



**2012**

**IL CAPITALE CULTURALE**

*Studies on the Value of Cultural Heritage*

**JOURNAL OF THE DEPARTMENT OF CULTURAL HERITAGE**

University of Macerata

**eum**



**Il Capitale culturale**  
*Studies on the Value of Cultural Heritage*  
Vol. 5, 2012

ISSN 2039-2362 (online)

© 2012 eum edizioni università di macerata  
Registrazione al Roc n. 735551 del 14/12/2010

*Direttore*  
Massimo Montella

*Coordinatore di redazione*  
Mara Cerquetti

*Coordinatore tecnico*  
Pierluigi Feliciati

*Comitato di redazione*  
Mara Cerquetti, Francesca Coltrinari, Pierluigi Feliciati, Umberto Moscatelli, Sabina Pavone, Mauro Saracco, Federico Valacchi

*Comitato scientifico - Dipartimento beni culturali*  
Giuseppe Capriotti, Mara Cerquetti, Francesca Coltrinari, Patrizia Dragoni, Andrea Fantin, Pierluigi Feliciati, Maria Teresa Gigliozzi, Claudia Giontella †, Susanne Adina Meyer, Massimo Montella, Umberto Moscatelli, Sabina Pavone, Francesco Pirani, Mauro Saracco, Michela Scolaro, Emanuela Stortoni, Federico Valacchi

*Comitato scientifico*  
Michela Addis, Alberto Mario Banti, Carla Barbati, Sergio Barile, Nadia Barrella, Marisa Borraccini, Rossella Caffo, Ileana Chirassi Colombo, Rosanna Cioffi, Claudine Cohen, Lucia Corrain, Giuseppe Cruciani, Stefano Della Torre, Maurizio De Vita, Michela Di Macco, Fabio Donato, Rolando Dondarini, Andrea Emiliani, Gaetano Maria Golinelli, Xavier Greffe, Alberto Grohmann, Susan Hazan, Joel Heuillon, Lutz Klinkhammer, Emanuele Invernizzi, Federico Marazzi, Fabio Mariano, Raffaella Morselli, Giuliano Pinto, Marco Pizzo, Edouard Pommier, Adriano Prospero, Bernardino Quattrociocchi, Mauro Renna, Orietta Rossi Pinelli, Roberto Sani, Girolamo Sciuillo, Simonetta Stopponi, Frank Vermeulen, Stefano Vitali

*Web*  
<http://www.unimc.it/riviste/cap-cult>  
*e-mail*  
[icc@unimc.it](mailto:icc@unimc.it)

*Editore*  
eum edizioni università di macerata, Centro direzionale, via Carducci 63/a – 62100 Macerata  
tel (39) 733 258 6081  
fax (39) 733 258 6086  
<http://eum.unimc.it>  
[info.ceum@unimc.it](mailto:info.ceum@unimc.it)

*Layout editor*  
Cinzia De Santis

*Progetto grafico*  
+crocevia / studio grafico



Rivista accreditata AIDEA

# Impara l'arte e mettila da parte. La storia inedita del patrimonio artistico di Eni

Lucia Nardi\*, Mattia Voltaggio\*\*

## *Abstract*

L'articolo ricostruisce, sulla base di fonti archivistiche, la storia del patrimonio artistico di Eni. A partire dagli anni della presidenza di Enrico Mattei (1953-1962) l'azienda energetica dello Stato italiano ha fatto dell'investimento economico in opere d'arte un *asset* reputazionale che ancora oggi è ben riconoscibile e si traduce in una strategia di comunicazione affidata al linguaggio di giovani artisti emergenti.

The article reconstructs the history of Eni's art collection on the basis of archival documents. Starting from Enrico Mattei's chairmanship (1953-1962), the Italian State Energy Company chose to base a part of its reputation on art heritage investment. This approach is still an integrant part of the company's communication strategy, in the care of young emerging artists.

\* Lucia Nardi, Eni Spa, Archivio Storico, piazzale Enrico Mattei, 1, 00144 Roma, e-mail: [lucia.nardi@eni.com](mailto:lucia.nardi@eni.com).

\*\* Mattia Voltaggio, Eni Spa, Archivio Storico, piazzale Enrico Mattei, 1, 00144 Roma, e-mail: [mattia.voltaggio@eni.com](mailto:mattia.voltaggio@eni.com).

Fino a qualche anno fa, immaginare Enrico Mattei nelle vesti di mecenate d'arte poteva sembrare agli storici d'impresa un fatto davvero insolito. Eppure l'occasione della nuova catalogazione del patrimonio artistico di Eni<sup>1</sup>, ultimata nel 2009, ha restituito attraverso le carte dell'archivio storico aziendale<sup>2</sup> una storia inedita, sorprendente, iniziata quasi casualmente dalla scoperta di un articolo del quotidiano «Il Giorno» dell'11 maggio 1958<sup>3</sup>. Nel testo si dava ampio spazio all'inaugurazione, avvenuta il giorno prima, della mostra *Giovani artisti italiani* organizzata proprio dalla testata di proprietà dell'Eni<sup>4</sup>. Tra i nomi più interessanti, molti dei quali destinati a segnare la storia dell'arte più recente<sup>5</sup>, spiccano il gruppo dei nucleari milanesi (Roberto Crippa, Gianni Dova, Gianni Bertini), i sodali del gruppo romano “Forma 1” (Piero Dorazio, Carla Accardi, Pietro Consagra), i fratelli Giò e Arnaldo Pomodoro, sulla via di diventare maestri della scultura internazionale. Alcuni intellettuali, tra cui Marco Valsecchi, autore della prefazione al catalogo della mostra, vedono nell'esposizione della Permanente – che conterà 130 partecipanti per un totale di 370 opere di pittura e scultura – l'occasione buona per capire i progressi raggiunti dai giovani talenti italiani e per aggiornare gli studi critici, ancora fermi al periodo del dopoguerra. Se il patrocinio di Mattei ad una mostra poteva sembrare all'epoca un fatto quanto meno eclatante, l'avvicinamento del magnate petrolifero al mondo dell'arte risale in realtà a diversi anni prima. Nella primavera del 1952 Enrico Mattei conosce Bruno Grossetti, fondatore della Galleria dell'Annunciata, una delle più prestigiose gallerie milanesi, amico di artisti del calibro di De Chirico, Morandi, Sironi e De Pisis. Via dell'Annunciata, dove si trova l'omonima galleria, è adiacente alla residenza milanese di Mattei in via Fatebenefratelli, accanto al palazzo della Questura. Racconta Grossetti:

Lo vedevo sovente alla sua scrivania, posta proprio davanti alla finestra che guardava le vetrine del bar della galleria... a tarda sera, dopo il lavoro svolto scendeva giù per sgranchirsi le ossa e prendere un caffè. Si affacciava alla porta dello studio a parlare di arte e di politica. Talvolta uscivamo a passeggiare per Via dei Giardini, percorrendo più volte su e giù la stessa strada<sup>6</sup>.

