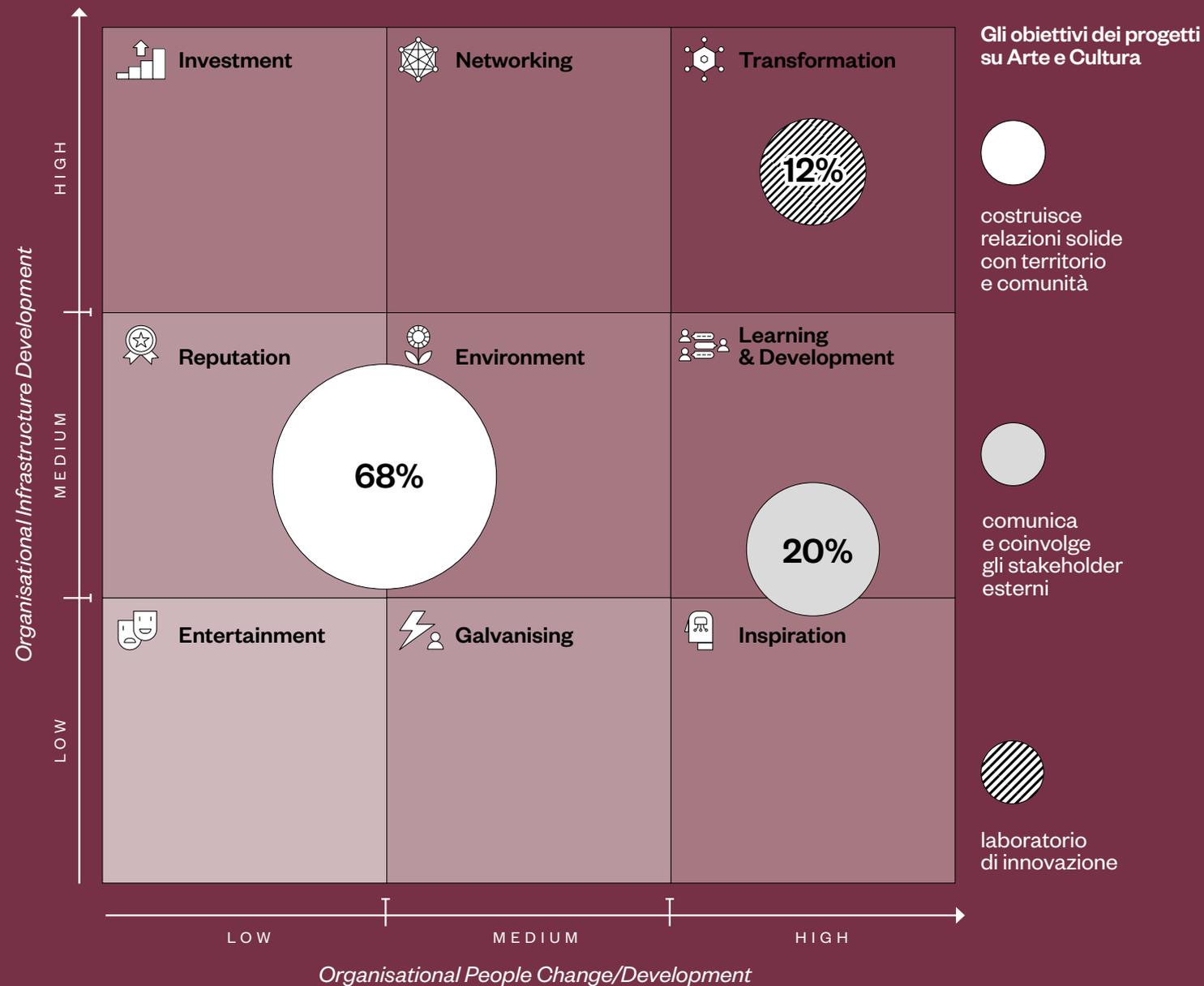


Focus

I progetti su Arte e Cultura nelle banche italiane

Una tematica che pone al centro Arte e Cultura, come quella affrontata in questa nuova edizione di Economia della Bellezza, non può prescindere dal ruolo che le banche hanno avuto nella storia italiana. Se in passato il maggiore impegno è stato profuso nella committenza di opere e nel sostegno agli artisti, oggi il legame tra banche e Arte e Cultura è interpretato in modo più attivo: in alcuni casi come un'assunzione di responsabilità nella valorizzazione del patrimonio culturale e in altri finalizzato a promuovere l'uso della conoscenza e della bellezza nel processo di creazione di valore per la banca stessa e per la società nel suo complesso.

