Conceptual Fine Arts S.r.l. Impresa Sociale

Bilancio Sociale 2021

Lettera agli stakeholders

Si è chiuso un anno intenso e difficile. Per il secondo anno consecutivo siamo stati chiamati a fronteggiare una difficile situazione, e lo abbiamo fatto sempre con grande impegno e determinazione, forti delle nostre competenze.

Qui vogliamo raccontare le attività svolte e i rislutati conseguiti, nel bene e nel male, con la premessa che ci ha guidato fin dal principio: non limitarci a soddisfare gli obblighi di legge, ma dare un contesto ai dati che ci viene richiesto di esporre, offrendo la visione, gli impegni, gli obiettivi e i risultati ottenuti da Conceptual Fine Arts S.r.l. Impresa Sociale.

Come detto nel 2020, anno del nostro primo bilancio sociale, misurare è fondamentale nell'ottica di un miglioramento continuo, ma la sua importanza si rivela solo nel momento in cui viene letta in relazione all'impegno e all'evoluzione del lavoro delle professionalità di cui la misura è espressione.

Stefano Pirovano
Co-Founder

Eleonora Greta Santin
Co-Founder

Introduzione metodologica

Il presente **bilancio sociale**, relativo all'anno 2021, è il secondo redatto da **Conceptual Fine Arts S.r.l. Impresa Sociale**. Come per l'anno precedente, l'ideazione, la redazione e la raccolta dei dati hanno previsto il coinvolgimento dei due membri del CdA operativi e di quattro collaboratori stabili dell'organizzazione, coadiuvati dalle indicazioni metodologiche di consulenti esterni.

Lo standard adottato per la redazione è il Modello di bilancio sociale per gli enti accreditati contenuto nelle **"Linee guida per la redazione del bilancio sociale per gli Enti del Terzo Settore ai sensi dell'art. 14 c.1 D. Lgs. 117/2017"**.

Si è deciso di seguire la struttra predisposta per il bilancio sociale precedente, pertanto strutturando il documento nei seguenti **7 capitoli**:

1. La nostra storia
2. La nostra carta di identità
3. La nostra governance: assetto istituzionale
4. Il nostro capitale umano
5. Il nostro piano di impresa e i risultati raggiunti
6. La nostra situazione economica e finanziaria
7. I nostri obiettivi futuri

La nostra storia

2013
febbraio

Nascita di
Conceptual Fine Arts
come blog sul social network Tumblr dedicato al dialogo tra arte antica e arte contemporanea.

2015
gennaio

CFA, grazie al supporto di Fabrizio Moretti, si trasforma in una piattaforma online (**CFA*arts***) volta a creare e diffondere contenuti dedicati alle arti visive e ai loro aspetti culturali, sociali ed economici.

2019
aprile

Nasce **CFA*live***, programma di residenza per gallerie straniere che vogliono costruire la propria presenza a Milano. **CFA*live*** è inteso per far conoscere la scena artistica milanese alle gallerie ospitate e viceversa.

2019
ottobre

CFA si dota di personalità giuridica mediante la costituzione di Conceptual Fine Arts S.r.l. Impresa Sociale che incorpora **CFA*rts***, **CFA*live***, e **CFA*gency*** – unità volta alla consulenza della gestione dei beni culturali e delle attività turistiche, e all'ideazione e sviluppo di progetti artistico-culturali.

2021
dicembre

Ad oggi, **CFA** ha sviluppato progetti in collaborazione con Comune di Como, ACSM AGAM, Fondazione Volta, Comune di Moltrasio, Collezione Maramotti, Collezione Giuseppe Iannaccone, AVM spa, Spada & Partners, Rossini Sculpture Park/ Fondazione Pietro Rossini, Istituto Europeo di Design, Corraini Edizioni.

Carta d'identità

Denominazione: Conceptual Fine Arts S.r.l. Impresa Sociale

Sede legale: Via Giuseppe Pozzone 5 – 20121 Milano

Sede operativa: Via Gioacchino Rossini 3 – 20121 Milano

Forma giuridica: S.r.l. Impresa Sociale

Mission: Promuovere la valorizzazione e la diffusione della cultura artistica e della filantropia di ogni epoca e regione del mondo.

Vision: Conceptual Fine Arts muove dalla convinzione che l'arte del presente si debba verificare attraverso quella del passato e che il passato, a sua volta, vada costantemente attualizzato.

Oggetto sociale: Attività di impresa di interesse generale, senza scopo di lucro e per finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale, operante in via prevalente nei settori di cui all'art. 2, lettere d), i) e k) del D.Lgs 112/2017.

Nell'ambito di tali settori, l'organizzazione persegue i propri scopi attraverso:

CFA*rts*: Piattaforma online che produce, contestualizza e diffonde scritti sul mondo dell'arte e della cultura.

CFA*live*: Spazio espositivo finalizzato a ospitare mostre ed eventi di carattere culturale.

CFA*gency*: Unità operativa finalizzata alla progettazione e alla consulenza in ambito di valorizzazione, promozione e gestione dei beni culturali e delle attività artistiche.

I nostri valori

1 - Capitale umano e lavoro femminile

2 - Dialogo e confronto

3 - Inclusività e diversità

4 - Qualità e coerenza

5 - Competenza e umiltà

Area territoriale

In considerazione della natura delle tre macro-tipologie di attività poste in essere dall'organizzazione, è necessario fare una differenziazione riguardo alle aree territoriali di riferimento.

CFA*rts*

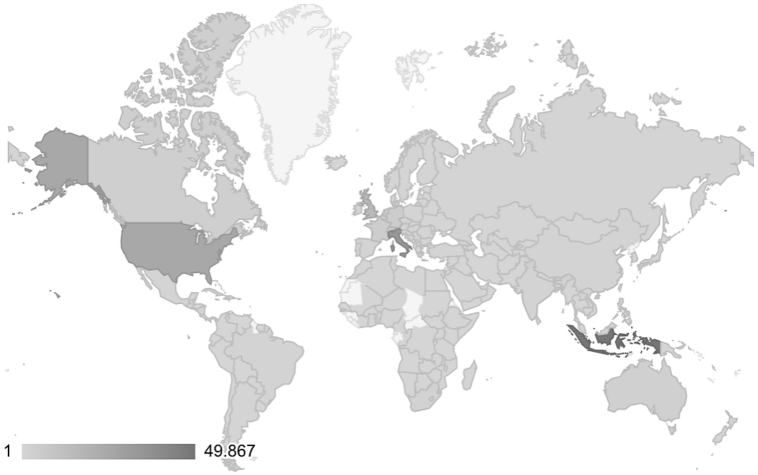
Essendo un'attività interamente digitale, e quindi svolta online, l'area territoriale di riferimento potrebbe identificarsi con l'intera rete mondiale.
Tuttavia, **CFArts** ha un'utenza geograficamente collocata come illustrato nel grafico a fianco.

CFA*live*

In virtù dell'attività svolta, l'area territoriale di riferimento è quella della città di **Milano**.

