

Conceptual Fine Arts S.r.l. Impresa Sociale

**Bilancio Sociale 2022**

# Introduzione metodologica

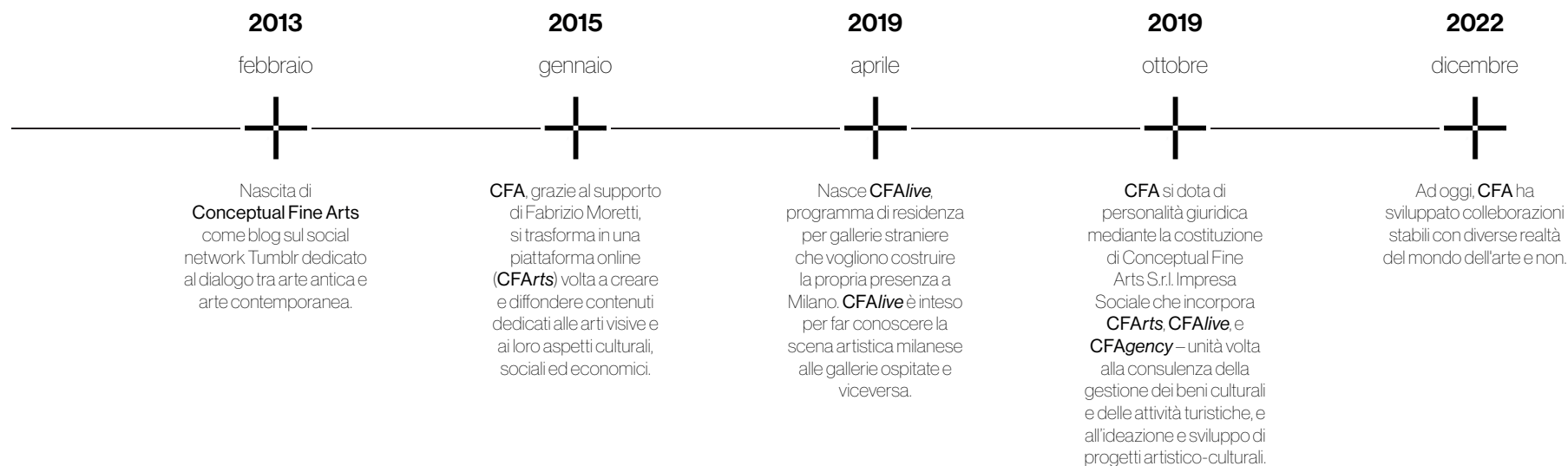
Il presente **bilancio sociale**, relativo all'anno 2022, è il terzo redatto da **Conceptual Fine Arts S.r.l. Impresa Sociale**. Come per gli anni precedenti, l'ideazione, la redazione e la raccolta dei dati hanno previsto il coinvolgimento dei due membri del CdA operativi e di tre collaboratori stabili 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 struttura 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



# 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:*

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

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

**CFAgency:** 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.

## CFArts

Essendo un'attività interamente digitale, e quindi svolta online, l'area territoriale di riferimento potrebbe identificarsi con l'intera rete mondiale.

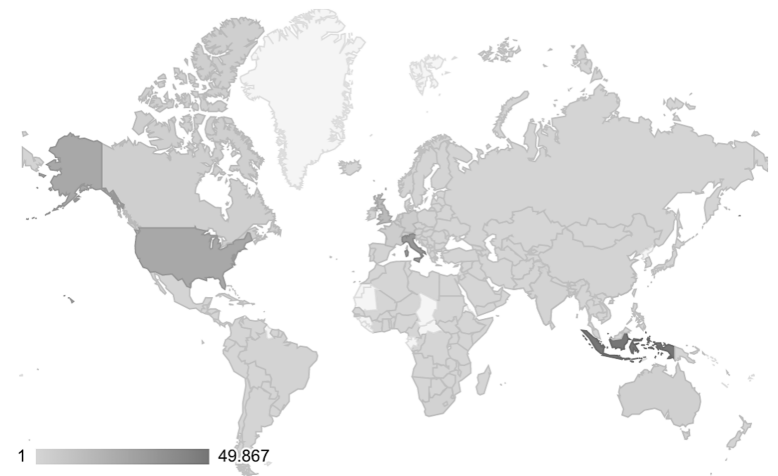
Tuttavia, **CFArts** ha un'utenza geograficamente collocata come illustrato nel grafico a fianco.

## CFALive

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

## CFAgency

I progetti realizzati nell'anno 2022 sono anch'essi di natura digitale. I territori che hanno ottenuto maggiori benefici in considerazione dell'argomento progettuale sono **Bruxelles, Parigi, Basilea, Milano e Torino**.



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.

