioni di eventi artistici o culturali come mostre, festival o concerti
- Investimenti in collezioni d'arte aziendali per fini di prestigio e visibilità
- Acquisto di opere d'arte come investimento finanziario per la crescita del patrimonio aziendale
- Partecipazione a programmi di mecenatismo (es. borse di studio, compartecipazione alle spese per vitto e alloggio, compartecipazione alle spese per i materiali) per sostenere artisti emergenti o progetti culturali
- Organizzazione di mostre d'arte interne o esterne per promuovere l'immagine dell'azienda
- Creazione di bandi di concorso, premi o borse di studio per promuovere la creatività nel settore artistico
- Realizzazione di progetti di arte pubblica per la riqualificazione urbana

- Partecipazione a fiere d'arte nazionali ed internazionali con la propria corporate collection
- Collaborazioni con artisti per la realizzazione di opere commissionate che riflettano i valori e la missione dell'azienda
- Collaborazioni con artisti nell'organizzazione di eventi aziendali
- Altro

TOTALE RISPONDENTI 37,1%

3. Quanto i seguenti fattori hanno inciso sulla decisione da parte della sua impresa di effettuare investimenti in arte e cultura?

- Ottenere benefici fiscali
- Incrementare il prestigio e la visibilità aziendale
- Incrementare le vendite e la redditività aziendale
- Valorizzare la cultura e l'identità aziendale
- Maggiori opportunità di networking con i propri stakeholder
- Diversificare il portafoglio di investimenti
- Creare uno strumento di innovazione
- Valorizzare e preservare il patrimonio culturale
- Coinvolgere altri stakeholder locali in progetti a supporto dell'arte e della cultura
- Sostenere gli artisti emergenti
- Promuovere la fruizione e l'accessibilità dell'arte a tutti i cittadini
- Promuovere la diversità e l'inclusione attraverso iniziative artistiche
- Favorire l'attrattività turistica del territorio
- Contribuire alla crescita economica del territorio

TOTALE RISPONDENTI 37,1%

4. La sua impresa ha riscontrato benefici economici direttamente collegati al business a seguito delle attività legate ad arte e cultura?

- Sì
- No

TOTALE RISPONDENTI 31%

5. La sua impresa si è avvalsa di competenze specifiche in ambito arte e cultura?

- Competenze interne
- Competenze esterne
- Sia competenze interne sia esterne
- Nessuna competenza

TOTALE RISPONDENTI 31%

6. I progetti della sua impresa in ambito arte e cultura sono

- Gestiti direttamente dall'impresa 1
- Gestiti da una fondazione collegata all'impresa 2
- Gestiti da un ente terzo indipendente dall'impresa 3

TOTALE RISPONDENTI 31%

7. In che misura lei direbbe che le attività in ambito arte e cultura hanno inciso sulle seguenti aree di sviluppo della sua impresa?

- Comunicazione del brand
- Marketing di prodotto
- Sviluppo di nuove aree di business dell'impresa
- Sviluppo di nuovi prodotti e servizi
- Rinforzo del legame con il Made in Italy
- Posizionamento sull'alto di gamma nella percezione del consumatore rispetto ai concorrenti
- Nuove modalità di gestione della formazione
- Nuove occasioni di relazione/networking con pubblici interessanti

- Nessun impatto

TOTALE RISPONDENTI 31%

8. Per quale ragione prevalente la sua impresa ha deciso di non investire in arte e cultura?

- Investo solo in attività di business
- Scarso ritorno d'immagine
- Preferenza per progetti diversi non collegati al business
- Mancanza di competenze
- Necessità di budget elevati
- Rischi reputazionali
- Distanza valoriale tra mondo delle imprese e mondo dell'arte/della cultura
- Altro

TOTALE RISPONDENTI 62,9%