CFA*gency*

I progetti realizzati nell'anno 2020 sono anch'essi di natura digitale. Oltre ai territori precedentemente illustrati, il **Lago di Como**, **Reggio Emilia** e **Milano** sono i luoghi che hanno ottenuto maggiori benefici in considerazione dell'argomento progettuale.



la nostra governance

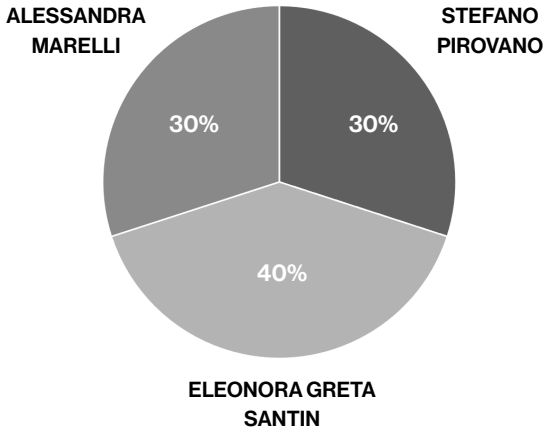
Consiglio di amministrazione

L'amministrazione della società è affidata a un Consiglio di Amministrazione costituito da **due membri**. Tutti i componenti del Consiglio di Amministrazione sono dotati, come previsto dall'articolo **7 del D. Lgs. 112/2017** e dalle regole dell'atto costitutivo, dei requisiti di onorabilità, professionalità ed indipendenza.

Il Consiglio di Amministrazione è investito dei più ampi poteri per la gestione della società, in particolare a compiere tutti gli atti e le operazioni di ordinaria e straordinaria amministrazione per la gestione operativa della stessa.

Di seguito si presentano i nominativi dei componenti del CdA in carica:
Stefano Pirovano: Presidente
Eleonora Greta Santin: Amministratore Delegato

Stefano Pirovano e Eleonora Greta Santin sono anche i soci fondatori di **Conceptual Fine Arts S.r.l. Impresa Sociale**, insieme al terzo socio, Alessandra Marelli. La maggioranza delle quote societarie sono in capo a Eleonora Greta Santin e Alessandra Marelli, con un **70%** complessivo, portando così la società ad essere rappresentata da **Donne Under 35**.



Organo di controllo

L'organo di controllo si compone di un solo membro, il Sindaco **Antonio Cesare Giussani**, Dottore Commercialista iscritto nel Registro dei Revisori Legali istituito presso il **Ministero dell'Economia e delle Finanze**.
La revisione legale dei conti della società, ove ricorrano le condizioni previste per legge, sarà esercitata dal Sindaco in quanto **Revisore Legale** iscritto nell'apposito registro come sopra indicato.

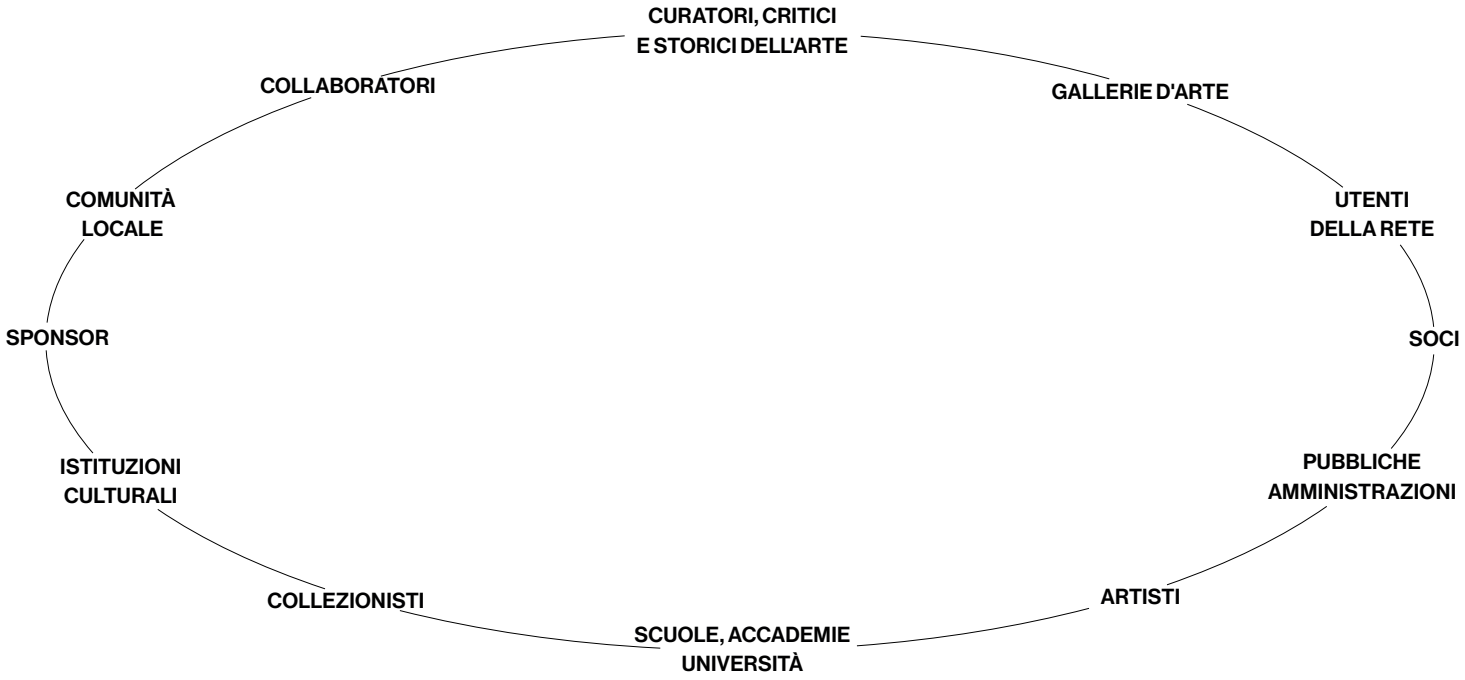
Struttura organizzativa

Conceptual Fine Arts oggi è ancora una realtà in crescita.
Tuttavia, l'operatività è stata impostata fin dal principio in senso orizzontale più che verticale. L'assetto societario non vede infatti una gerarchia, quanto più una **collaborazione trasversale di team**.
Le linee guida di macro indirizzo, gli obiettivi a lungo termine e le strategie da porre in essere sono stabilite dai membri del CdA. Tuttavia le iniziative specifiche e le singole azioni sono sempre decise previo confronto con gli altri collaboratori.
Il lavoro viene svolto secondo il **principio di coinvolgimento** del team.

Stakeholder

Gli stakeholder, i portatori di interesse, rappresentano quell'insieme di soggetti direttamente o indirettamente influenzati dalle attività di Conceptual Fine Arts, così come quegli attori che tramite attività, iniziative e collaborazioni possono influenzare le stesse.
Essi vengono identificati in base ai loro interessi, bisogni, aspettative nei confronti dell'impresa sociale, quale che sia l'interesse funzionale corrispondente che l'impresa stessa trovi in loro.

Da ciò ne consegue che gli interessi di tutti gli stakeholder hanno un valore intrinseco: ogni gruppo di stakeholder merita considerazione per se stesso e non semplicemente per la sua capacità di contribuire agli interessi di qualche altro gruppo.



Aspettative e obiettivi degli stakeholder

Soci:

Raggiungimento degli obiettivi prefissati
sostenibilità economica, collaborazione

Collaboratori:

Partecipazione e coinvolgimento
L'Impresa Sociale si propone di dare adeguato riconoscimento ai propri collaboratori e di attuare un corretto coinvolgimento, coerentemente con il ruolo, nelle attività poste in essere.