Le banche con progetti su Arte e Cultura nella Arts Value Matrix



L'analisi della documentazione pubblica delle banche italiane - dal website ai documenti di bilancio fino ai comunicati e alle notizie stampa sulle iniziative intraprese - ci ha consentito di individuare 16 gruppi bancari che hanno adottato, in modo strutturato e continuativo progettualità e iniziative su Arte e Cultura. È stato possibile, una volta analizzate le caratteristiche dei progetti e le relative finalità, posizionare i gruppi bancari nella Arts Value Matrix.

La maggioranza dei progetti ha come obiettivo di costruire relazioni forti e solide con il territorio e la comunità (68%) Questo dato non solo evidenzia il focus verso il contesto sociale, ma anche il valore che attribuiscono alla coesione e alla crescita culturale. Inoltre, un altro *cluster* di istituti bancari (20% del totale analizzato) comunica e coinvolge attivamente gli stakeholder esterni, al contempo con un approccio di valorizzazione della crescita culturale (*learning & development*). Infine, il 12% delle banche utilizza i progetti su Arte e Cultura come strumenti di un vero e proprio laboratorio di innovazione, esprimendo una

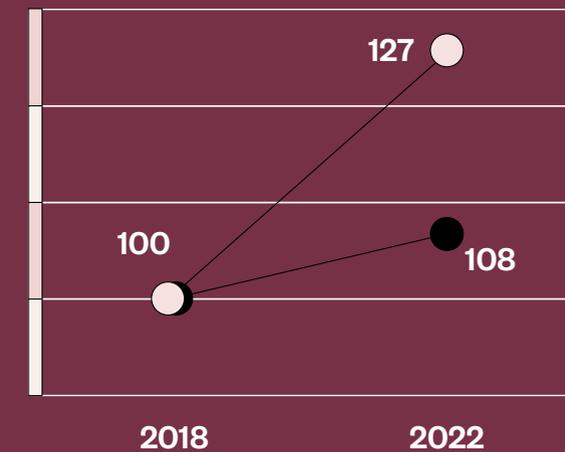
Eventuali differenze dal 100% sono dovute ad arrotondamenti.
 Elaborazione dell'ufficio Studi Banca Ifis su Arts Value Matrix elaborata da Giovanni Schiuma in "The Value of Arts for Business".
 Fonte: elaborazione dell'Ufficio Studi di Banca Ifis su bilanci di impresa da Cerved, AIDA di BvD e documenti pubblici.

dimensione di esplorazione di nuove frontiere artistiche e culturali che possano arricchire la visione dei dipendenti delle banche stesse. Da quest'ultimo punto di vista l'engagement del personale è presente, trasversalmente ai tre esaminati, come obiettivo nel 25% dei 16 gruppi bancari. Un indubbio segnale positivo di coinvolgimento interno delle risorse umane che, come vedremo più avanti, rappresentano il principale elemento su cui lavorare per far crescere la produttività. Tuttavia, va rilevato che, diversamente dalle imprese, le banche non hanno attivato progetti specifici sull'employee engagement, ma solo obiettivo associato ad altra finalità.

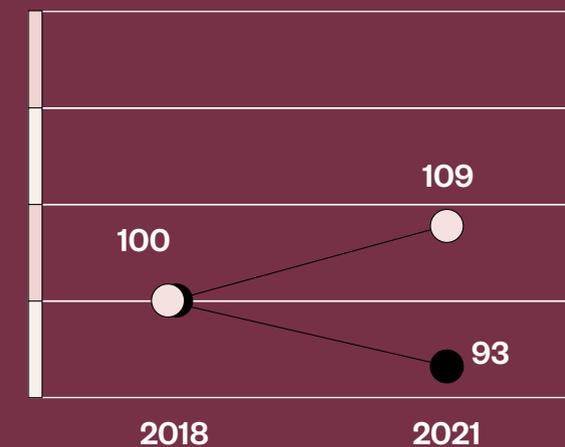
L'ampia articolazione delle attività delle banche su Arte e Cultura ha reso possibile, anche in quest'ambito, l'analisi dell'impatto sulla produttività. Diversamente da quanto fatto dalle imprese il periodo di osservazione è stato limitato all'intervallo tra il 2018 e il 2022, perché le crisi bancarie e le operazioni straordinarie di

KPI delle banche con progetti su Arte e Cultura vs totale sistema bancario (2018=100)