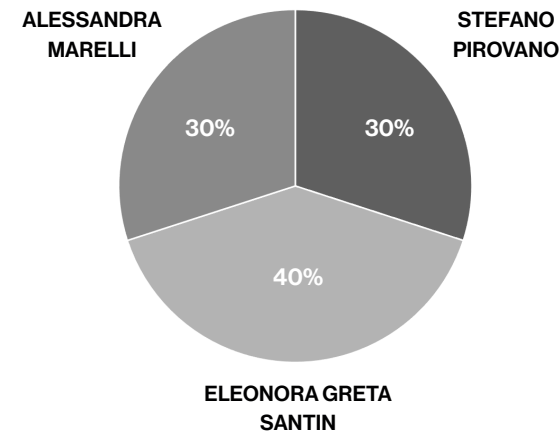
Il Consiglio di Amministrazione è investito dei più ampi poteri per la gestione della società, in particolare a compiere tutti gli atti e le operazioni di ordinaria e straordinaria amministrazione per la gestione operativa della stessa.

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.

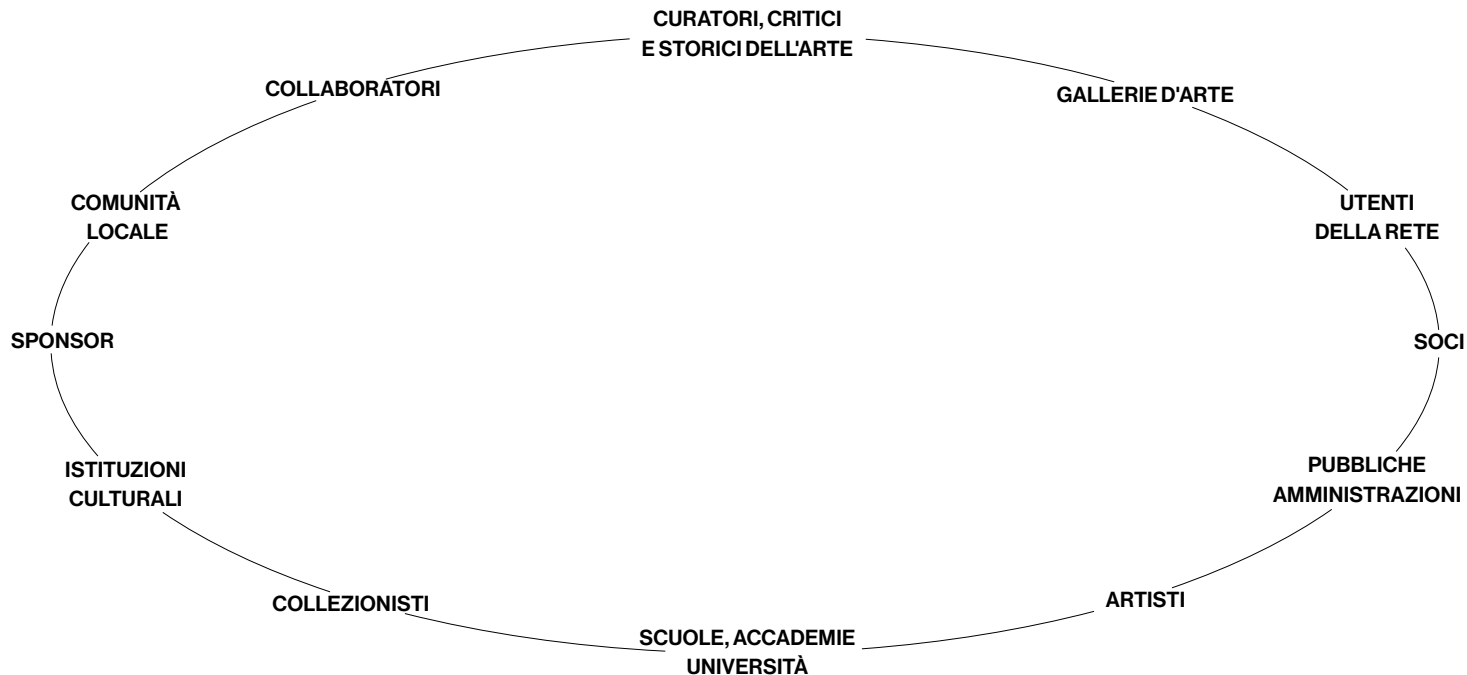
Il lavoro viene svolto secondo il **principio di coinvolgimento** del team.