Curatori, Critici e Storici dell'arte:

Coinvolgimento e retribuzione
L'Impresa Sociale si propone di coinvolgere curatori, critici e storici dell'arte mediante l'implementazione di collaborazioni proattive in progetti artistico-culturali di alto livello qualitativo, e a corrispondere una retribuzione adeguata e proporzionata al mercato.

Utenti della Rete:

Qualità dell'informazione
L'Impresa Sociale si propone di offrire libero accesso a una fonte di informazione altamente qualificata relativa al mondo dell'arte e della cultura.

Comunità locale:

Qualità dell'informazioni e delle iniziative culturali
L'Impresa Sociale si propone di offrire libero accesso a una fonte di informazione altamente qualificata e a proposte artistiche, mediante l'organizzazione di mostre e eventi, a cui difficilmente la Comunità avrebbe accesso.

Artisti:

Opportunità e visibilità
L'Impresa Sociale si propone di offrire opportunità di partecipazione a mostre ed eventi al di fuori della consueta area geografica di riferimento dell'artista. Si proporne inoltre di offrire la possibilità agli artisti di comunicare la propria pratica artistica attraverso uno strumento digitale altamente qualificato in grado di raggiungere un pubblico sempre più vasto.

Gallerie d'arte:

Opportunità, collaborazione e sostenibilità economica
L'Impresa Sociale si propone di offrire opportunità per la realizzazione di attività che vadano ad arricchire il programma artistico.

Scuole, Accademie e Università:

Opportunità e collaborazione
L'Impresa Sociale si propone di offrire opportunità per la realizzazione di attività che vadano ad arricchire la consueta attività, sia in termini di realizzazione di progetti culturali sia in termini di opportunità di visibilità e comunicazione, seguendo il principio della collaborazione.

Istituzioni culturali:

Opportunità e collaborazione
L'Impresa Sociale si propone di offrire opportunità per la realizzazione di attività che vadano ad arricchire il programma culturale dell'Istituzione, sia in termini di realizzazione di progetti culturali sia in termini di opportunità di visibilità e comunicazione, seguendo il principio della collaborazione.

Pubbliche amministrazioni:

Collaborazione per la realizzazione del principio di sussidiarietà
L'Impresa Sociale si propone come partner nella costruzione del sistema di welfare e non semplicemente come erogatore di servizi.

Collezionisti:

Qualità dell'informazione e opportunità
L'Impresa Sociale di propone di offrire libero accesso a una fonte di informazione altamente qualificata relativa al mondo dell'arte e della cultura. Si propone inoltre di offrire proposte artistiche mediante l'organizzazione di mostre e eventi di arte contemporanea.

Sponsor:

Affidabilità e solidità
L'Impresa Sociale vuole essere solida e si propone di promuovere azoni affinché venga riconosciuto e valorizzato il merito di credito dell'Impresa stessa, gestendo efficacemente le risorse messe a disposizione.

Capitale umano

Le risorse umane rappresentano per Conceptual Fine Arts il capitale fondamentale sul quale si basa la propria solidità d'impresa, nonché un elemento cardine per il perseguimento della mission.
Come precedentemente detto, Conceptual Fine Arts è ancora una realtà in crescita, la cui attività risale ancor prima della sua trasformazione in Impresa Sociale.
Nel primo anno di attività giuridicamente e formalmente riconosciuta, il team si è composto dalle seguenti persone:

Stefano Pirovano
Socio fondatore, CEO e Editor di CFArts

Classe '74, laureato in Lettere Moderne nel 2004, ha conseguito il diploma alla Scuola di Specializzazione in Storia dell'Arte dell'Università Statale degli Studi di Milano nel 2007. Critico d'arte indipendente, è autore di 'Forma e Informazione' (2010) e 'Scene da un patrimonio' (2013).
I suoi articoli sono stati pubblicati da testate come Antiquariato, Apollo Magazine, D La Repubblica, Io Donna, IlSole24Ore, Panorama, CasAmica, Dove. Dal 2011 insegna 'Fotografia e Comunicazione' presso l'Istituto Europeo di Design di Milano.

Eleonora Greta Santin
Socio fondatore, CFO e Producer di CFAlive

Classe '90, laureata in Economia e Gestione dei Beni Culturali e dello Spettacolo nel 2013 presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, ha conseguito un Master in Arts Administration and Cultural Policy presso la Goldsmith University di Londra nel 2014.
Dopo i primi anni di assistente VIP presso le fiere internazionali di arte contemporanea Art Dubai e Art Basel Hong Kong, ritorna in Italia e lavora per due anni e mezzo come gallery manager presso la Galleria Franco Noero di Torino. Dal 2018 è consulente nel campo amministrativo-gestionale e nell'organizzazione di eventi.

Piero Bisello

Direttore Editoriale Arte Contemporanea e Coordinatore CFAlive

Classe '82, laureato al DAMS presso l'Università di Padova nel 2005 e in filosofia con lode presso la KU Leuven e la Erasmus University Rotterdam nel 2016 e 2018, vive da dieci anni a Bruxelles, dove lavora come direttore editoriale per CFA e Rib Rotterdam. I suoi scritti più recenti includono i saggi per la monografia di Kasper Bosmans (pubblicato da Walther Koenig), per Elements #03 di Valérian Goalec (pubblicato da MER. Paper Kunsthalle e Theophile Papers), per la mostra di Markus Von Platen al WIELS di Bruxelles e per quella di Adriano Amaral alla galleria Fons Welters di Amsterdam. Ha recentemente curato due libri d'artista (Homers e Spoor7), in uscita per la casa editrice Surfaces Utiles di Bruxelles in primavera e autunno 2021 rispettivamente.

Antonio Carnevale

Direttore Editoriale Arte Antica e Patrimonio Culturale

Nato nel 1971, si è laureato in Lettere Moderne con indirizzo in Scienze Artistiche all'Università degli Studi di Siena nel 2002.
Giornalista professionista dal 2005, ha scritto d'arte per diverse testate ed è stato responsabile delle pagine culturali del settimanale Panorama dal 2009 al 2018. Ha pubblicato saggi per cataloghi d'arte, curato antologie e scritto libri sull'Italia e il patrimonio artistico; l'ultimo saggio è "L'Italia fatta a mano. Beni culturali viventi" (2019).

Mauro Fioravanzi
Web developer

Classe '78, terminato un breve excursus universitario in Ingegneria delle Telecomunicazioni al Politecnico di Milano consegue una specializzazione in Tecniche di Marketing e Advertising. Inizialmente grafico editoriale e creativo per campagne pubblicitarie in ambito web, dal 2008 è senior frontend developer per i siti delle principali testate Mondadori (Grazia, Giallozafferano, Icon, Interni).
Collabora inoltre a numerosi progetti web con artisti tra cui Roberto Cuoghi, Haseeb Ahmed e Fondazione Fausto Melotti.