<sup>1</sup> *Catalogo* 2010, voll. I-VI. Nei sei volumi del catalogo, ultimato nei primi mesi del 2010, è presente, per ciascuna voce, una scheda dettagliata dell'opera e dell'autore, un inquadramento del movimento artistico di appartenenza e un'appendice sulla provenienza e la presenza bibliografica.

<sup>2</sup> Per un approfondimento sulle vicende dell'archivio si veda Nardi 2007, pp. 109-121.

<sup>3</sup> *Pittori e scultori* 1958.

<sup>4</sup> *Giovani artisti italiani* 1958. Sulla mostra e il rapporto di Enrico Mattei con il mondo dell'arte si veda Accorinti 2007, pp. 90-91.

<sup>5</sup> Dall'articolo pubblicato su «Il Giorno» (domenica 11 maggio 1958) sappiamo che all'inaugurazione erano presenti le personalità più in vista della cultura milanese: la giornalista Carla Ravaioli, il mercante d'arte Alfredo Bonino, la direttrice della Galleria Montenaполеone, Serena Perfetti.

<sup>6</sup> Grossetti 1988, p. 60. Un incontro fondamentale quello di Mattei con Grossetti, riferito con precisione anche da Fiorenea Giacobbe, segretaria personale del presidente dell'Eni: «Bruno Grossetti [...] mi diceva che, quando Mattei entrava per il caffè, si incantava di fronte ai suoi quadri – dei Rosai, dei Campigli, dei Carrà – ne chiedeva il prezzo, ne discuteva, contrattava e qualche

È possibile che all'origine del mecenatismo di Mattei ci fossero proprio quelle passeggiate milanesi? A ben guardare, se si potesse tracciare una sorta di quadrilatero immaginario, ci si accorge che l'appartamento privato del fondatore dell'Eni è compreso proprio tra la Pinacoteca di Brera, il Palazzo della Permanente in via Turati, la Galleria "Il Milione" vicino Porta Garibaldi – una delle sale espositive più frequentate da Mattei insieme a quella di Vittorio Barbaroux – e la Galleria dell'Annunciata<sup>7</sup>. Da queste gallerie provengono i primissimi acquisti di Mattei databili già al 1949: il trittico *Parigi, Piazza con le palme e Tra porto e marina* di Filippo De Pisis, un paesaggio campestre di Arturo Tosi e la coppia *Dedalo e Icaro e Giovanetto e Fauno* di Odoardo Vicinelli, artista di epoca neoclassica. Un gusto molto vario quello del giovane mecenate Mattei e che negli anni si fa invece più selettivo e orientato alla contemporaneità, come dimostrano gli acquisti del triennio 1950-1952: *Veduta di Venezia* di De Pisis, *Case di Zoppé* di Tomea<sup>8</sup>, *Paesaggio della Val Seriana* di Tosi, diverse opere di Chighine, Breveglieri, Rosai e una *Natura morta* di Morandi, risalente al 1941. Si tratta di acquisizioni che non riportano il marchio di provenienza dell'Annunciata, segno tangibile e prova di come, nelle passeggiate con Grossetti, Mattei fosse tutt'altro che a digiuno di arte<sup>9</sup>. Provengono da quella galleria invece gli altri acquisti del 1952, *Omaggio a Fattori* di De Pisis, *Ulivi del Garda* con due paesaggi di Tosi e una seconda *Natura morta* di Morandi, datata al 1919.

L'educazione artistica dell'imprenditore di Matelica è da ricondurre molto probabilmente all'amicizia con Marcello Boldrini. Ordinario di statistica alla Cattolica di Milano, compaesano di Mattei e residente in via Fatebenefratelli, Boldrini presenta il giovane industriale ai futuri dirigenti della Democrazia cristiana (De Gasperi, Fanfani, La Pira, Dossetti). Dal 1943, in casa Boldrini, Mattei prepara la lotta negli anni della resistenza e frequenta in lunghe conversazioni la moglie di Marcello, Renata Boldrini, grande appassionata d'arte. Mattei farà della Boldrini<sup>10</sup> una sorta di personale consulente artistica non solo per i propri acquisti ma anche per questioni di *design* e comunicazione. Quando, nell'aprile 1952, viene bandito sulla rivista «Domus» un concorso per scegliere i marchi aziendali dei prodotti Supercortemaggiore e Agipgas, Renata Boldrini, insieme al direttore delle relazioni esterne Luigi Faleschini, è chiamata

volta, non raramente, acquistava» cfr. Archivio Storico Eni [d'ora in poi ASE], Pomezia (RM), *Fonti Orali, Intervista a Fiorenea Giacobbe*, pp. 7-8.

<sup>7</sup> Accorinti 2007, p. 90.

<sup>8</sup> Su richiesta di Mattei Tomea realizza nel 1959 anche il famoso mosaico absidale della chiesa di Santa Barbara a San Donato. Cfr. Accorinti 2007, p. 93 e Tassi 1959, p. 24.

<sup>9</sup> Fiorenea Giacobbe racconta che «sfogliava volentieri Giotto e Masaccio; però l'epoca di pittura che lui preferiva penso che fosse quella degli impressionisti» (ASE, *Fonti Orali, Intervista a Fiorenea Giacobbe*, pp. 7-8).

<sup>10</sup> Accorinti 2007, p. 74. Secondo Fiorenea Giacobbe non bisogna dimenticare anche l'influenza esercitata su Mattei da Orfeo Tamburi, pittore marchigiano, che ha «un peso notevole nelle sue scelte nel campo dell'arte».

a rappresentare l'Agip nella commissione giudicante. La giuria vanta un *parterre* di grande qualità: tra gli altri, il pittore Mario Sironi, l'incisore Mino Maccari, l'architetto Giò Ponti. Si intuisce pertanto l'alta considerazione che Mattei ha nei confronti della propria consulente d'arte, che avrà parte all'elezione del vincitore della sezione dedicata alla cartellonistica Supercortemaggiore, il celebre cane a sei zampe di Luigi Broggin<sup>11</sup>.