# 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

<b>Soci:</b>	<b><i>Raggiungimento degli obiettivi prefissati</i></b> sostenibilità economica, collaborazione	<b>Comunità locale:</b>	<b><i>Qualità dell'informazioni e delle iniziative culturali</i></b> 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.
<b>Collaboratori:</b>	<b><i>Partecipazione e coinvolgimento</i></b> 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.	<b>Artisti:</b>	<b><i>Opportunità e visibilità</i></b> 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 propone 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.
<b>Curatori, Critici e Storici dell'arte:</b>	<b><i>Coinvolgimento e retribuzione</i></b> 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.	<b>Gallerie d'arte:</b>	<b><i>Opportunità, collaborazione e sostenibilità economica</i></b> L'Impresa Sociale si propone di offrire opportunità per la realizzazione di attività che vadano ad arricchire il programma artistico.
<b>Utenti della Rete:</b>	<b><i>Qualità dell'informazione</i></b> L'Impresa Sociale si propone di offrire libero accesso a una fonte di informazione altamente qualificata relativa al mondo dell'arte e della cultura.		

**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 azioni 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

## **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**

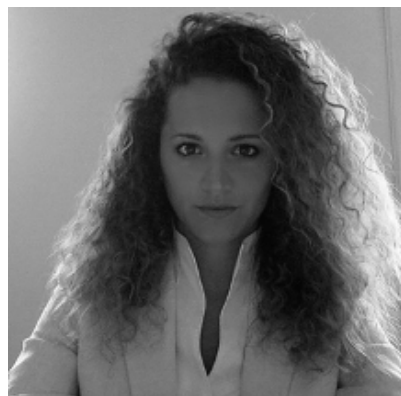
*Socio fondatore, CFO e Producer di CFAlive*

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 Goldsmiths 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.

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:



**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.

**Alessandra Marelli*****Socio fondatore, Ricerca e Traduzioni***

Classe '87, si è laureata in Storia e Storia del Pensiero presso Goldsmiths 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.



## **Mauro Fioravanti**

### *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.



Nel 2022, Conceptual Fine Arts ha collaborato inoltre con **22 scrittori**: Emile Rubino, Sofia Silva, Isabella Costabile, Elnara Taidre, Céline Mathieu, Oriane Durand, Kristian Vistrup Madsen, Paolo Baggi, Simone Bonicatto, Samantha Ozer, Andrea Bacchi, Angelo Tartuferi, John Belknap, Luca Siracusano, Arturo Galansino, Stefano Faoro, Maichol Clemente, Yann Chateigné Tytelman, Alberto Lenza, Cristina Quattrini, Jelena Dakonovic, Denis Maksimov.

piano d'impresa e  
risultati raggiunti



# Contesto di riferimento

La situazione economica tra la fine del 2021 e i primi mesi del 2022 è tornata sul livello del quarto trimestre 2019, nonostante la decelerazione dell'attività economica. Tuttavia, dalla seconda metà del 2022 lo scenario internazionale si è gradualmente deteriorato per effetto di strozzature dal lato dell'offerta e di consistenti spinte inflazionistiche, esacerbate dall'invasione russa dell'Ucraina.

Come tutte le realtà culturali italiane, anche **Conceptual Fine Arts S.r.l. Impresa Sociale** ha dovuto affrontare un contesto che ha avuto ripercussioni negative sulla nostra attività, provocando nuovamente un forte decremento dei risultati raggiunti rispetto ai volumi di attività e progetti previsti.

Nei paragrafi seguenti verranno analizzati per ogni macro-area di attività – **CFArts**, **CFALive** e **CFAgency** – 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.

# CFArts nel 2022

**CFArts** è una piattaforma online che produce, contestualizza e diffonde scritti sul mondo dell'arte e della cultura. I testi sono suddivisi in **6 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 CFArts.
- **Emerging art:** pagine monografiche dedicate agli artisti contemporanei.
- **Nuovi Studi:** pagine dedicate alla pubblicazione di una selezione di testi contenuti nella rivista scientifica Nuovi Studi.

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 **CFArts**.

Nella pagina successiva si riporta una tabella riassuntiva.

# Stakeholder e bisogni

**Soci:** Aumentare la notorietà di CFArts 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 responsibility* 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 **CFArts**.

## **Obiettivi:**

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.

# Obiettivo n. 1

## **Strategia:**

Publicare 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**).