Alessandra Marelli
Socio fondatore, Ricerca e Traduzioni

Classe '87, si è laureata in Storia e Storia del Pensiero presso Goldmisths University di Londra nel 2010, conseguendo nel frattempo un diploma in Introduction to Journalism e Feature Writing presso la London School of Journalism. Nel 2011 trascorre un anno a Qingdao, Cina dove lavora come consulente per un'azienda cinese che tratta prodotti di lusso Made in Italy e nel 2012 consegue il diploma di lingua cinese HSK 4. Dal 2013 collabora alla fondazione della piattaforma CFA, per la quale si occupa di traduzione, ricerca e pubbliche relazioni.

Nel 2021, Conceptual Fine Arts ha collaborato inoltre con 22 scrittori: Chiara Agradi, Maria Letizia Casati, Bice Curiger, Sonia D'Alto, Maria do Carmo M. P. de Pontes, Kevin Gallagher, Zihan Kassam, Paul Laster, Ricko Leung, Céline Mathieu, Catherine Mayeur, Julia Mullié, Gianluca Poldi, Julius Pristauz, Agata Pyzik, João G. Rizek, Emile Rubino, Sofia Silva, Evelyn Simons, Dirk Snauwaert, Chloe Stead, Silvia Tomasi.

piano d’impresa e risultati raggiunti

Contesto di riferimento

Nel 2021 il mondo del no-profit ha dovuto fronteggiare per il secondo anno consecutivo una situazione difficile.

Tra emergenza sanitaria, crisi economica e riforma del Terzo settore, il 2021 è stato un anno sicuramente intenso. Come tutte le realtà culturali italiane, anche Conceptual Fine Arts S.r.l. Impresa Sociale ha vissuto dodici mesi particolarmente impegnativi.

Tra nuovi lock-down, obbligo di green pass, limitazioni negli spostamenti (specialmente dai paesi esteri verso il territorio italiano), si è dovuto affrontare un contesto che, come nel 2020, ha certamente avuto ripercussioni negative sulla nostra attività, provocando nuovamente un forte decremento dei risultati raggiunti rispetto ai volumi di attività e progetti previsti, e pertanto anche dei ricavi.

Nei paragrafi seguenti verranno analizzati per ogni macro-area di attività – CFA*rts*, CFA*live* e CFA*gency* – a partire dai bisogni individuati, gli obiettivi e le strategie poste in essere, i relativi programmi di intervento, le attività realizzate e i risultati raggiunti.

CFA*rts* nel 2021

CFA*rts* è una piattaforma online che produce, contestualizza e diffonde scritti sul mondo dell'arte e della cultura. I testi sono suddivisi in **5 differenti categorie**:

- **At the show with the artist:** pagine in cui artisti contemporanei vengono chiamati a discutere di arte antica.
- **Interviews:** interviste a professionisti del settore quali ad esempio artisti, curatori, critici, collezionisti, direttori di musei e di fiere d'arte.
- **Latest art history:** pagine di approfondimento dedicate all'arte antica.
- **Mapping the artscape:** pagine dedicate all'analisi del contesto artistico attuale.
- **Online exhibition:** mostre virtuali realizzate da CFA*rts*.
- **Emerging art:** pagine monografiche dedicate agli artisti contemporanei.

Per l'ideazione e lo sviluppo del programma di intervento che, per la natura dell'attività, deve intendersi in linea generale come la definizione del piano editoriale annuale, come per l'anno precedente, si è deciso di prendere in considerazione i bisogni di ciascun portatore di interesse (stakeholder) nei confronti di CFA*rts*.

Nella pagina successiva si riporta una tabella riassuntiva.

Stakeholder e bisogni

Soci: Aumentare la notorietà di CFA*rts* e il numero di utenti per poter essere in grado di proporre piani editoriali invoglianti a potenziali finanziatori.

Curatori, critici e storici dell'arte: Opportunità lavorative adeguatamente retribuite.

Utenti della rete: Accedere ad informazioni altamente qualificate, affidabili, criticamente produttive e di respiro internazionale relative al mondo dell'arte antica e contemporanea.

Artisti: Beneficiare di una piattaforma online di livello qualitativo alto e professionalmente riconosciuta sulla quale essere pubblicati, potendo così aumentare la propria visibilità.

Istituzioni culturali: Beneficiare di una piattaforma online di livello qualitativo alto e professionalmente riconosciuta sulla quale essere pubblicate, potendo così aumentare la propria visibilità.

Collezionisti: Accedere ad informazioni altamente qualificate, affidabili, criticamente produttive e di respiro internazionale relative al mondo dell'arte antica e contemporanea tramite cui poter ampliare la propria cultura artistica.

Gallerie d'arte: Beneficiare di una piattaforma online di livello qualitativo alto e professionalmente riconosciuta sulla quale poter sponsorizzare i propri artisti e la propria attività, e che contestualmente creda e promuova una cultura del collezionismo.

Sponsor: Opportunità di finanziare progetti culturali editoriali altamente qualificati e beneficiari di larga visibilità per testimoniare fattivamente l'inclusione di una *social responsability* nel proprio piano di impresa.

Obiettivi

In virtù dei bisogni precedentemente identificati di seguito si riportano gli obiettivi, le strategie e i programmi di intervento per CFA*rts*.

Obiettivi (già prefissati nel 2020):

1. Proseguire con lo sviluppo e l'ampliamento del bacino di utenti della piattaforma;
2. Realizzare, grazie al sostegno economico di uno sponsor, almeno tre piani editoriali da pubblicare sulla piattaforma.

Obiettivo n. 1

Strategia:

Pubblicare settimanalmente mantenendo un equilibrio tra testi di antico e di contemporaneo, contestualmente mantenere un livello qualitativo alto; massimizzare la presenza sul web (SEO + Google); massiccia campagna di comunicazione (social, mail).

Programma di intervento:

1. Pubblicazione di un minimo di 1 testo alla settimana, mantenendo un bilanciamento tra testi dedicati all'arte antica e all'arte contemporanea, con versione in italiano e in inglese;

2. Collaborare con critici, curatori e storici dell'arte professionalmente riconosciuti, in grado di produrre testi altamente qualificati;

3. Ottimizzazione SEO della pagina pubblicata;

4. Sponsorizzazione mediante campagne di Advertising Google di almeno 10 pagine (sia versione italiana sia versione inglese) da cambiare ogni 2 mesi;

5. Il giorno successivo alla pubblicazione dell'articolo sulla piattaforma, pubblicazione di un post e relativa storia su social media (Instagram e FB).

Di seguito si riporta una tabella riassuntiva dei programmi di intervento posti in essere in relazione ai bisogni dei principali portatori di interesse (stakeholder).