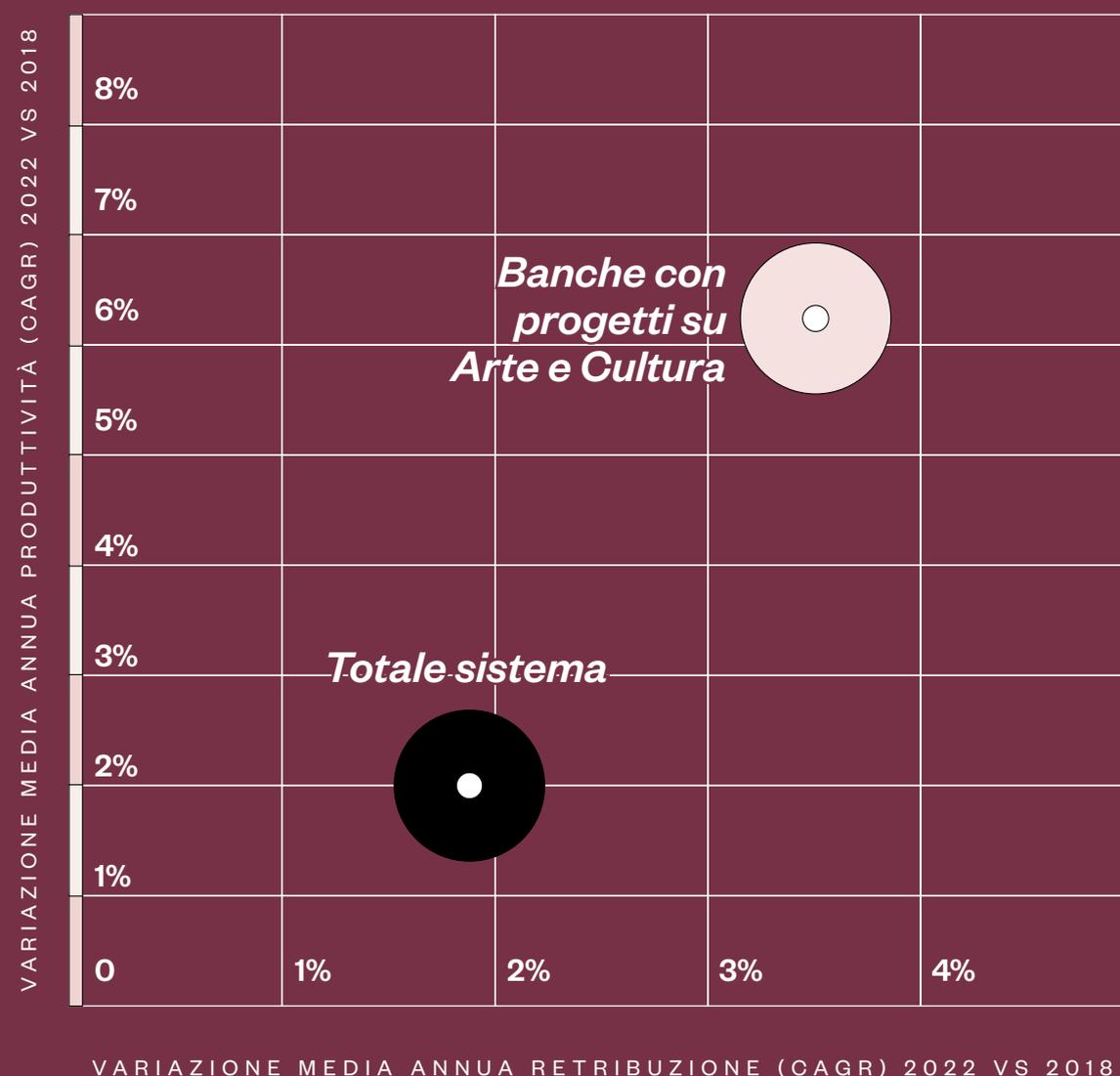
Produttività = Risultato di gestione/dipendenti
Variazione 2022-2018 | 2018=100



Produttività = Risultato di gestione/dipendenti
Variazione 2021-2018 | 2018=100



Banche italiane: relazione tra variazione della produttività e variazione delle retribuzioni



fusione e acquisizione che hanno caratterizzato il sistema bancario italiano avrebbero reso volatili e difficilmente confrontabili i dati di bilancio tra un anno e l'altro.

Il nesso causale che intercorre fra la variazione della produttività e la variazione delle retribuzioni è confermato anche per le banche, così come visto in precedenza per le imprese. Utilizzare le leve della cultura e della creatività per agire sulle competenze e sulla visione dei dipendenti influenza la produttività, con un tasso di crescita di 3 volte maggiore rispetto al totale sistema bancario. Aver riscontrato questo fenomeno in un comparto diverso da quelli delle aziende di produzione e dei servizi ci fornisce, indirettamente ma altrettanto significativamente, un'ulteriore conferma dell'efficacia generativa e trasformativa dell'Arte e della Cultura nell'attività d'impresa, attraverso l'anello di trasmissione rappresentato dalle competenze delle risorse umane (retribuzioni crescono a un tasso di quasi 2 volte superiore). In definitiva, si può affermare che il fattore "umano" è decisivo nella trasmissione del valore di cui Arte e Cultura sono portatrici.