

## Finanziamenti

La richiesta di finanziamenti può percorrere canali diversi. Nell'ordine possiamo indicare:

- Contributi finanziari della Conferenza Episcopale Italiana (*vedi pagina specifica*);
- Finanziamenti statali diretti alla tutela;
- Finanziamenti pubblici diretti alla valorizzazione;
- Sponsorizzazioni;
- Erogazioni liberali con agevolazioni fiscali (*vedi pagina specifica*).

### FINANZIAMENTI STATALI DIRETTI ALLA TUTELA.

**I finanziamenti diretti alla tutela dei beni culturali sono di competenza dello Stato.** L'intervento finanziario dello Stato a favore dei proprietari dei beni culturali è disciplinato dagli artt. 35-37 del D.Lgs. 42/04 (Codice dei Beni Culturali). L'art. 35 afferma che lo Stato può contribuire alla spesa sostenuta dal proprietario per il restauro di un bene culturale fino alla metà della spesa stessa. Oltre ai contributi in conto capitale, lo Stato eroga contributi in conto interessi sui mutui accordati da istituti di credito, secondo la disciplina dell'art. 37; si segnala che il tasso massimo annuo è di sei punti percentuali.

Lo Stato interviene per la conservazione dei beni culturali anche con finanziamenti straordinari: oltre ai piani pluriennali di investimenti, mette conto citare i fondi ricavati dai proventi del gioco del Lotto e i finanziamenti relativi alla quota dell'otto per mille devoluta alla diretta gestione statale. La concessione del contributo dipende da alcune condizioni: in particolare l'intervento statale deve portare al completamento di un lotto funzionale. Pertanto il progetto che si presenta deve mettere in luce la rilevanza culturale del bene oggetto dell'intervento e la progressione dei lavori di restauro, così che si evidenzi il lotto che il contributo statale porta a compimento.

### FINANZIAMENTI PUBBLICI DIRETTI ALLA VALORIZZAZIONE.

Anche le Regioni e gli Enti locali erogano con varie modalità contributi per restauri e interventi conservativi, ma poiché ad essi competerebbe, secondo le più recenti disposizioni legislative, non la tutela ma la valorizzazione, di regola i contributi non statali prevedono un'azione più articolata in cui l'obiettivo va oltre la salvaguardia del bene, e comprende la sua valorizzazione come risorsa culturale, o si inserisce in un intervento dalle finalità anche socio-economiche (occupazione, sistemi turistici...). **Questi contributi** costituiscono un'occasione da non perdere. Essi, però, richiedono vigilanza per poter profittare delle occasioni, o costruirle in relazione alle specificità del contesto. Si possono citare gli stanziamenti per finalità eccezionali in occasione di grandi eventi, o gli investimenti finalizzati anche ad attivare l'economia locale, per esempio all'interno di piani di investimento per lo sviluppo. Su questa linea si pongono di solito anche i **contributi della Comunità Europea**.

Proprio per le finalità complesse, che vanno oltre la conservazione del bene e mettono l'accento sulla valorizzazione, i finanziamenti comunitari, e quelli non statali in genere, vanno cercati costruendo attenti piani finanziari, che mettano in evidenza la rilevanza scientifica dei progetti di restauro e la loro ricaduta in termini di valorizzazione, senza perdere di vista la specificità degli edifici di culto, e quindi la sacralità del

luogo. A questo fine diviene opportuno il coinvolgimento di partner in funzione tecnica ed economica, attivando anche i meccanismi delle sponsorizzazioni, oltre la tradizionale figura del benefattore.

## **FINANZIAMENTI TRAMITE SPONSORIZZAZIONI**

La legislazione ha progressivamente introdotto benefici che premiano l'intervento dei privati a favore del settore culturale soprattutto per via di defiscalizzazione **(vai alla sezione specifica)**.

Vogliamo qui riferirci in modo particolare a finanziamenti mediante affissioni di cartelli pubblicitari sui monumenti. In generale le sponsorizzazioni sono vincolate alla visibilità dello sponsor, che deve essere attentamente vagliata: interessanti proventi possono venire da un'oculata gestione della comunicazione relativa al restauro come evento (esclusive ai media, ecc.), ma in queste operazioni si deve anche vigilare affinché l'aspetto commerciale non sovrasti quello culturale e soprattutto quello connesso con la sacralità dell'edificio di culto. Negli ultimi anni si è molto diffuso lo sfruttamento pubblicitario dei teloni che coprono i ponteggi durante gli interventi di restauro architettonico. Si calcola che, in alcuni casi, il provento pubblicitario supera il costo dell'intervento stesso. Per edifici che si affacciano su strade frequentate questa fonte di finanziamento può essere redditizia, ma è ovvio che il problema del decoro si pone qui in modo macroscopico. I contratti per lo sfruttamento pubblicitario dei ponteggi andranno perciò stesi con la massima attenzione, e dovranno avere tutte le superiori approvazioni: infatti anche per queste installazioni provvisorie valgono le disposizioni degli artt. 120 e 153 del D. Lgs. 42/04, che regolano la sponsorizzazione e l'affissione di cartelli pubblicitari sui monumenti.