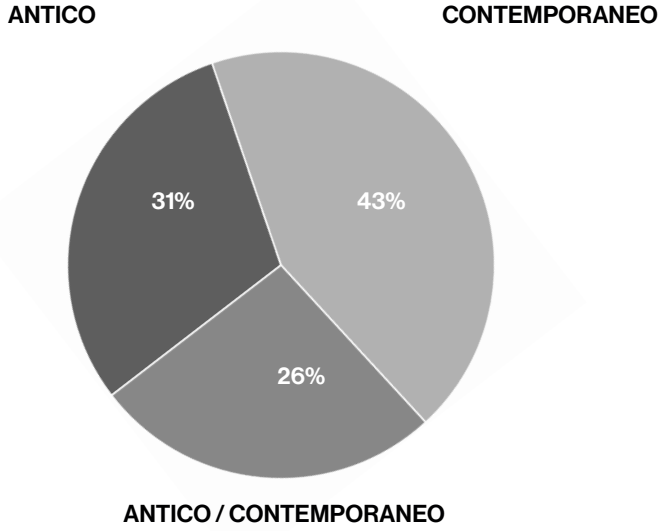
Soci:	Aumentare la notorietà di CFA*rts* e il numero di utenti per poter essere in grado di proporre piani editoriali invoglianti a potenziali sponsor.	Punti 1, 2, 3, 4, 5
Curatori, critici e storici dell'arte:	Opportunità lavorative adeguatamente retribuite.	Punto 1
Utenti della rete:	Accedere ad informazioni altamente qualificate, affidabili, criticamente produttive e di respiro internazionale relative al mondo dell'arte antica e contemporanea.	Punto 2
Artisti:	Beneficiare di una piattaforma online di livello qualitativo alto e professionalmente riconosciuta sulla quale essere pubblicati, potendo così aumentare la propria visibilità.	Punti 2, 3, 4, 5
Collezionisti:	Accedere ad informazioni altamente qualificate, affidabili, criticamente produttive e di respiro internazionale relative al mondo dell'arte antica e contemporanea tramite cui poter ampliare la propria cultura artistica.	Punti 1, 2, 3, 4, 5
Istituzioni culturali:	Beneficiare di una piattaforma online di livello qualitativo alto e professionalmente riconosciuta sulla quale essere pubblicate, potendo così aumentare la propria visibilità.	Punti 2, 3, 4, 5
Gallerie d'arte:	Beneficiare di una piattaforma online di livello qualitativo alto e professionalmente riconosciuta sulla quale poter sponsorizzare i propri artisti.	Punti 2, 3, 4, 5
Sponsor:	Opportunità di finanziare progetti culturali editoriali altamente qualificati e beneficiari di larga visibilità per testimoniare fattivamente l'inclusione di una social responsability nel proprio piano di impresa.	Punti 1, 2, 3, 4, 5

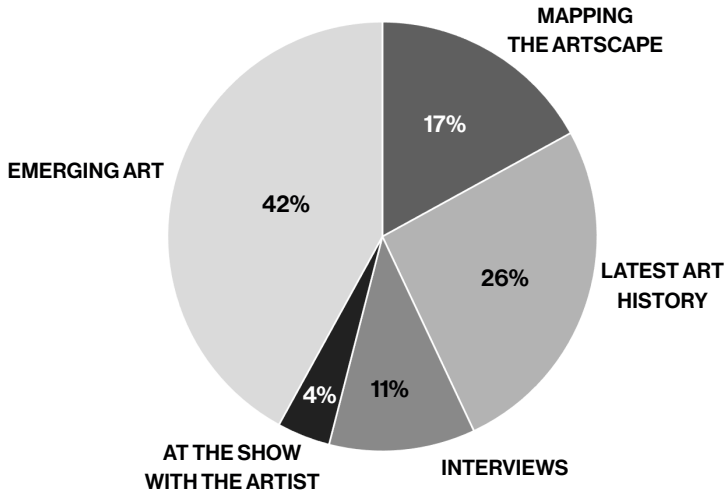
ATTIVITÀ REALIZZATE

Di seguito si riportano le attività realizzate in relazione ai programmi di intervento individuati.

PROGRAMMA DI INTERVENTO N. 1

Nel 2021 sono stati pubblicati un totale di 53 testi (1 in più rispetto all'obiettivo target) sia nella versione italiana sia nella versione inglese. Di seguito la suddivisione nelle diverse tipologie di testi e il bilanciamento tra antico e contemporaneo.

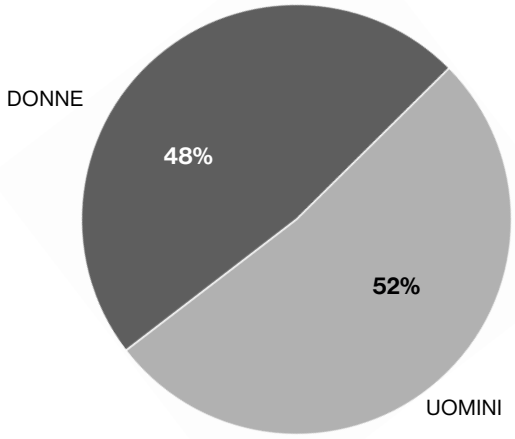




PROGRAMMA DI INTERVENTO N. 2

Nel 2021 CFA*rts* ha collaborato sono **21 critici, curatori e storici dell'arte** professionalmente riconosciuti, i quali hanno prodotto in media 2 testi ciascuno. I restanti testi sono stati prodotti da Stefano Pirovano, Piero Bisello e Antonio Carnevale. La retribuzione media netta per articolo ammonta a circa 200,00 €.

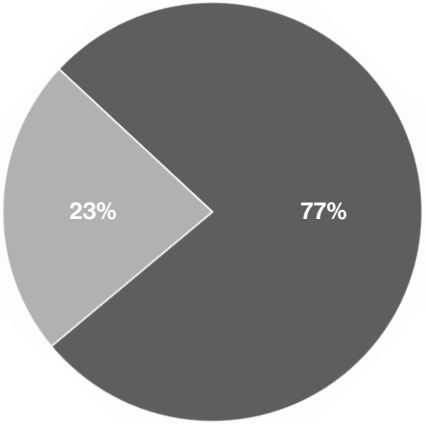
CRITICI, CURATORI E STORICI DELL'ARTE



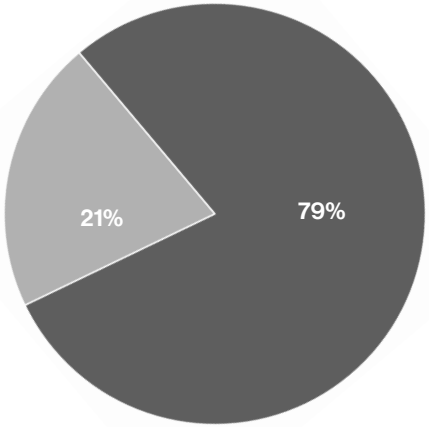
PROGRAMMA DI INTERVENTO N. 3

Tutte le pagine, sia nella versione italiana sia nella versione inglese, sono state profilate per una ottimizzazione SEO mediante l'individuazione di una parola chiave in grado di massimizzare l'indicizzazione ed il posizionamento della pagina stessa sui motori di ricerca, e in particolar modo su Google (primo motore di ricerca).