Per comprendere l'interesse di Mattei verso il mondo delle arti figurative è necessario collocare la sua azione di mecenate in un contesto socio-culturale ben preciso. Il periodo che va dai primi anni Cinquanta alla metà degli anni Sessanta, segna l'ascesa di una classe dirigente e industriale aperta al cambiamento<sup>12</sup>. Una parte degli imprenditori "illuminati" di allora (da Olivetti a Sinigaglia, da Mattei ad Agnelli) vede nel connubio tra mondo artistico e industriale, incoraggiato anche da diversi intellettuali, la possibilità concreta di guidare in un certo modo la trasformazione della società che rischia, se impreparata, di essere travolta dall'onda d'urto dello sviluppo e del progresso meccanico. Capofila di questo moto d'intenti sulla sponda delle imprese è senza dubbio Adriano Olivetti, che sulla scia di "Comunità" (1946) dedica due personali a Licini e Casorati, promuovendo l'architettura industriale attraverso la rivista «SeleArte», diretta da Carlo Ludovico Ragghianti: nel 1952 l'azienda di Ivrea fu la prima ad essere invitata dal Museo d'arte moderna di New York ad esporre i propri risultati nel campo della pubblicità, del disegno industriale e dell'architettura. Al successo di New York, seguì quello di Berlino alla "Mostra industriale d'arte grafica", di Parigi, dove il Louvre ospitò una scelta dell'opera di Giovanni Pintori, e Londra, con una mostra tenuta presso l'Istituto d'arte contemporanea. La prima industria petrolifera a lanciare un premio per giovani artisti è invece la Esso Italia con il concorso "Il Petrolio e l'Industria petrolifera" indetto da «Esso Rivista» nel 1951 alla Galleria di Roma e seguito da altre tre edizioni, fino al 1962 con la collaborazione di personaggi come Giuliano Briganti e Lionello Venturi. Da Torino arriva la voce dei Picasso e dei Modigliani acquistati da Agnelli. Di lì a poco Leonardo Sinisgalli (1953) avrebbe inaugurato, sotto la guida del neo-direttore di Finmeccanica Giuseppe Eugenio Luraghi, «Civiltà delle macchine», uno dei massimi riferimenti nel dibattito tra impresa e cultura. Grazie anche alle suggestioni di Sinisgalli, a Milano Alberto Pirelli apriva al pubblico *Ricerca Scientifica*, mosaico realizzato da Renato Guttuso, promuovendo sulla «Rivista Pirelli» l'iniziativa "Pittori in Fabbrica", dedicata ai dipendenti talentuosi.

Oltre alle numerose opere entrate a far parte del patrimonio artistico di Eni, sono da ricondurre all'iniziativa personale di Mattei gli acquisti dei quadri confluiti poi nella sua collezione privata, messa all'asta da Christie's nel 2002

<sup>11</sup> Nardi 2009, pp. 10-17.

<sup>12</sup> Sul rapporto tra produzione artistica e imprenditoria illuminata si vedano Sapelli 1981 e Vinti 2007. Su questi aspetti è utile anche Misiani 2006, pp. 167-204.

(lotti 287-327)<sup>13</sup>. Da entrambi i nuclei di opere emerge il ritratto di un uomo molto curioso, disposto a muoversi per i propri artisti, tra Roma, Milano, Venezia (Galleria del Cavallino), Torino (Galleria La Nuova Bussola) e anche al di fuori dei confini nazionali. Predilige senz'altro Tosi, Tomea, De Pisis, Carrà, Morandi e Cantatore ma è capace anche di scelte audaci, “fuori schema”, come quelle del *Cantiere* e delle *Composizioni* di Sironi, del *Nudo disteso che legge* di Casorati (entrambi provenienti dall'Annunciata) o de *Le combat de centaures* di Picasso, un inchiostro su carta del 1946, acquistato a Parigi nella Galleria Leiris. Esistono d'altronde delle ragioni molto intime alla base delle predilezioni artistiche di Mattei. Dominano, sia nella collezione Eni che in quella privata, i paesaggi alberati che gli ricordano le campagne di Matelica, gli scorci di montagna che lo riportano ai soggiorni estivi sulle Dolomiti, nella regione di Cadore. Molto frequenti le nature morte – nella versioni più realistiche di Tosi e Tomea o in quelle metafisiche di Carrà e Morandi – che rispecchiano il carattere introverso e meditativo di Mattei. Nella collezione sono presenti molti ritratti femminili (da Cantatore a Guttuso, da Casorati a Birolli e Cassinari), altro tema piuttosto frequente nelle acquisizioni di Mattei. Accanto alla pittura su tela, il presidente dell'Eni dimostra un alto grado di consapevolezza artistica anche sul versante della litografia, come dimostra l'acquisto di *Superficie 150* di Capogrossi, e nella scultura, dove compaiono i nomi di Aldo Caron<sup>14</sup>, Pericle Fazzini<sup>15</sup> ed Eugenio Tomiolo<sup>16</sup>.

Decisivo, nell'ipotesi di una promozione artistica a largo raggio, è inoltre l'incontro di Mattei con Vittore Querel, direttore della Galleria “La Feluca” a Roma e presidente del *Convegno informativo sull'arte araba contemporanea e i rapporti artistici italo arabi*. Querel, propone a Mattei l'ingresso nel comitato d'onore del Convegno, ed ottiene nel giro di pochi mesi, un sostanzioso contributo destinato all'ottava edizione del “Premio San Vito Romano”<sup>17</sup>. Siamo ad un anno circa da quel 25 luglio 1961 quando l'Oas minacciava di morte il presidente dell'Eni se avesse proseguito la sua campagna politica a sostegno del Fronte di liberazione nazionale algerino. Le risposte di Mattei a quelle minacce si traducono invece in un impegno – anche culturale – sempre più ampio all'insegna dei rapporti con l'Africa e il Medio Oriente.

<sup>13</sup> *Christie's* 2002, pp. 108-125. Sull'asta cfr. Accorinti 2007, p. 90; sulla collezione privata di Mattei si veda Manazza 2000, p. 13.

<sup>14</sup> Caron, scultore 1958, p. 26; Bertoli 1960, pp. 11-12; Bertoli 1961, p. 14; Accorinti 2007, p. 94. Giorgio Dal Bosco racconta che l'incontro di Mattei con Caron risale al 15 agosto 1954. Alla morte di Alcide De Gasperi, Caron è chiamato ad eseguire il calco del viso su richiesta di Ezio Vanoni (cfr. Dal Bosco 2008, p. 53).

<sup>15</sup> Tassi 1958, p. 22; Tassi 1960a, pp. 14-15.

<sup>16</sup> Come riferisce il bando del concorso di «Domus» (Nardi 2009, p. 16) il bozzetto di Eugenio Tomiolo si aggiudica il secondo premio per la sezione della cartellonistica Supercortemaggiore, subito dopo il cane a sei zampe di Brogginì.

<sup>17</sup> ASE, Eni, Relazioni Esterne, Relazioni pubbliche, b. 1, fasc. 4D2. Il 26 ottobre 1962, un giorno prima della tragedia di Bascapé, Mattei invia un contributo a Querel pari a 500 mila lire.