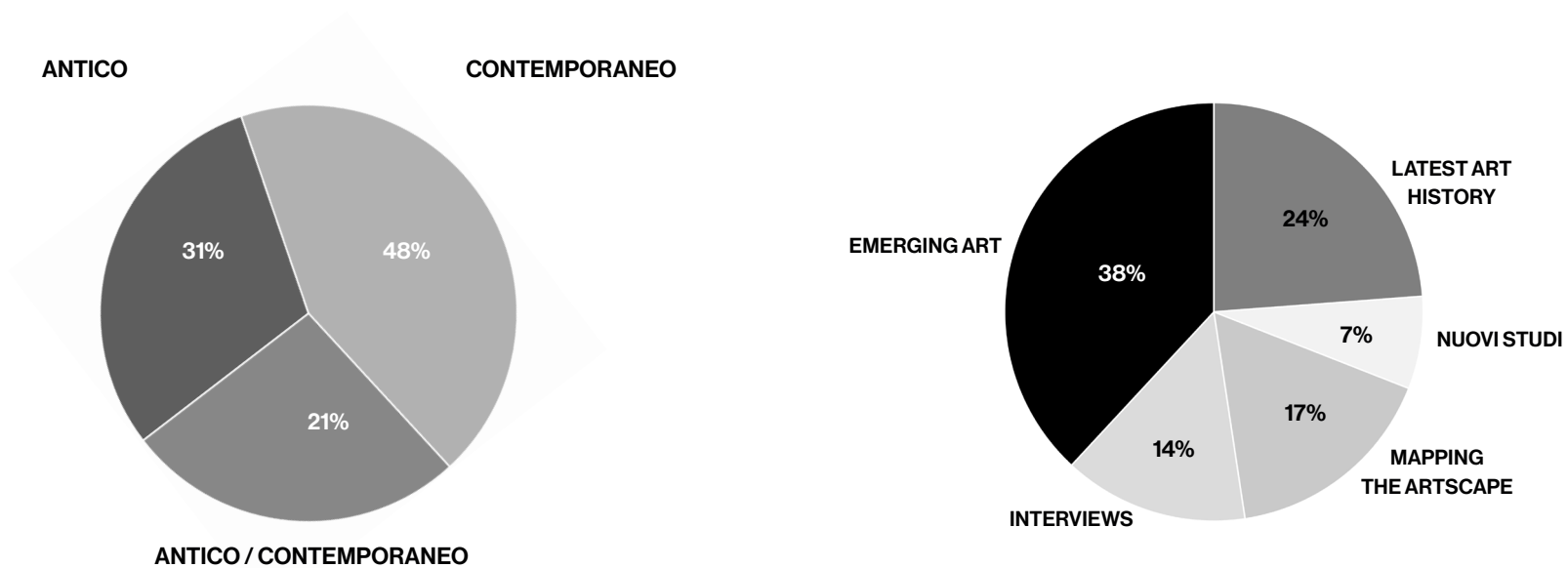
<b>Soci:</b>	Aumentare la notorietà di <b>CFArts</b> e il numero di utenti per poter essere in grado di proporre piani editoriali invoglianti a potenziali sponsor.	<b>Punti 1, 2, 3, 4, 5</b>
<b>Curatori, critici e storici dell'arte:</b>	Opportunità lavorative adeguatamente retribuite.	<b>Punto 1</b>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

## ATTIVITÀ REALIZZATE

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

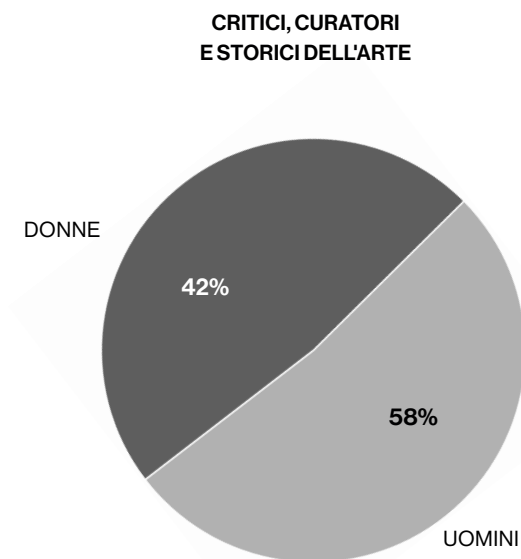
### PROGRAMMA DI INTERVENTO N. 1

Nel 2022 sono stati pubblicati un totale di 42 testi (10 in meno 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.



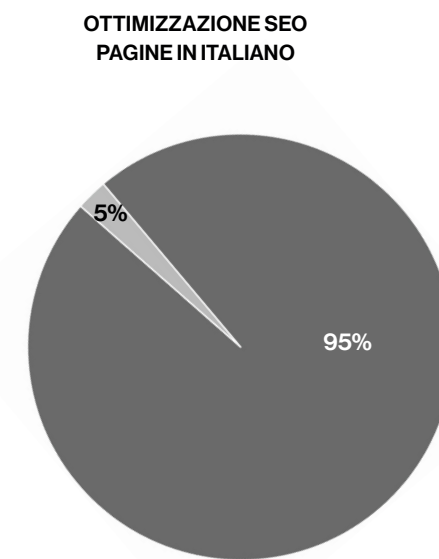
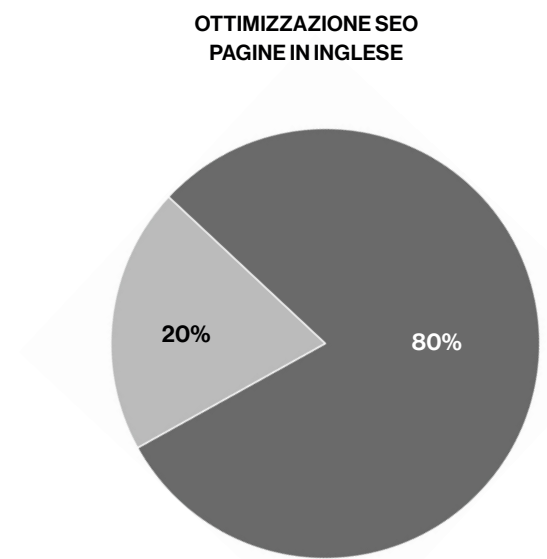
## PROGRAMMA DI INTERVENTO N. 2