OTTIMIZZAZIONE SEO PAGINE IN INGLESE



OTTIMIZZAZIONE SEO PAGINE IN ITALIANO



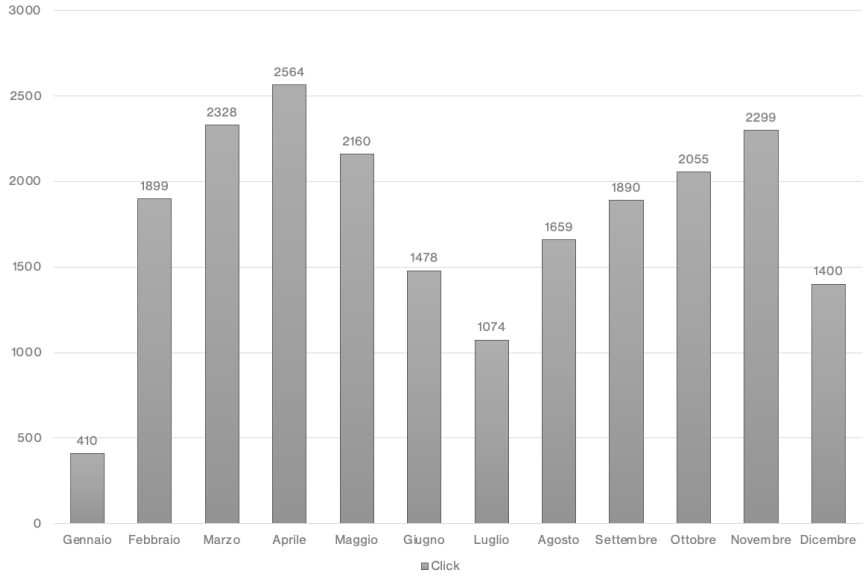
SEO OTTIMIZZATO

SEO OTTIMIZZABILE

PROGRAMMA DI INTERVENTO N. 4

Nel 2020 Conceptual Fine Arts S.r.l. Impresa Sociale ha ottenuto un **Grant di *Google Adwords,*** un programma pubblicitario di Google volto a sostenere le organizzazioni no-profit attraverso annunci pubblicitari gratuiti sulla rete di ricerca Google. Anche nel 2021, CFArts ha implementato la strategia comunicativa attraverso campagne di **Google Ads** le quali sono state impostate mediante l'utilizzo di parole-chiave attinenti al contenuto del testo della pagina.

In totale state sponsorizzate **42 pagine** suddivise in **10 differenti campagne** - 5 per le pagine in italiano e 5 per le pagine in inglese - seguendo la tipologia dell'argomento trattato.
Queste campagne Google Ads hanno prodotto un totale di **21.200 click** e **287.000 impressioni** per un valore economico pari a **75.000,00 USD**, interamente sponsorizzato da Google.

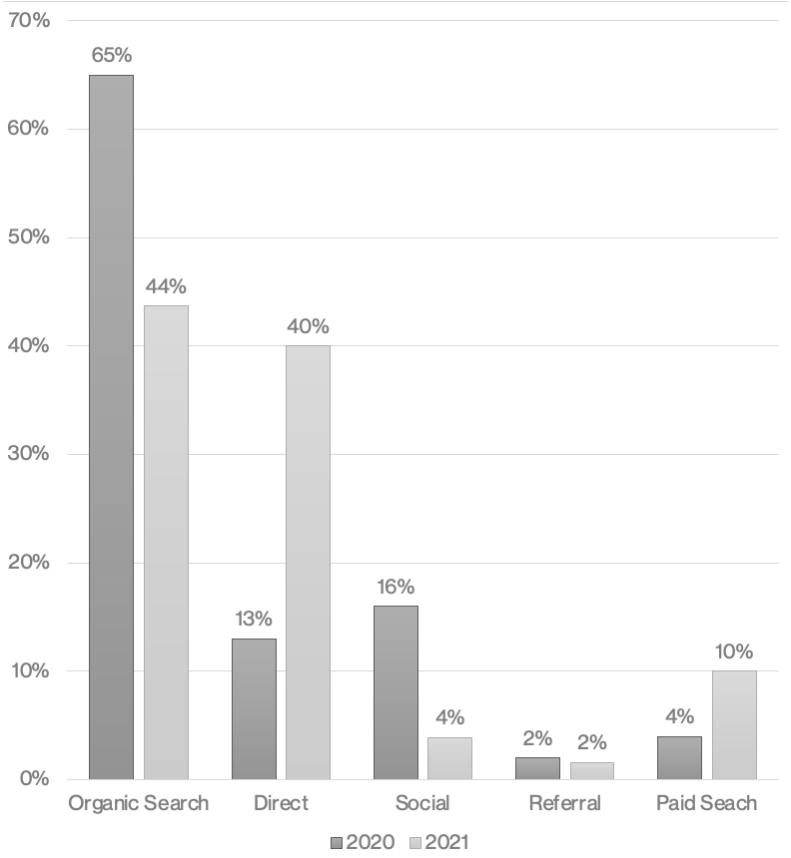


PROGRAMMA DI INTERVENTO N. 5

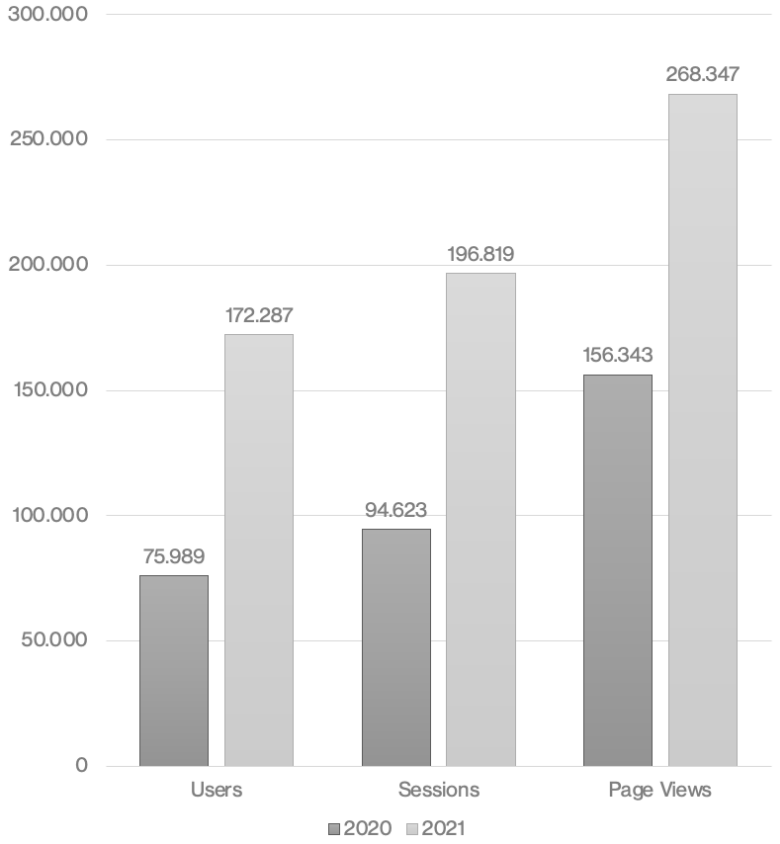
Nel 2021 sono stati pubblicati un totale di **141 post.** Nel mese di gennaio, la pagina Instagram di Conceptual Fine Arts contava 6.162 followers. Nel corso dell'anno si è giunti ad un incremento del 68%, raggiungendo nel mese di dicembre un totale di 9.007 followers con un tasso medio di coinvolgimento del pubblico per post pari a 1,43%.

RISULTATI RAGGIUNTI

In conclusione, a partire dall'obiettivo iniziale n.1 - proseguire con lo sviluppo e l'ampliamento del bacino di utenti della piattaforma – di seguito si riportano i risultati raggiunti dalla piattaforma online CFA*rts*, confrontando i dati del 2021 con quelli del 2020, da cui si evince che l'obiettivo è stato raggiunto.