Un aspetto poco indagato del mecenatismo di Mattei riguarda la promozione della cultura artistica all'interno delle aziende del gruppo Eni attraverso una serie di premi ed esposizioni d'arte dedicate ai dipendenti. Mattei è consapevole che creare momenti e spazi per coltivare il talento artistico vuol dire rafforzare l'identità aziendale e il senso di appartenenza. Nel febbraio 1956 alla Galleria Apollinaire di Milano la Snam organizza il primo "Premio per le arti figurative"<sup>18</sup>, destinato a proseguire durante tutta la presidenza di Marcello Boldrini. Di lì a poco, nel 1960, è la volta dell'Anic di Ravenna che inaugura una propria esposizione alla presenza del ministro Zaccagnini<sup>19</sup>. Iniziative analoghe sono molto spesso promosse per così dire "dal basso" dagli stessi dipendenti come nel caso della mostra di pittura del 1958 presso l'Istituto Angelicum di Roma, nel chiostro domenicano della Minerva<sup>20</sup>. Ai dipendenti è anche dedicato l'appuntamento mensile dal titolo "I pittori della domenica" sulla rivista «Il Gatto Selvatico» diretta da Attilio Bertolucci, poeta, giornalista e critico d'arte. È di Bertolucci ad esempio l'idea di affidare ad un artista, l'incisore Mino Maccari, l'apertura di ogni volume e di chiudere la rivista con una rubrica di lezioni di storia dell'arte, spaziando dai classici alle avanguardie storiche fino alle correnti contemporanee. Un'attenzione particolare è poi rivolta dal direttore-poeta al resoconto dei grandi appuntamenti artistici internazionali, come la Biennale di Venezia o la Triennale di Milano, affidati a critici affermati come Marco Valsecchi e Roberto Longhi.

Dopo la morte di Mattei, il forte deficit dell'azienda registrato sin dal 1961, costringe i successori a limitare i piani di promozione artistica, senza dimenticare del tutto la lezione del fondatore. Marcello Boldrini, nominato presidente di Eni all'indomani della tragedia di Bascapè, è un uomo dai molteplici interessi. Sul «Gatto Selvatico» interviene descrivendo con grande dovizia di particolari la mostra di Milano dedicata al gotico internazionale lombardo. Nel 1965 nel Battistero di Parma, alla presenza del critico Roberto Longhi presenta l'opera di Bertolucci dedicata all'arte romanica nella Valle Padana, realizzata con il contributo dell'azienda<sup>21</sup>. Proseguono i rapporti con i galleristi e le grandi esposizioni, come testimonia la corrispondenza con la Galleria "Il Punto" di Palermo, dove espone Guttuso<sup>22</sup>, con "La Feluca" di Vittore Querel e la Galleria San Marco di Roma<sup>23</sup>, o con La Pira che invita Boldrini all'inaugurazione della grande mostra fiorentina dedicata a Le Corbusier<sup>24</sup>. Ai contatti avviati, tuttavia,

<sup>18</sup> Merussi 1956, p. 28.

<sup>19</sup> Trucchi 1958, pp. 13-14.

<sup>20</sup> Tassi 1960b, pp. 31-32.

<sup>21</sup> Archivio Cinematografico Eni, Pomezia (RM), *Cinegiornali Sedi 1963-1965*, n. D10.

<sup>22</sup> ASE, Eni, *Presidenza, Presidenza Marcello Boldrini*, b. 63, fasc. CA6.

<sup>23</sup> ASE, Eni, *Presidenza, Presidenza Marcello Boldrini*, b. 2, fasc. 4D3.

<sup>24</sup> Nel 1964 Derna e Vittore Querel invitano Boldrini alla prima di Ruth, pittrice californiana apprezzata anche da grandi collezionisti, come Paul Getty. Cfr. ASE, Eni, *Presidenza, Presidenza Marcello Boldrini*, b. 1, fasc. 4D2. Dello stesso anno è l'invito alla personale di Olga Grandi Dall'Orto.

non seguono sempre le concessioni di finanziamento o le acquisizioni auspiccate. Più di una volta tornano ai mittenti le richieste di contributi per mostre<sup>25</sup> o vitalizi destinati ad artisti emergenti e in cerca di fortuna<sup>26</sup>. Alcuni acquisti vengono bloccati, suscitando, in qualche caso, forti polemiche<sup>27</sup>. Il filo rosso del mecenatismo aziendale si conserva tuttavia grazie alla presenza di Renata Boldrini che orienta e suggerisce l'ingresso di alcuni artisti di spicco come De Luigi e Perez.

Una battuta d'arresto nelle acquisizioni si registra durante la presidenza di Eugenio Cefis<sup>28</sup> (1967-1971), dove il mecenatismo aziendale si attua attraverso la promozione e il sostegno finanziario di mostre – notevole quello a favore di “Roma Neoclassica”<sup>29</sup> – e convegni internazionali. Di grande importanza è in particolare il rapporto che si stabilisce tra Cefis e Luigi Preti, deputato socialista e futuro ministro del Bilancio e della Programmazione economica (1969). Nel 1968 Preti intercede a favore del *Convegno Internazionale artisti, critici e studiosi d'arte* di Rimini, salutando l'intervento di Cefis come un «illuminato esempio di comprensione e generosità»<sup>30</sup>. Al patrocinio e al contributo di 250 mila lire – salito a 650 mila nel 1969 e a 1 milione nel 1970 – si accompagna anche la richiesta di finanziamenti a favore del Centro Pio Manzù di Verrucchio, presieduto dallo stesso Preti, concessi da Cefis per il biennio 1970-1971.

Le acquisizioni di opere d'arte riprende nuova linfa sotto la presidenza di Raffele Girotti (1971-1975) e Pietro Sette (1975-1979). È proprio in questa fase che si registra l'ingresso di quadri di altissimo rilievo, come *Ritratto di*

<sup>25</sup> Nel 1964 padre Guidubaldi, direttore della rivista d'arte «Europa Oggi» richiede un finanziamento di 500 dollari da destinare ad una mostra a New York dedicata ai macchiaioli. La somma, da ottenersi «sostanzialmente come forma di mecenatismo industriale, in cambio di una contropartita pubblicitaria» è forse la prima *call for sponsorship* moderna della storia di Eni. ASE, *Eni, Presidenza, Presidenza Marcello Boldrini*, b. 62, fasc. C4D.

<sup>26</sup> Si veda la vicenda del pittore romagnolo Mario Morigi, segnalato dal deputato Arrigo Righi o dello scultore marchigiano Alfio Castelli, che poteva contare sull'appoggio del ministro Giuseppe Medici. Cfr. ASE, *Eni, Organi Sociali, Presidenza Marcello Boldrini*, b. 2, fasc. 4D3.