Nel 2022 CFArts ha collaborato con **22 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 Pirovan e Piero Bisello. La retribuzione media netta per articolo ammonta a circa 200 €.



## 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).



SEO  
OTTIMIZZATO

SEO  
OTTIMIZZABILE

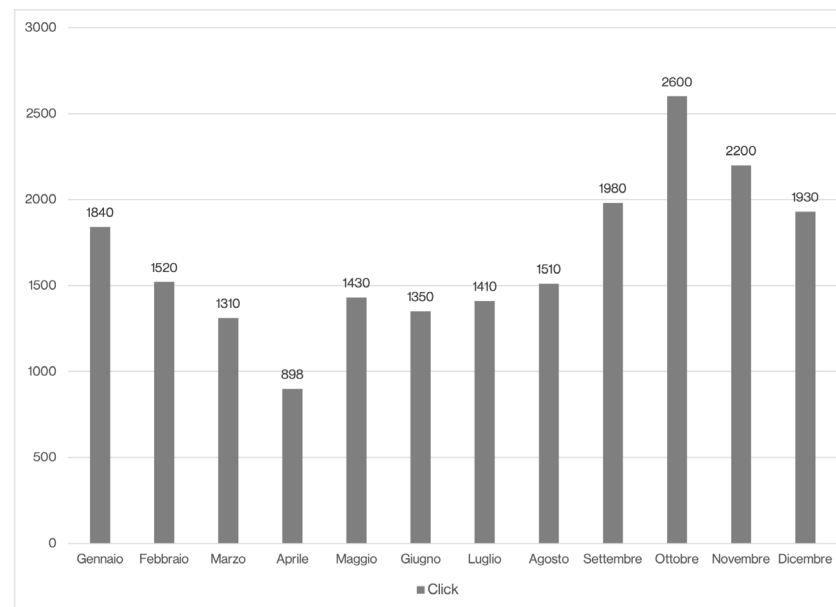


#### PROGRAMMA DI INTERVENTO N. 4

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 2022, 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 sono state sponsorizzate **62 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 **20.000 click** e **328.000 impressioni** per un valore economico pari a **74.700,00 USD**, interamente sponsorizzato da Google.