ACQUISIZIONE



UTENTI

Obiettivo n. 2

Strategia:

1. Preventiva analisi delle possibili aree di argomento da approfondire mediante la realizzazione di un piano editoriale;

2. Sondaggio sul gradimento dello stesso mediante attività di pubbliche relazioni;

3. Invio di proposte progettuali a contatti già consolidati per la richiesta dei fondi necessari per la realizzazione del piano editoriale.

Programma di intervento:

1. Indagine delle principali aree di argomento nel campo dell'arte e della cultura che ancora necessitino di un approfondimento più scientifico e completo, e che abbiano un deficit di promozione e valorizzazione;

2. Individuazione di almeno 5 tematiche la cui analisi possa risultare di grande beneficio per gli utenti della piattaforma e allo stesso tempo di particolare interesse per uno sponsor privato (inclusione nel loro programma di social responsability);

3. Individuazione di possibili soggetti - prevalentemente privati - che abbiano in precedenza già svolto ruoli di sponsor o donatori;

4. Stesura di una bozza di piano editoriale per ognuna e preventiva individuazione di critici, curatori o storici dell'arte adatti per la stesura dello stesso;

5. Invio della proposta, unitamente al budget necessario per l'attuazione del piano editoriale;

6. Organizzazione di un incontro;

7. Attuazione del piano editoriale.

Attività realizzate:

Nel 2021 sono state inviate un totale di 10 proposte a 15 possibili sponsor. La situazione economica, derivante dall'emergenza COVID-19, ha sospeso per il seconodo anno consecutivo tutte quelle voci di budget a sostegno di progetti al difuori dell'attività corrente dell'azienda, ed in particolar modo di quelle volte al sostegno del Terzo Settore.

Non è stato pertanto possibile realizzare nessun progetto preventivato.

CFA*live* nel 2021

CFA*live* è un programma di residenza dedicato a gallerie d'arte contemporanea straniere che desiderano costruire o rafforzare la propria presenza a Milano. Il programma è inteso per operare anche in senso opposto, ovvero per far conoscere la scena artistica milanese alle gallerie ospitate, promuovendo l'internazionalizzazione.

La decisione di inaugurare CFA*live* nell'aprile del 2019 nella città di Milano deriva anche dall'analisi condotta dal Cultural Creative Cities Monitor del 2017, dalla quale emerge che Milano è tra le più pimpanti città d'Europa in termini di creatività e cultura, con un'offerta ampia e completa. Milano può contare su un gran numero di istituzioni artistiche finanziate da privati e su una lunga storia di mecenatismo.

Esempi attuali sono la Fondazione Prada, la Fondazione Trussardi, la Fondazione Carriero, Pirelli Hangar Bicocca e Gallerie d'Italia. La città vanta anche una forte presenza di musei e gallerie pubbliche, tra cui Museo del Novecento, Palazzo Reale, Padiglione Arte Contemporanea, Accademia di Brera e Museo Poldi Pezzoli, tra gli altri.

Nel contesto europeo, Milano si trova inoltre in una posizione strategica. Le città culturalmente vivaci di Torino, Genova e Lugano sono solo a un'ora di distanza in auto o in treno. Inoltre, per le gallerie non europee Milano è una grande possibilità di raggiungere i collezionisti locali o di fare un 'pit stop' prima o dopo fiere d'arte come Fiac, Frieze, Arco o Art Basel. CFAlive offre ai galleristi l'opportunità di avere una presenza in Italia durante eventi come la Biennale di Venezia, MiArt o Artissima.

Il programma favorisce un approccio sperimentale che può essere considerato complementare al programma in house della galleria, espandendo così la propria attività in un ambiente culturale altamente diversificato.

Nella tabella seguente si riassume, a partire dai bisogni individuati relativamente ai due principali stakeholder – la comunità locale e le gallerie d'arte – gli obiettivi, i programmi di intervento e i risultati raggiunti.

Bisogni:

1. Comunità locale: entrare in contatto con una proposta artistica-culturale a cui altrimenti avrebbe difficilmente accesso.

2. Gallerie d'arte contemporanea estere: rinforzare o sviluppare la propria presenza in una città culturalmente attiva e dinamica.

Obiettivo:

Ospitare almeno 10 gallerie, pertanto producendo una mostra con cadenza mensile, ad eccezione dei mesi di agosto e dicembre.

Strategia:

Puntare a gallerie di maggiore notorietà, offrendo un pacchetto di servizi più completo che vada a soddisfare le esigenze della galleria stessa.

Programma di intervento:

I. Creare le condizioni per poter propore la residenza alle gallerie desiderate, pubblicando pagine di approfondimento dedicate ai loro artisti più interessanti;

II. Includere nel pacchetto di offerta, oltre ai servizi già previsti dall'anno precedente (spazio espositivo utenze, piccolo magazzino, attività comunicativa): personale di CFA per gli orari di apertura dello spazio espositivo; macchina con autista in caso di necessità; accesso a studi di artisti e artigiani dentro e fuori Milano; opportunità di networking con direttori di musei, curatori, artisti.

Attività realizzate:

Realizzazione di 6 mostre:

I. Goswell Road, galleria di Parigi, con la personale dell'artista Patrick Weldé "L'Amour toujours" (febbraio 2021).

II. Damien & The Love Guru, galleria di Bruxelles, con la personale del duo artisti HC "Non Dentro Ma Intorno A Noi" (aprile 2021).

III. LC Queisser, galleria di Tiblisi, con la bi-personale delle artiste Ser Serpas e Elene Chantladze (maggio 2021).

IV. Damien & The Love Guru, galleria di Bruxelles, con il group show "Having a party (hope you will be there)" (luglio-agosto 2021).

V. Everyday Gallery, galleria di Anversa, con la personale di Estrid Lutz "u space debris" (settembre 2021).

VI. Temnikoca & Kasela, galleria di Tallin, con la personale di Jaanus Samma "Museum Display" (ottobre-novembre 2021).

Risultati raggiunti:

A causa dell'emergenza COVID-19 e delle sue implicazioni relativamente alle limitazioni negli spostamente, specialmente dall'estero, l'obiettivo prefissato non è stato raggiungo. Tuttavia, tenendo in cosiderazione la situazione generale, si ritiene il risultato soddifacente.

CFA*gency* nel 2021

CFA*gency* è l'unità operativa finalizzata alla consulenza nell'ambito della valorizzazione, promozione e gestione dei beni culturali e delle attività turistiche, e all'ideazione e sviluppo di progetti artistico-culturali. CFA*gency* è composta da un team di professionisti che affianca istituzioni culturali nella costruzione di percorsi strategici mettendo a disposizione le proprie competenze per costruire strategie efficaci in campo di comunicazione e progettazione culturale.

I bisogni individuati relativamente ai tre principali stakeholder sono i seguenti:

Istituzioni culturali: sviluppare progetti in campo culturale individuando bandi a sostegno della propria attività.

Pubbliche amministrazioni: creare o sviluppare un sistema di welfare culturale a beneficio della comunità.