<sup>27</sup> È il caso del mancato acquisto de *La colonna del viaggiatore* di Arnaldo Pomodoro, promesso inizialmente da Marcello Boldrini a Giovanni Carandente, da destinare al Motel Agip di Spoleto per la rassegna “Sculture in città”. Cfr. ASE, *Eni, Presidenza, Presidenza Marcello Boldrini*, b. 63, fasc. C97. Fortemente voluta da Carandente e sostenuta dall'Italsider, la rassegna fu organizzata per la prima volta nell'ambito del V Festival dei due Mondi del 1962. Dieci dei cinquanta scultori presenti a Spoleto, tra cui Pomodoro, furono ospitati nei vari stabilimenti dell'azienda e messi in condizione di costruire con la collaborazione di tecnici e operai sculture monumentali in acciaio destinate ad essere collocate nello spazio urbano di Spoleto. Su questa vicenda si veda Vinti 2007, pp. 155-156.

<sup>28</sup> Non mancano tuttavia anche sotto la presidenza Cefis i finanziamenti per l'arte figurativa, come testimoniano i contributi dell'Eni al Centro Internazionale Artisti Critici Studiosi d'Arte di Verrucchio e al Centro Pio Manzù, patrocinati dall'onorevole Luigi Preti (ASE, *Eni, Presidenza, Presidenza Eugenio Cefis*, b. 18 fasc. 7E1; ASE, *Eni, Relazioni esterne, Relazioni pubbliche*, busta 7, fasc. 218B).

<sup>29</sup> ASE, *Eni, Presidenza, Presidenza Eugenio Cefis*, b. 13, fasc. 542.

<sup>30</sup> ASE, *Eni, Relazioni esterne, Relazioni pubbliche*, b. 7, fasc. 218B.

signora di Casorati, *Due figure* di Sironi, e ancora i soliti Rosai, Cassinari, Mafai. Fatta eccezione per Tosi e Tomea – che rispondevano a scelte personali di Mattei – è possibile che dietro tali acquisti vi sia ancora una volta la figura della Boldrini, ufficialmente reintegrata come consulente artistica a partire dalla presidenza Sette<sup>31</sup>. Ciò spiegherebbe l'assoluta adesione al catalogo matteiano nella scelta di pittori e scultori. Si deve poi a Girotti il tentativo di riallacciare i contatti con il mondo artistico arabo avviati da Mattei, come testimonia la fitta corrispondenza con Salah Kamel, ambasciatore alla cultura egiziana negli anni della RAU, in occasione della Biennale di Venezia del 1970<sup>32</sup>. Il periodo che va dal 1979 al 1982 – in coincidenza col secondo shock petrolifero – è segnato da risultati economici deludenti e da una forte alternanza ai vertici societari. In un momento così complicato non mancano tuttavia operazioni degne di nota legate ai nomi di Enrico Gandolfi e Umberto Colombo per le acquisizioni della corporate, e a Bruno Cimino, Giuseppe Faverzani e Marcello Colitti per quelle di Agip. Basti pensare che nel solo 1982 si registra l'ingresso complessivo nel patrimonio artistico di 60 opere: non mancano nomi già noti al catalogo matteiano – come Guttuso (*Paesaggio predesertico*) e Cassinari (*Ritratto antico*) – mentre fanno la loro prima comparsa artisti di caratura internazionale, come Giacomo Manzù, Fabrizio Clerici, Salvatore Fiume, Enrico Castellani. Da notare poi l'entrata di opere firmate da Luigi Boille, Renzo Vespignani e Giovanni Cappelli, presenti già nel 1958 all'interno del catalogo della Permanente. Sembra quasi la chiusura di un cerchio, ma non è così.

Per l'azienda fondata da Mattei gli anni Novanta sono fervidi di cambiamenti: la privatizzazione del gruppo intrapresa nel 1992, la quotazione in borsa del 1995 e il processo di divisionalizzazione societaria, avviato nel 1998, lanciano l'azienda in una fase di sperimentazione culturale e artistica fortemente innovativa. Lo spirito che anima i vertici di quel periodo – Gabriele Cagliari, Raffaele Santoro, Guglielmo Moscato e Alberto Meomartini – inaugura una fase di “mecenatismo avanzato” paragonabile a quello immaginato da Mattei. Ne è un esempio il progetto “Finesecolo” del 1991 – recentemente ricordato da Sandro Fusina –<sup>33</sup> in collaborazione col Circolo San Fedele. Il progetto prevedeva che per dieci anni – fino alla fine del secolo e del millennio – Eni, Agip e Snam avrebbero acquistato un certo numero di opere realizzate da artisti italiani nel corso dell'anno, in modo da documentare l'intero panorama della produzione italiana. Per il primo anno furono scelte e acquistate 24 opere di grandissimo rilievo – *Tavola e città* di Valerio Adami, *Aeroplani* di Alighiero Boetti, *Senza titolo* di Stefano Arienti – molte delle quali firmate da talenti oramai affermati (come Mimmo Rotella o Salvatore Scarpitta)<sup>34</sup>.

<sup>31</sup> In una lettera del 23 dicembre 1975 su Odoardo Vicinelli, Renata Boldrini realizza la scheda biografica dell'autore, indicandone la letteratura disponibile e la valutazione patrimoniale.

<sup>32</sup> ASE, *Eni, Presidenza, Presidenza Eugenio Cefis*, b. 255, fasc. 47D8.

<sup>33</sup> Fusina 2009, p. 4.

<sup>34</sup> Anche Rotella e Scarpitta vennero “lanciati” nel 1958 da Mattei nella mostra della

L'impegno di Eni nella promozione artistica segue in un certo senso la dimensione sempre più globale dell'azienda, affiancando agli acquisti di italiani anche una serie di pittori e scultori stranieri. Tra questi Eugeniusz Eibisch, pittore e illustratore di Cracovia; El Gebali, uno dei più importanti litografi egiziani; Marcel Gotène, pittore congolese di primo piano; Hsiao Chin, artista cinese di eccezionale talento e sodale di Fontana, Manzoni e Burri. In questo quadro articolato si inserisce il rapporto instaurato a partire dal 1991 tra la Snam di Meomartini e l'artista belga Jean Michel Folon per una serie di campagne pubblicitarie – lanciate dal celebre slogan “Il metano ti dà una mano” – che fanno di alcune opere (come *Uomo con le fiammelle* o *Uomo che guarda il tramonto*, per un totale di 60 acquerelli) delle vere e proprie icone di un'epoca<sup>35</sup>. Tra le operazioni di maggior respiro legate al mondo dell'arte, un vero e proprio passaggio epocale è quello legato al restauro della facciata della Basilica di San Pietro, avviato nel corso della presidenza Moscato nel 1996, in occasione del Giubileo del 2000<sup>36</sup> e inaugurato il 30 settembre 1999 da Giovanni Paolo II<sup>37</sup>. Il successo dell'iniziativa è tale da convincere l'azienda a replicare il progetto, su richiesta delle autorità locali, per il restauro della facciata del Duomo di Milano nel 2003<sup>38</sup>.