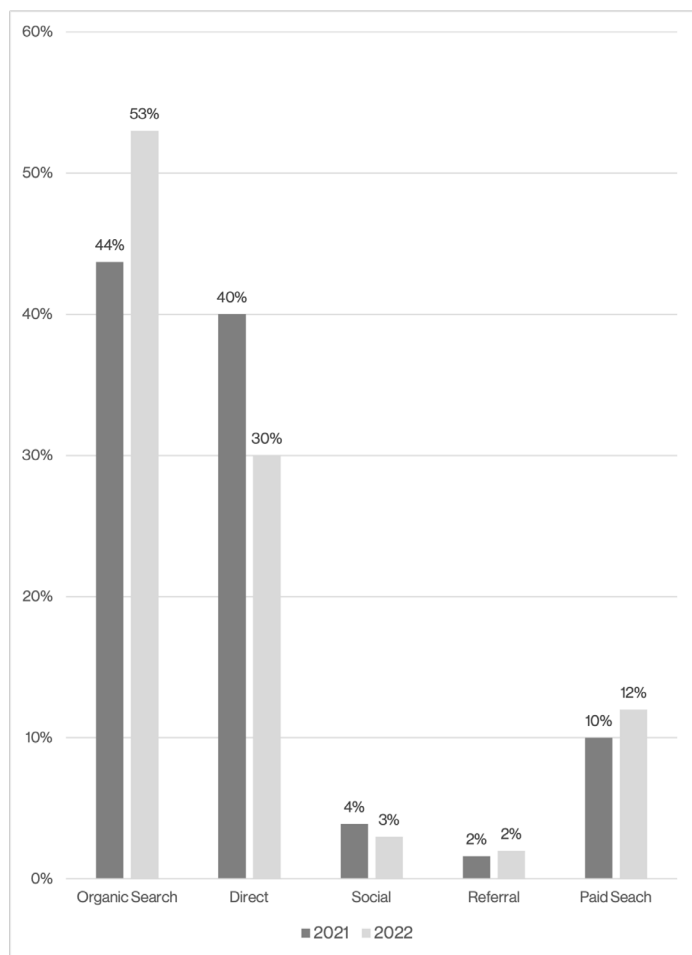


#### PROGRAMMA DI INTERVENTO N. 5

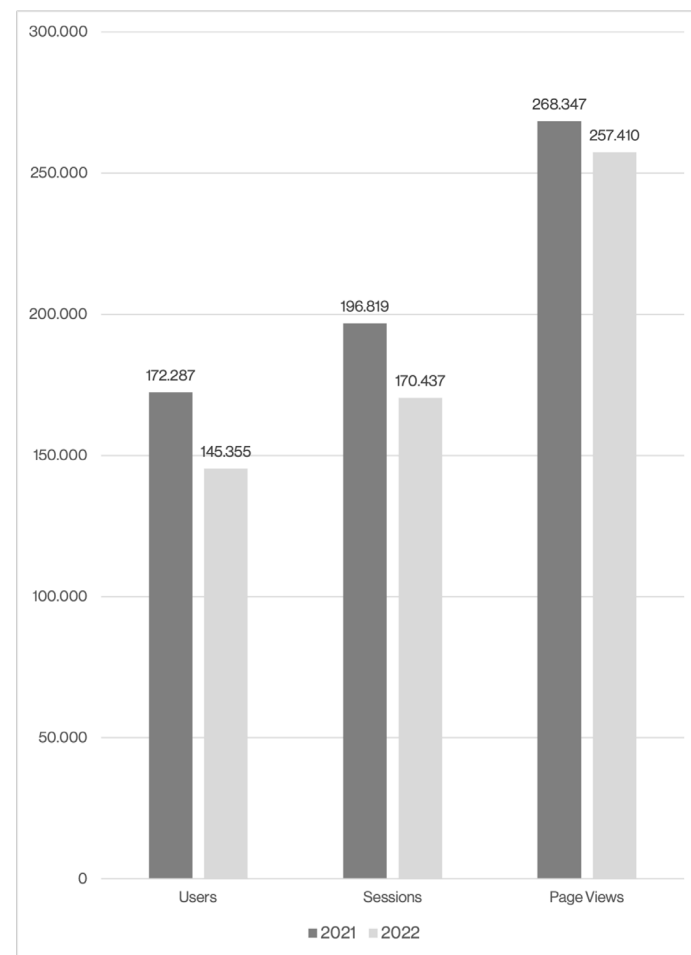
Nel 2022 sono stati pubblicati un totale di **143 post**. Nel mese di gennaio, la pagina Instagram di Conceptual Fine Arts contava 9.007 followers. Alla fine del mese di dicembre si è raggiunto un totale di 9.844 followers.

## RISULTATI RAGGIUNTI

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 **CFArts**, confrontando i dati del 2022 con quelli del 2021.



**ACQUISIZIONE**



**UTENTI**

# Obiettivo n. 2

## Strategia:

1. Analisi dei potenziali collaboratori (scrittori, critici e storici dell'arte, riviste scientifiche, associazioni)
2. Valutazione del livello qualitativo dei potenziali collaboratori.
3. Contatto con ciascun potenziale collaboratore per verificare lo sforzo economico richiesto da parte loro per lo sviluppo della partnership.

## Programma di intervento:

1. Identificazione della miglior collaborazione, sia in termini qualitativi sia in termini economici;
2. Definizione dei termini della collaborazione (numero di testi; argomenti trattati; livello di analisi scientifica; ammontare economico);
3. Stesura di una bozza di piano editoriale;
4. Attuazione del piano editoriale.

## Attività realizzate:

Nel 2022 è stata avviata una partnership con la rivista scientifica Nuovi Studi.

Si tratta di una rivista annuale di storia dell'arte che pubblica articoli sull'arte per lo più italiana dal medioevo al neoclassicismo proposti da affermati studiosi italiani e stranieri, con particolare attenzione per la connoisseurship, ma anche agli aspetti materiali e alla funzione sociale dell'opera d'arte. E' attualmente la più apprezzata e affermata rivista italiana dedicata a questi temi.

La collaborazione è stata avviata nel mese di novembre 2022, a partire dal quale sono stati pubblicati 3 testi (sia nella versione italiana che nella versione inglese).

# CFA*live* nel 2022

**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**. CFA*live* 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 lo stesso numero di gallerie che hanno partecipato al programma di residenza nel 2021 (cinque gallerie), di cui almeno una proveniente da Paesi al di fuori dell'Unione Europea.