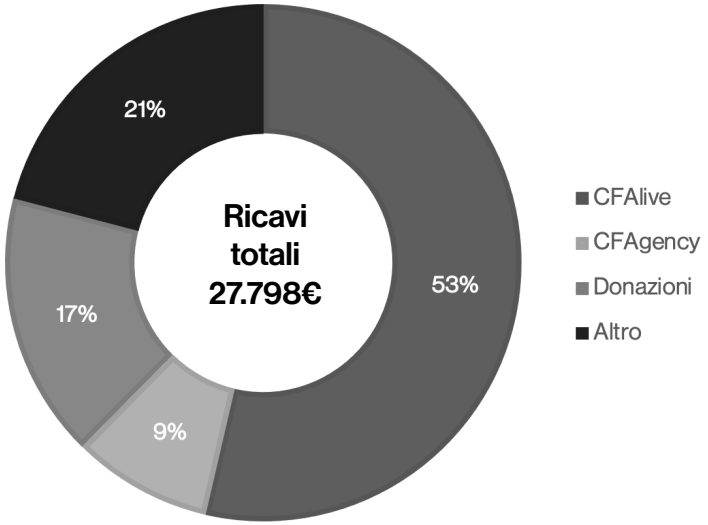
Collaboratori: partecipare a un progetto culturale altamente qualitativo e beneficiare di una retribuzione commisurata al lavoro corrisposto per la realizzazione dello stesso.

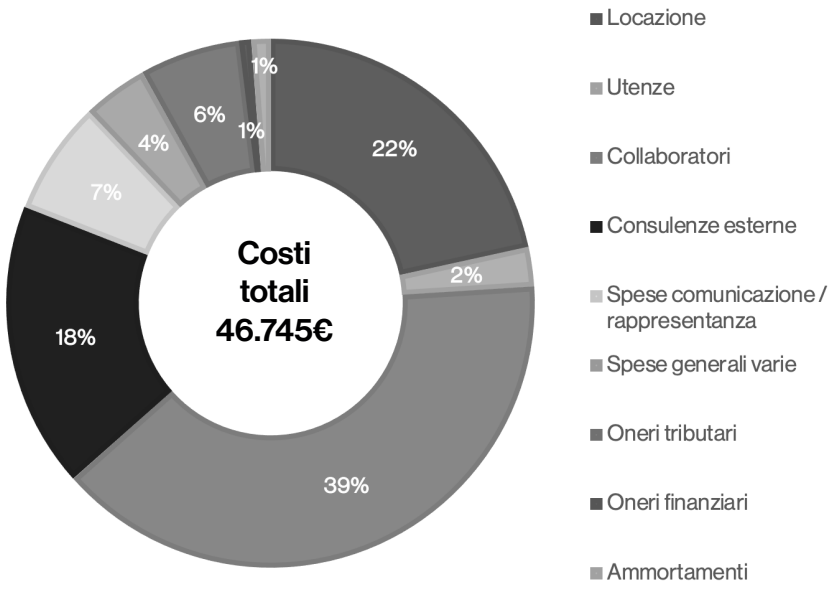
Artisti: aumentare la comunicazione e la visibilità della propria pratica artistica, sfruttando in particolar modo strumenti digitali in grado di raggiungere un pubblico sempre più vasto.

Nella tabella seguente si riassume, a partire dai bisogni individuati, gli obiettivi, i programmi di intervento e i risultati raggiunti.

Obiettivi	Ideare, sviluppare e realizzare un progetto culturale a livello nazionale, grazie al sostegno di uno sponsor privato.	Sottoscrivere una collaborazione di consulenza in campo comunicativo con un artista contemporaneo.
Strategie	PR e invio di proposte progettuali a contatti già consolidati.	Ideare e sviluppare una strategia comunicativa volta a consolidare il posizionamento dell'artista sui social media e ad aumentare il suo engagement con il pubblico di riferimento.
Programmi di intervento	Preventiva ideazione e iniziale stesura di un progetto culturale che risultasse di interesse per uno sponsor privato.	Preventiva analisi del posizionamento sui social media dell'artista e successiva elaborazione di un piano editoriale mensile per i suoi profili Instagram e Facebook.
Attività realizzate	Contatto con due sponsor privati localizzati nella Regione Lombardia; prima fase di indagine e preliminare stesura del progetto culturale.	Curatela dei profili social dell'artista Andrea Éva Győri dal mese di marzo 2021 fino al mese di marzo 2022.
Risultati raggiunti	Progetto sospeso e rimandato a data da destinarsi per blocco degli stanziamenti destinati a progetti no-profit a causa delle problematiche economiche derivanti dall'emergenza COVID-19.	Il progetto è stato portato a termine.

La nostra situazione economica





Le risorse economiche di Conceptual Fine Arts S.r.l. Impresa Sociale per l'anno 2021 provengono da quattro fonti principali::

- ricavi derivanti dalla realizzazione di mostre mediante il contributo economico delle gallerie d'arte ospitate presso lo spazio espositivo (**CFA*live***) - 53%

- ricavi derivanti dal sostegno economico di soggetti privati (**Donazioni**) - 17%

- ricavi derivanti dalla realizzazione di progetti di consulenza in campo di comunicazione e marketing (**CFA*agency***) - 9%

- aiuti ministeriali sottoforma di contributi per fronteggiare l'emergenza COVID-19 (**Altro**) - 21%

La generazione dei principali costi deriva dal capitale umano (**Collaboratori** e **Consulenze esterne**), pari al 57% dei costi totali sostenuti, e dai costi fissi per lo spazio espositivo (**Locazione** e **Utenze**), pari al 24% dei costi totali.

Come precedentemente evidenziato, Conceptual Fine Arts S.r.l Impresa Sociale ha svolto il suo secondo anno di attività in un contesto caratterizzato dall'emergenza COVID-19, subendo pertanto tutte le pesanti ripercussioni che hanno interessato anche il settore dell'arte e della cultura. Ciò ha comportato una sostanziale riduzione degli stanziamenti volti a sostenere le attività del Terzo Settore da parte di soggetti privati, nonchè una sensibile diminuzione dei bandi pubblici nel campo dell'arte e della cultura.

Tutto ciò premesso, il bilancio di Conceptual Fine Arts S.r.l. Impresa Sociale per l'anno 2021 si chiude con una perdita d'esercizio pari a **18.947 €**.

I nostri obiettivi futuri

Per il 2022 Conceptual Fine Arts S.r.l. Impresa Sociale si è posta i seguenti obiettivi, distinguendoli sempre in relazione alle sue tre macro attività.

CFA*rts*

1. Proseguire con lo sviluppo e l'ampliamento del bacino di utenti della piattaforma;

2. Aumentare il numero di testi di arte antica, innalzando il livello scientifico tramite nuove collaborazioni con professionisti riconosciuti del settore.

CFA*live*

1. Nella speranza che l'emergenza sanitaria da COVID-19 si risolva e che la crisi economica non si aggravi, l'obiettivo è quello di ospitare lo stesso numero di gallerie che hanno partecipato al programma di residenza nel 2021, di cui almeno una proveniente da Paesi al di fuori dell'Unione Europea.

CFA*gency*

1. Partecipare ad almeno 1 bando ministeriale o 1 bando proposto da un'istituzione di natura privata;

2. Ideare, sviluppare e realizzare delle collaborazioni di Media Partnership con almeno 2 fiere di arte contemporanea;

3. Ideare, sviluppare e realizzare una collaborazione di Social Media Curatorship cun un'istituzione artistico-culturale.