Negli ultimi anni, complice l'ingresso dei temi legati alla *corporate social responsibility*, l'atteggiamento delle grandi aziende nel rapporto con il mondo dei beni culturali cambia considerevolmente. Dagli interventi di mecenatismo legati al finanziamento occasionale di mostre, restauri e pubblicazioni si passa sempre più ad azioni consapevoli che collocano l'impresa al centro di una riflessione sulla sua responsabilità nei confronti della società e del territorio. La parola chiave è *partnership*, una visione più attiva, dinamica e consapevole del rapporto impresa e cultura, che si traduce in una serie di iniziative all'insegna dell'approfondimento e del libero accesso al bene culturale<sup>39</sup>. In tale ottica bisogna inquadrare le iniziative a sostegno dell'arte che hanno visto Eni giocare, negli ultimi anni, un ruolo di maggior peso, puntando alla riscoperta dei grandi maestri della storia dell'arte e alla divulgazione di alcuni capolavori inediti. È

Permanente. Della commissione d'acquisto fecero parte alcune delle autorità più prestigiose dell'epoca, come Augusta Monferrini, direttrice della Galleria nazionale d'arte moderna e Pier Giovanni Castagnola, direttore della Galleria d'arte moderna di Modena. Il progetto – a causa di varie vicissitudini societarie – non andò oltre la prima edizione.

<sup>35</sup> ASE, *Snam, Programmazione metano, Attività pubblicitaria*, b. 1, fasc. 9DA-9D9. Nel 1997 Snam decide di acquistare 39 opere di Folon che cede da parte sua, gratuitamente, la scultura *L'inconnu*, attualmente conservata nella hall del primo Palazzo Uffici Eni a San Donato Milanese.

<sup>36</sup> Accattoli 1997, p. 13. Il restauro di San Pietro viene citato spesso come primo caso di *cause related marketing*, si veda in proposito Viglione 2002, pp. 129-134.

<sup>37</sup> Lorusso 2000, pp. 51-59. Il progetto è stato recentemente esteso dal 2009 al 2013 anche alla parte del Colonnato, cfr. Barnini 2010, p. 45.

<sup>38</sup> Mörlin Visconti Castiglione 2003, pp. 74-79.

<sup>39</sup> Sul complesso dibattito fra mondo degli studi e imprenditoria privata circa la tutela e la valorizzazione del patrimonio culturale, non affrontabile in questa sede, si veda Montanari 2011. Per il caso Eni si rimanda al prezioso lavoro di Milanese 2010.

un processo che inizia tra 2006 e 2007 con la *sponsorship* di Eni alla mostra dedicata a Mantegna a Mantova, città dove l'azienda promuove qualche mese dopo la mostra "La forza del bello" a Palazzo Te, che raccoglie più di cento opere dell'arte greca classica. In collaborazione con il Museo d'Arte Moderna di Bologna, Eni espone l'anno successivo due opere di Morandi (*Natura morta*, 1919 e *Natura morta con bottiglie*, 1941) in occasione di una retrospettiva dell'artista al Metropolitan Museum of Art di New York. Al 2008 risale anche la prestigiosa *partnership* con il Museo del Louvre, con la monografica dedicata a Mantegna e nel 2009 con la mostra parigina su Tiziano, Tintoretto e Veronese. Grazie all'accordo con il Louvre è stato esposto nella Sala degli Alessi di Palazzo Marino a Milano (2009) il *San Giovanni Battista* di Leonardo, ottenendo un risultato di spettatori record replicato l'anno successivo con l'esposizione della *Donna allo specchio* di Tiziano e nel 2011 con due tele di George de La Tour. La formula dell'esposizione ad accesso gratuito di una sola opera – accompagnata da visite guidate personalizzate e uno spettro ampio di approfondimenti (distribuzione di materiale informativo, cataloghi, sito internet dedicato) – era stata inaugurata tuttavia già nel 2008 con l'esposizione a Palazzo Marino della *Conversione di Saulo* di Caravaggio, protagonista di una fortunata replica a Porto Ercole.

All'ultimo triennio sono da ascrivere anche le *partnership* con il Palais de Beaux-Arts di Bruxelles in occasione della mostra "Da Van Dyck a Bellotto" e con le attività museali della Fondazione Musei Civici di Venezia (che comprende, tra gli altri, Palazzo Ducale, Museo Correr, Torre dell'Orologio, Ca' Rezzonico). Un discorso a parte merita inoltre il complesso di collaborazioni (con il Complesso del Vittoriano o la Casa d'Arte Futurista Depero) legate alla mostra itinerante "Il cane a sei zampe" che ha consentito di ripercorrere – attraverso immagini, documenti originali, caroselli, memorabilia e vignette satiriche provenienti dal ricco patrimonio dell'archivio storico Eni e da collezioni private – la storia del marchio ideato da Luigi Brogгинi, capace di imprimere una svolta anche nella grafica pubblicitaria di quegli anni. Da questo quadro complessivo sembra emergere negli ultimi anni una netta presa di distanze dalla lezione di Mattei e dei suoi successori, che avevano fatto del mecenatismo e della scommessa sui giovani talenti emergenti una sorta di bandiera. A smentire questa impressione è invece l'ultima campagna di comunicazione intrapresa da Eni che, in occasione dell'ultimo *restyling* del *brand*, ha scelto un indirizzo preciso di "mecenatismo illuminato", sposando le affinità elettive della pubblicità con l'arte e il *multimedia design*, una categoria creativa che si apre a tutti i linguaggi *avant-gard* possibili. Ed è con questa intuizione che nasce il progetto *enizyme*<sup>40</sup> (fusione di "eni" ed "enzyme", termine inteso come «elemento attivatore di processi non chimici ma creativi»), una fucina di artisti under 30, culturalmente versatili, cercati e selezionati in tutto il mondo, con un dna ben pensato: talento,

<sup>40</sup> Si veda in proposito Larcán 2010.