**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 proporre 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. Galerie Crèveœur,** galleria di Parigi, con la bi-personale degli artisti Naoki Sutter-Shudo e Julien Carreyn "Bibliothèque" (marzo-aprile 2022).
- II. LambdaLambdaLambda,** galleria di Bruxelles, con la personale di Tatjana Danneberg "Part time punks" (maggio-giugno 2022).
- III. Downs&Ross,** galleria di New York, con la bi-personale degli artisti Justin Chance e Kim Farjas " On Grist and Sunstroke" (giugno-luglio 2022).
- IV. Claas Reiss,** galleria di Londra,, con il group show "Seeds, Voids, and Tailored Cloth" (ottobre-dicembre 2022).
- V. Misako&Rosen,** galleria di Tokyo, con la personale di Kaoru Arima " FAUST IN MARIENBAD by the Room 0:00:00 in Milano" (dicembre 2022-gennaio 2023).

**Risultati raggiunti:** L'obiettivo prefissato è stato raggiunto.

# CFAgency nel 2022

**CFAgency** 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. **CFAgency** 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.

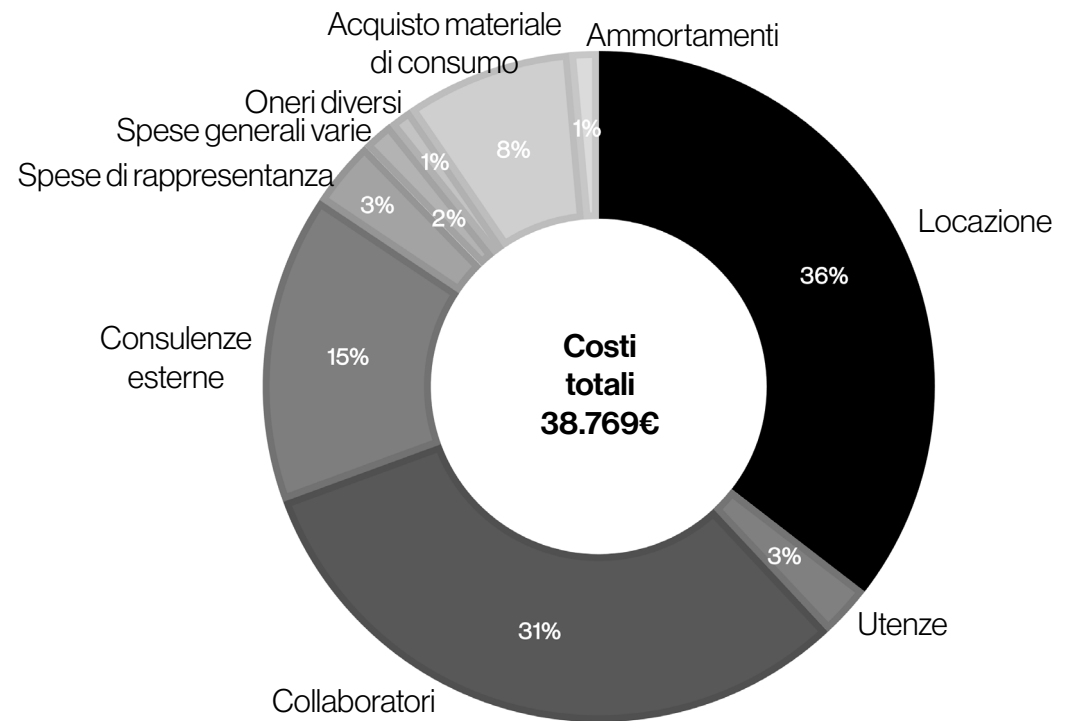
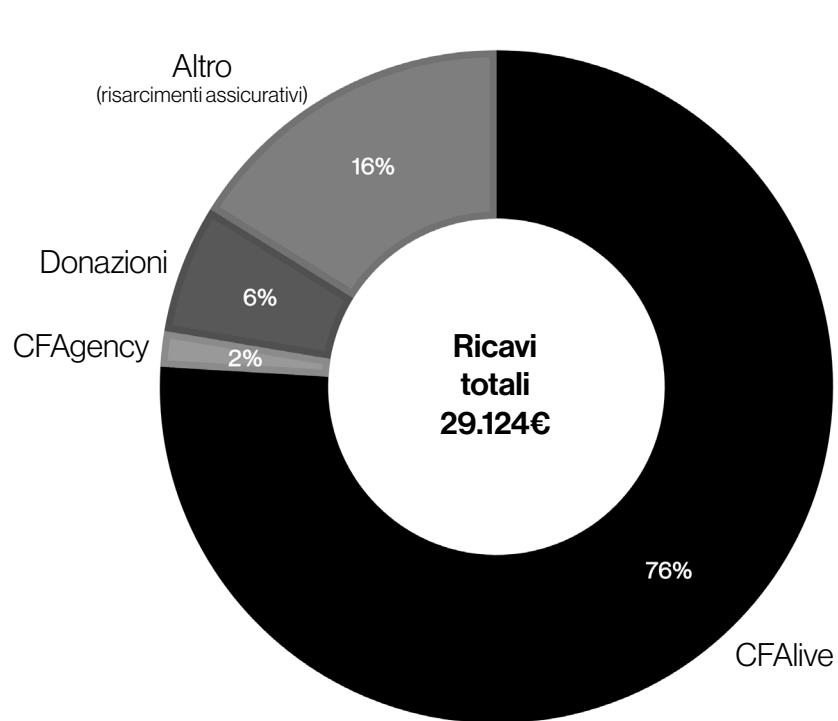
**Collaboratori:** partecipare a un progetto culturale altamente qualitativo e beneficiare di una retribuzione commisurata al lavoro corrisposto per la realizzazione dello stesso.

