

Filantropi Si è sviluppata una competizione virtuosa tra città dove nascono iniziative legate all'arte, alla fotografia, alla tecnologia, finanziate dall'industria. Ma è qualcosa che va oltre la sponsorizzazione. Non basta parlare di responsabilità sociale, la creatività anticipa il gusto e crea un vantaggio competitivo

IL NUOVO MECENATISMO CHE VIENE DALLE IMPRESE

di **Dario Di Vico**

O

ggi a Bologna si inaugura l'Opificio Golinelli, una cittadella della formazione di 9 mila metri quadri che l'industriale della farmaceutica (e filantropo) Marino Golinelli ha voluto donare alla sua città e alle giovani generazioni con l'intento esplicito di trasmettere lo spirito d'impresa e la cultura del saper fare. Non è la prima iniziativa di questo genere che si registra in un arco di tempo tutto sommato limitato, anzi tra Bologna e Milano è nata una competizione virtuosa fatta di novità all'insegna del mecenatismo vecchio e nuovo. Elencando i nomi si rischia sempre di dimenticare qualcuno ma, per rimanere nella città delle Due Torri, occorre ricordare Isabella Seragnoli che ha creato lo spazio Mast dedicato alla fotografia e alla tecnologia e proprio in questi giorni di ottobre apre la Biennale di fotografia industriale. Milano ha avuto modo di lodare e apprezzare il Museo Prada che è andato ad affiancarsi all'Hangar Bicocca voluto dalla Pirelli e alla Galleria del

Novecento realizzata da Intesa Sanpaolo. Fuori dalla direttrice Mi-Bo possiamo aggiungere alla lista la collezione di arte contemporanea curata dalla Fondazione Maramotti nella sede storica della Max Mara a Reggio Emilia e Imago Mundi, il progetto globale di arte non profit promosso da Luciano Benetton e ospitato in questi giorni a Venezia.

Si tratta di iniziative molto diverse tra loro sia per l'ambito di interesse scelto sia per le motivazioni ma tutte insieme danno il senso di un movimento sviluppatosi in anni caratterizzati da un ciclo recessivo che non è riuscito evidentemente a

spegnere slanci e passione civile degli imprenditori più attenti (quelli che una volta sarebbero stati definiti «illuminati»). Certo, stiamo parlando di un particolare segmento dell'industria italiana che ha saputo puntare sulla qualità e di conseguenza è riuscita sottrarsi per tempo alla trappola della mera competizione sui costi. Molte altre aziende invece si sono viste costrette dalle vicende del mercato a tagliare i budget e a contenere gli entusiasmi. Del resto la polarizzazione è uno dei tratti distintivi della fotografia del nostro sistema delle imprese come la si può scattare all'uscita del tunnel della crisi. Lasciando da parte però le considerazioni di carattere macro possiamo tentare di catalogare almeno in due filoni le nuove iniziative. Il primo è quello della responsabilità sociale, termine di per sé innovativo che in qualche materia ingloba il vecchio lessico che parlava di mecenatismo e filantropia, e che possiamo trovare simboleggiata proprio dall'Opificio Golinelli e dal Mast dei Seragnoli.

Il secondo si concentra sull'arte contemporanea vista come lo strumento più sensibile alle mutazioni e quindi terreno privilegiato per intrecciare la

Esperienze positive

Il ciclo recessivo non è riuscito evidentemente a spegnere slanci e passione civile

ricerca di tipo culturale con l'innovazione dei prodotti, dei linguaggi e dei materiali. Racconta Marco Pogliani, consulente di comunicazione per le imprese, come Miuccia Prada sia convinta che l'arte viaggi in anticipo di 2-3 anni sul gusto del mondo e proprio per questo motivo abbia scelto di interessarsene con continuità quasi per ricavarne una sorta di vantaggio cultural-competitivo. «Rispetto all'esperienza delle sponsorizzazioni — sintetizza Antonio Calabrò, responsabile del gruppo cultura di Confindustria — le imprese sono andate avanti. Nel pieno rispetto dell'autonomia creativa degli artisti fanno cultura innanzitutto per capire i segni del tempo, poi per rafforzare la propria identità e produrre ulteriore valore. E in questo movimento finiscono per svolgere una funzione pubblica». Che visti i tempi vale pena raccontare e magari valorizzare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