dinamismo multimediale, ricerca del nuovo. La campagna istituzionale, studiata e realizzata dall'agenzia pubblicitaria Tbwa Italia, responsabile della selezione di giovani artisti emergenti, nasce dalla necessità di fare del *brand* Eni un marchio capace di parlare con una voce unica, dai gasdotti alle raffinerie, dai *target* nazionali a quelli internazionali. L'arte e la creatività sono state individuati da Eni e Tbwa come le modalità più adatte per esprimersi in modo sempre diverso ma continuativo e con un linguaggio universale. Da febbraio 2010 a oggi, i trentacinque talenti scoperti con un passaporto internazionale, da Europa, Asia, Africa e America sono al lavoro tra campagne pubblicitarie e progetti di comunicazione istituzionale: si va dall'attore al musicista, dal grafico al calligrafo, dalle pittrici all'illustratore armato di un mix di tecniche tradizionali e digitali, dal *character designer* alle decoratrici che prediligono il lavoro rigorosamente fatto a mano, al *typographer*<sup>41</sup>. Un patrimonio caleidoscopico che costituisce una vera e propria collezione d'arte, dotata di un'agorà virtuale sul web e di una *community* fra gli stessi artisti, sul sito *enzyme.com*<sup>42</sup> che consente di navigare tra video *streaming*, interviste, gallerie fotografiche e un'ampia gamma di strumenti multimediali che fanno vivere e rivivere quanto è accaduto nel corso degli eventi, nel *work in progress* e nel *backstage*. L'azienda diviene una sorta di "talent scout" che offre a talenti sconosciuti l'occasione di farsi conoscere partecipando alle proprie campagne pubblicitarie, che per la loro originalità, guadagnano grande visibilità sui mezzi di comunicazione e riscontro presso il pubblico, come sostenuto anche da Minoia<sup>43</sup>, presidente di

<sup>41</sup> Nel portfolio Eni spicca, per esempio, Raphael Gualazzi, pianista che ha firmato il brano *Don't stop thinking about tomorrow* per la nuova campagna di comunicazione Eni 2010; Maya Mihindou, illustratrice molto apprezzata soprattutto nel campo dell'editoria, che per Eni ha firmato l'illustrazione del *booklet* del *summit* Global Compact; Ivan Alovio, attore della scuola del Piccolo di Milano che presta la voce nella pubblicità per la campagna "Eni sand" insieme all'artista israeliana Ilana Yahav, rappresentante della *sand art*, la tecnica del disegno sulla sabbia. Alessandro Gottardo, si è occupato dell'interpretazione del soggetto musicale delle sponsorizzazioni, il *graphic designer* belga Koen Ivens ha, invece, reinterpretato la nuova campagna per "Eni award", mentre Marius Bauer, Jared Nickelson e Hennie Haworth hanno creato le copertine delle *brochure* istituzionali Eni dei loro rispettivi paesi: Germania, Stati Uniti e Inghilterra. Il risultato sono illustrazioni create appositamente per Eni in cui l'energia, in tutte le sue forme, si fonde con elementi caratterizzanti dei singoli territori coinvolti. Ultima nata è la campagna "you&eni" in cui The Flying Herrings, artisti italiani che spaziano tra le tecniche tradizionali e quelle digitali, raccontano le novità del nuovo programma *loyalty* dei carburanti Eni attraverso il filtro dell'ironia e della curiosità. I punti fermi delle diverse creazioni artistiche sono la firma dell'artista, la sua interpretazione del cane a sei zampe e l'utilizzo della colonna sonora *Don't stop thinking about Tomorrow*, che invita a rivolgere il proprio sguardo al futuro, incarnando al meglio la mission Eni.

<sup>42</sup> <<http://www.enzyme.com>>, 30 novembre 2011. Sulle iniziative delle imprese a favore dei giovani talenti si veda Cecilli, Tremblay 2008.

<sup>43</sup> Cfr. <<http://www.youtube.com/watch?v=4hljPKwgCRw>>, 3 maggio 2011. I risultati dell'indagine sono stati positivi: la maggior parte degli intervistati ha mostrato una risposta favorevole cogliendo i caratteri di novità e di originalità della campagna Eni, avvertendo i caratteri di discontinuità di questo tipo di comunicazione e aspettandosi una strategia di questo tipo da parte di un'impresa che da sempre ha investito nello sviluppo del Paese e, il cui *brand* sembra andar ben oltre il prodotto energia, richiamando una pluralità di valori positivi. Il nuovo approccio di Eni alla

GFK Eurisko, che ha condotto una ricerca su un campione di italiani tra Roma e Milano per verificare la percezione dell'iniziativa presso il pubblico.

L'interesse di Eni all'ambito artistico-culturale, è un trend che sta acquisendo sempre maggiore centralità nelle politiche di comunicazione industriale dell'ultimo decennio, mescolandosi alle dinamiche organizzative, contribuendo alla creazione di nuovi meccanismi, producendo spesso effetti positivi non solo in termini di *awareness*. Entrare in contatto con una realtà diversa, come l'arte (o piuttosto provare a fondersi, a "contaminarsi" con essa) rappresenta per il mondo dell'impresa e per i suoi *stakeholder* un'opportunità per acquisire competenze trasversali e rinnovarsi continuamente. Secondo Ernst Jünger un'opera d'arte «si spegne, impallidisce, nella stanza dove ha un prezzo ma non un valore culturale»<sup>44</sup>. Eni ha scelto di partire da questo valore, fin dai tempi di Mattei, comunicandolo ad un pubblico sempre più ampio e interessato.

### *Riferimenti bibliografici / References*

- Accattoli 1997 = Luigi Accattoli. *Un super restauro per la Basilica di San Pietro: paga l'Eni*. «Corriere della sera», 28 febbraio 1997, p. 13.
- Accorinti 2007 = Giuseppe Accorinti. *Quando Mattei era l'impresa energetica. Io c'ero*. Matelica: Hacca-Halley, 2007.
- Barnini 2010 = Claudio Barnini. *Al via per San Pietro. In piazza San Pietro il colonnato tornerà all'antico splendore*. «Il Giornale» Edizione di Roma, 23 aprile 2010, p. 45.
- Bertoli 1960 = Ubaldo Bertoli. *Aldo Caron narra per immagini la vita operosa dell'ENI*. «Il Gatto Selvatico», ottobre 1960, pp. 11-12.
- Bertoli 1961 = Ubaldo Bertoli. *Un busto alla memoria di Vanoni scoperto a Merano*, «Il Gatto Selvatico», ottobre 1961, p. 14.
- Catalogo 2010 = *Catalogo del patrimonio artistico Eni*, Iniziative culturali Eni, Roma 2010, voll. I-VI.
- Caron, scultore 1958 = *Caron, scultore*. «Il Gatto Selvatico», ottobre 1958, p. 26.
- Cecili, Tremblay 2008 = Elisa Cecilli, Diane Gabrielle Tremblay. *L'impresa incontra arte e cultura*. «Tafter Journal», VI (luglio-agosto) 2008.
- Christie's 2002 = *Christie's contemporary - evening sale: Wednesday 6 February - day sale: Friday 8 February*. Milan-Rome: Christie's, 2002, pp. 108-125.

comunicazione costituisce una svolta reale perché è percepito come più utile e in grado di intercettare nuovi desideri della gente. Ciò è confermato dai dati relativi alla campagna promozionale lanciata nello scorso febbraio in televisione che ha visto protagonista l'artista israeliana Ilana Yahav: i *target* giovani (25-34 anni), *élite* e pubblico femminile hanno mostrato un significativo gradimento rispetto alle tradizionali campagne. I giovani attribuiscono lo spot a Eni con una percentuale del 29%, le *élite* con il 43% e il valore del ricordo attinente è del 35% per le donne.