**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.

<b>Obiettivi</b>	1. Partecipare ad almeno un bando ministeriale o un 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 con un'istituzione artistico-culturale.
<b>Strategie</b>	Monitoraggio dei bandi aperti su piattaforme dedicate e identificazione di quelli compatibili con i progetti in fase di sviluppo.	PR e invio di proposte di collaborazione a fiere d'arte contemporanea internazionali di livello qualitativo alto.	Ideare e sviluppare una strategia comunicativa volta a consolidare il posizionamento dell'istituzione sui social media e ad aumentare il suo engagement con il pubblico di riferimento.
<b>Programmi di intervento</b>	Stesura di un progetto culturale in linea con le richieste del bando.	Stesura di una proposta di Media Partnership ed invio della medesima ai referenti della fiera d'arte contemporanea.	Preventiva analisi del posizionamento sui social media dell'istituzione e successiva elaborazione di un piano editoriale mensile per i suoi profili Instagram e Facebook.
<b>Attività realizzate e risultati raggiunti</b>	<p>Individuazione del bando denominato "Transizione digitale Organismi Culturali e Creativi (TOCC)" promosso dal Ministero della Cultura tramite Invitalia.</p> <p>Il progetto culturale iniziale è stato modificato seguendo le linee guida del bando.</p> <p>Si prevede di depositare la domanda entro i termini stabiliti dal Ministero (1° febbraio 2023).</p>	Sono state inviate un totale di 7 proposte. Sono state tutte accettate e portate a termine (Art Brussels, Artissima, BIAF – Biennale Internazionale dell'Antiquariato di Firenze, June, Liste, miart, Paris Internationale).	Invio della proposta all'Associazione Antiquari d'Italia. In attesa del responso.

# La nostra situazione economica





Le risorse economiche di Conceptual Fine Arts S.r.l. Impresa Sociale per l'anno 2022 provengono da quattro fonti principali:

- ricavi derivanti dalla realizzazione di mostre mediante il contributo economico delle gallerie d'arte ospitate presso lo spazio espositivo (**CFAlive**) - 76%
- ricavi derivanti dal sostegno economico di soggetti privati (**Donazioni**) - 6%
- ricavi derivanti dalla realizzazione di progetti di consulenza in campo di comunicazione e marketing (**CFAagency**) - 2%
- risarcimenti assicurativi in seguito a danni causati da infiltrazioni di acqua allo spazio espositivo (**Altro**) - 16%

La generazione dei principali costi deriva da:

- capitale umano (**Collaboratori** e **Consulenze esterne**), pari al 46% dei costi totali sostenuti
- costi fissi per lo spazio espositivo (**Locazione** e **Utenze**), pari al 39% dei costi totali

Come precedentemente evidenziato, Conceptual Fine Arts S.r.l. Impresa Sociale ha svolto il suo terzo anno di attività in un contesto caratterizzato da una situazione economica di generale crisi, 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, nonché 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 2022 si chiude con una perdita d'esercizio pari a **9.645,00 €**.

# I nostri obiettivi futuri

Per il 2023 Conceptual Fine Arts S.r.l. Impresa Sociale si è posta i seguenti obiettivi, distinguendoli sempre in relazione alle sue tre macro attività. In generale si cercherà di sviluppare maggiormente le attività di CFAgency.

## **CFArts**

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

## **CFAlive**

1. Ospitare lo stesso numero di gallerie che hanno partecipato al programma di residenza nel 2022.

## **CFAgency**

1. Partecipare ad almeno un bando ministeriale ;
2. Rinnovare le collaborazioni di Media Partnership con le fiere di arte contemporanea con cui si è collaborato nel 2022 e svilupparne di nuove ;
3. Chiudere l'accordo con l'Associazione Antiquari d'Italia di Social Media Curatorship;
4. Ideare, progettare e realizzare un progetto di ampio respiro (festival, manifestazione, rassegna, mostra istituzionale o simili).