L’Art Bonus: uno strumento strategico di partnership pubblico/privato

ArtLab Catania 5 novembre 2026

Nota introduttiva al tavolo di lavoro “*ArtBonus, uno strumento strategico di partnership pubblico privato*”, nell’ambito della sessione “*Accessibilità, partecipazione, transizione digitale e nuove forme di gestione nei musei e nei beni culturali*”

di **Carolina Botti,** Ales, Direttore Valorizzazione del patrimonio culturale e referente Art Bonus per il MiC

L’Art Bonus è una misura fiscale che a circa dodici anni dalla sua entrata in vigore ha contribuito in tutto il territorio nazionale ad avvicinare tantissime persone alla cultura, come dimostrano dai numeri delle erogazioni liberali raccolte e dalla grande partecipazione popolare.
Con l’entrata in vigore della legge è stato necessario (e lo è ancora) un lavoro capillare su tutto il territorio italiano per farla conoscere e facilitarne la comprensione e l’attuazione sia da parte di chi vuole ricevere i benefici fiscali (i donatori), sia da parte delle pubbliche amministrazioni che devono facilitare la collaborazione dei privati.
Nonostante la fisiologica gradualità di applicazione della misura - perché non trattandosi di uno sconto fiscale legato a beni materiali di prima necessità la sua diffusione e popolarità nella società civile sono avvenute con gradualità e con risultati diversi a seconda delle aree geografiche - i numeri indicano una tenuta costante delle donazioni Art Bonus nel tempo, anche nei periodi di maggiore crisi economica (a causa della pandemia, della crisi energetica, della guerra in Ucraina ecc.). Le donazioni annue non sono mai inferiori ai 100 milioni complessivi, pur con evidenti maggiori impatti nelle regioni del Nord e del Centro Italia.
I numeri Art Bonus finora raggiunti sono importanti: oltre 1,2 miliardi di euro di erogazioni liberali, oltre
59.000 donazioni registrate sul portale di governativo www.artbonus.gov.it. Migliaia di cittadini mecenati hanno contribuito a realizzare oltre 9.000 progetti, tra restauro di beni, valorizzazione e sostegno di attività. Gli Enti registrati al portale sono più di 3.100.
Se analizziamo la tipologia di mecenati Art Bonus vediamo che oltre il 60% sono individui (oltre 35.000 donazioni da persone fisiche), anche se, in termini di importo erogato, come ovvio, quello da individui ammonta al 5% dell’importo totale, mentre Imprese e Fondazioni bancarie coprono in maniera abbastanza equilibrata il restante 95% dell’ammontare complessivo. Un aspetto dello strumento Art Bonus che ne sta confermando il grande potenziale è quindi il coinvolgimento attivo dei cittadini e il loro riavvicinamento al patrimonio culturale identitario, attraverso un modello di governance partecipativa. Non a caso i comuni, con oltre 1320 iscritti, rappresentano la

percentuale più alta di enti beneficiari (circa il 41%) registrati al portale Art Bonus, e molti amministratori locali stanno utilizzando sul territorio l'Art Bonus non solo in un'ottica puramente fiscale, ma come strumento chiave per l'attuazione di una nuova politica culturale.
Per favorire l'azione di conoscenza e diffusione della norma (che contiene in se già i valori di alto sgravio fiscale, semplicità e trasparenza) sono state messe in campo diverse azioni istituzionali tra cui: spot di Pubblicità Progresso tv e radio, partecipazione alle principali manifestazioni di settore con stand informativi, organizzazione e partecipazione a centinaia di manifestazioni sul territorio per far conoscere l'art bonus, protocolli con ANCI e con le principali associazioni di categoria, corsi di formazione sul fundraising. Su queste azioni continua ad essere strategico il ruolo di svolto da società Ales (con capitale interamente posseduto dal MiC), che rappresenta sempre più per tutti i potenziali mecenati/beneficiari non solo un punto di riferimento per la promozione e gestione della norma (anche attraverso il portale "Art bonus", previsto dalla suddetta legge quale strumento di trasparenza), ma un'interfaccia istituzionale del MiC per una interlocuzione efficiente e competente che faciliti le sinergie pubblico-privati.
Questi risultati confermano che grazie all'Art Bonus si sta invertendo una tendenza decennale che vedeva i privati poco interessati alle donazioni a favore della cultura e recuperando la leva fiscale ed il mecenatismo come tasselli strategici di una nuova politica culturale. Dal punto di vista del rapporto tra imprese e istituzioni culturali, soprattutto pubbliche, la norma ha rappresentato un veicolo per rafforzare un legame basato sulla condivisione di obiettivi e la compartecipazione, superando posizioni basate su interessi contrapposti (sfruttamento economico vs. tutela) e favorendo lo sviluppo di partnership strategiche pubblico private. Tuttavia bisogna continuare ancora ad investire in termine di comunicazione e formazione, soprattutto da parte degli enti territoriali, sia verso i beneficiari sia verso i potenziali mecenati: un cambiamento culturale va accompagnato e sostenuto nel tempo. Sul fronte aziendale ad esempio non sempre è compresa ed accettata la limitazione in termini di pubblicità a fronte di un'erogazione liberale, così come non sempre le amministrazioni pubbliche hanno coscienza di come affrontare una raccolta fondi con risorse idonee e professionali.