<sup>44</sup> Jünger 1993, p. 61.

- Dal Bosco 2008 = Giorio Dal Bosco. *La spalla dolorante del ministro e l'artista caustico*. «Trentino», 15 agosto 2008, p. 53.
- Fusina 2009 = Sandro Fusina. *Mecenate da sempre. L'impegno di Eni per l'arte risale ai tempi del Giorno di Enrico Mattei*. «Il Foglio», 28 novembre 2009, p. 4.
- Giovani artisti italiani 1958 = *Giovani artisti italiani: Milano, 20 aprile-16 maggio*. Milano: SEL, 1958.
- Grossetti 1988 = Bruno Grossetti. *Il mercante dell'Annunciata. Confessioni e memorie*. Milano: Mazzotta, 1988.
- Jünger 1993 = Ernst Jünger. *Gläserne Bienen*. Stuttgart: E. Klett 1957; trad. it. *Le api di vetro*. Parma: Guanda, 1993.
- Larcan 2010 = Laura Larcan. *Mecenatismo in salsa postmoderna. Quando lo spot dà fama al creativo*, <<http://www.repubblica.it/speciali/arte/recensioni>>, 19.07.2010.
- Lorusso 2000 = Sergio Lorusso. *Osservazioni sul progetto di restauro della Facciata della Basilica di San Pietro, realizzato a cura della Fabbrica di San Pietro con il supporto scientifico dell'Eni*. In: *Restauro della Facciata della Basilica di San Pietro: l'apporto di EniTecnologie*. Atti del convegno, Roma, 9 dicembre 1999. Roma: Accademia nazionale delle Scienze detta dei XL, 2000, pp. 51-59.
- Manazza 2000 = Paolo Manazza. *Il bello di Enrico Mattei*. «Corriere Economia», 1 maggio 2000, p. 13.
- Merussi 1956 = Garibaldo Merussi. *La 2ª Mostra-Premio SNAM per le arti figurative*. «Il Gatto Selvatico», novembre-dicembre 1956, p. 28.
- Milanesi 2011 = Alessandra Milanesi. *La cultura come asset strategico d'impresa. Analisi del Caso Eni*. Tesi di laurea specialistica in Gestione dei Beni Artistici e Culturali, Università Cattolica di Milano, Facoltà di Economia – Lettere e Filosofia, a.a. 2010-2011.
- Misiani 2006 = Simone Misiani. *Prometeo e Orfeo. Comunicazione d'impresa e legittimazione del benessere nell'Italia dell'ENI di Enrico Mattei*. In: *Itinerari di cultura giuridica e politica. Omaggio a Francesco Tritto*. Roma: Aracne 2006, pp. 167-204.
- Montanari 2011 = Tomaso Montanari. *A cosa serve Michelangelo?* Torino: Einaudi, 2011.
- Mörlin Visconti Castiglione 2003 = Benigno Mörlin Visconti Castiglione. *Operazione Duomo*. «Eni's way», (2003), n. 1, pp. 74-79.
- Nardi 2007 = Lucia Nardi. *L'archivio storico Eni*. In: *Enrico Mattei. Il comandante partigiano, l'uomo politico, il manager di Stato*, a cura di Dino Guarnieri. Ferrara: BFS Edizioni, 2007, pp. 109-121.
- Nardi 2009 = Lucia Nardi. *La vera storia del cane a sei zampe*. In: *Il cane a sei zampe*. Roma: Eni, 2009, pp. 10-17.
- Pittori e scultori 1958 = *Pittori e scultori del Giorno*. «Il Giorno», 11 maggio 1958.

- Sapelli 1981 = Giulio Sapelli. *Gli organizzatori della produzione tra struttura d'impresa e modelli culturali*. In: *Storia d'Italia, Annali. Intellettuali e potere*. Torino: Einaudi, 1981, pp. 589-696.
- Tassi 1958 = Roberto Tassi. *Sculture di Fazzini nel grattacielo di S. Donato*. «Il Gatto Selvatico», novembre 1958, p. 22.
- Tassi 1959 = Roberto Tassi. *Il mosaico di Tomea nella chiesa di S. Donato*. «Il Gatto Selvatico», marzo 1959, p. 24.
- Tassi 1960a = Roberto Tassi. *La Via Crucis di Fazzini a Metanopoli*. «Il Gatto Selvatico», marzo 1960, pp. 14-15.
- Tassi 1960b = Roberto Tassi. *La pittura del tempo libero*. «Il Gatto Selvatico», luglio 1960, pp. 31-32.
- Trucchi 1958 = Lorenza Trucchi. *Una mostra di lavoratori dedicata a Gesù Lavoratore*. «Il Gatto Selvatico», giugno 1958, pp. 13-14.
- Viglione 2002 = Daniela Viglione. *La fabbrica di San Pietro, progetto di restauro e conservazione*. In: *Cause Related Marketing. Agire competitivo dell'impresa e nuovo mercato*, a cura di Daniele Pitteri, Susanna Picucci, Rosa Maria Villani. Milano: Franco Angeli, 2002, pp. 129-134.
- Vinti 2007 = Carlo Vinti. *Gli anni dello stile industriale 1948-1965. Immagine e politica culturale nella grande impresa italiana*. Venezia: Marsilio, 2007.
- Zervos 1974 = Christian Zervos. *Pablo Picasso*. Parigi: Editions Cahiers d'Art, 1974.

**JOURNAL OF THE DEPARTMENT OF CULTURAL HERITAGE**

University of Macerata

**Direttore / Editor**

Massimo Montella

*Texts by*

Annalisa Banzi, Elisa Bonacini, Pierluigi Feliciati, Luca Gulli,  
Lucia Nardi, Chiara Piva, Emilio Sereni, Francesca Talò,  
Federico Valacchi, Mattia Voltaggio.

[www.unimc.it/riviste/index.php/cap-cult](http://www.unimc.it/riviste/index.php/cap-cult)

**eum** edizioni università di macerata

ISSN 2039-2362

