

Attenzione Artisti in Azienda!

Perché un artista in azienda? Linguaggio non convenzionale, tensione alla bellezza, libertà di espressione e autonomia di pensiero, imprevedibilità dei risultati, gusto del paradosso e dell'ironia, spazio a passioni ed emozioni, in sintesi una mente più aperta: possono essere i risultati di "artificare" l'impresa, analizzati dall'Università Ca' Foscari di Venezia.

Articolo di

Francesco Moneta e Virginia Piazza
francesco.moneta@culturapiuimpresa.it



Le arti e la cultura possono rappresentare per le imprese un'opportunità di innovazione e di crescita? Rispondere affermativamente da queste pagine è prevedibile: questa sinergia è la missione fondativa del nostro Comitato Cultura + Impresa. È una convinzione che accomuna anche un numero sempre maggiore di imprenditori, manager, comunicatori, rappresentanti istituzionali, dal Ministro dei Beni e delle Attività culturali Dario Franceschini al Presidente della Fondazione Altagamma Andrea Illy, dal Presidente di Federculture Andrea Cancellato al massimo esponente dell'UPA Lorenzo Sassoli De Bianchi. È un tema che riguarda soprattutto le grandi aziende, o può essere declinato anche dalla piccola e media impresa, scheletro fondamentale del nostro Paese? Con il Progetto "The Bridge" realizzato per la Camera di Commercio di Milano Monza Brianza abbiamo aperto una finestra anche su questa ultima prospettiva, e i risultati sono stati positivamente sorprendenti.

Un numero crescente di casi - tra i quali il Progetto pluriennale E-Straordinario della Fondazione Ermanno Casoli di Fabriano, benchmark internazionale - lo stanno confermando. Ora gli studi e l'osservazione dell'Università Ca' Foscari di Venezia contribuiscono a dare anche una dimensione oggettiva e misurata delle conseguenze di questa contaminazione virtuosa.

Il Progetto "Artificare/Art&Business"

Il M.A.C.lab - Laboratorio di Management delle Arti e della Cultura dell'Università Ca' Foscari di Venezia - è un luogo di incontro delle attività di ricerca e di didattica dove le tematiche di management si incrociano con le produzioni culturali. Qui nasce il progetto "Artificare/Art & Business", coordinato da professor Fabrizio Panozzo, in collaborazione con il Dipartimento di Culture del Progetto dell'Università Iuav di Venezia, coordinato dalla professoressa Angela Vettese, e con il finanziamento della Regione Veneto.

Obiettivo: comprendere e sviluppare il

potenziale creativo, l'innovazione e la competitività delle imprese venete con un percorso di ricerca condotto dalle assegniste Corinne Mazzoli (Iuav), Anabella Sperotto e Viviana Carlet (Ca' Foscari). Per un anno sette artisti hanno frequentato altrettante aziende venete dando vita a un progetto artistico condiviso, per verificare se l'arte contemporanea può essere un "motore di creatività" capace di assicurare un vantaggio competitivo alle PMI venete.

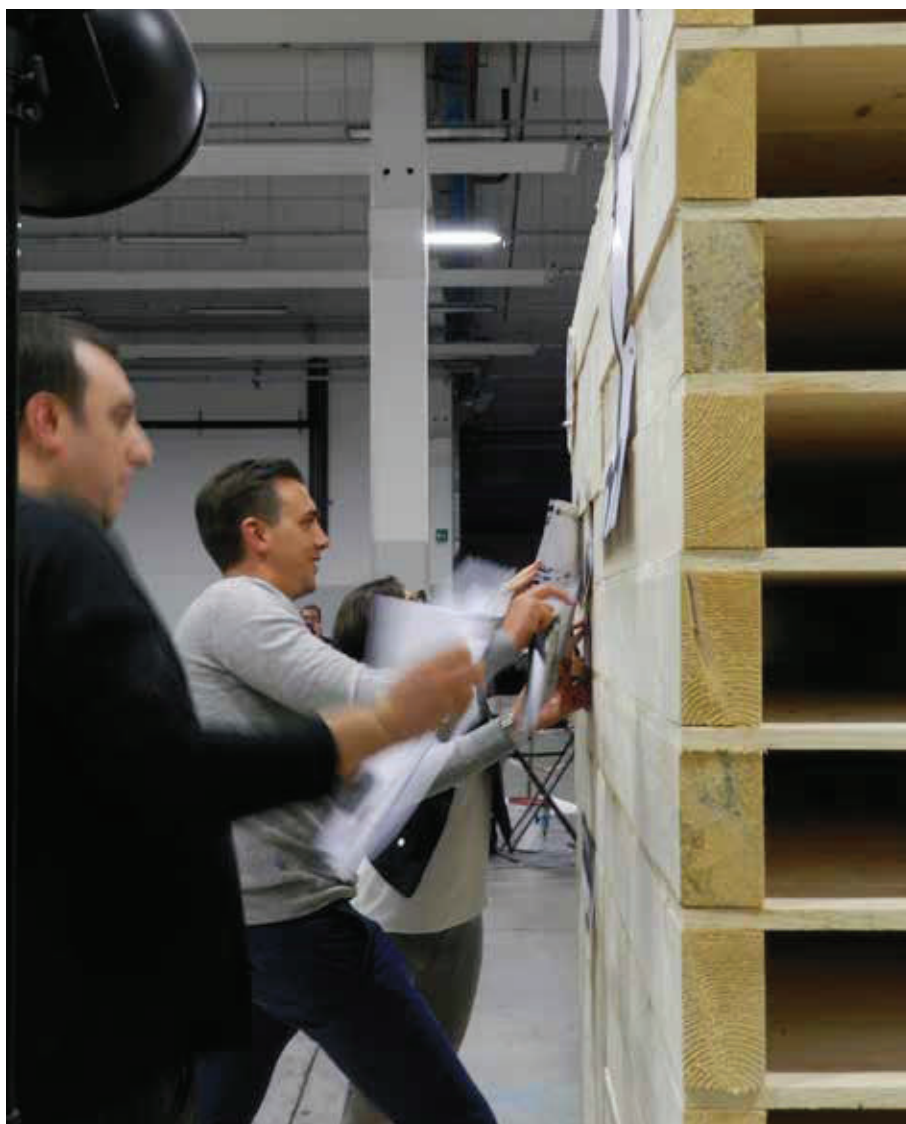
Sette artisti per sette aziende

Le aziende coinvolte nel progetto sono sette, distribuite tra Venezia (Fallani, Cantiere Manin), la provincia di Vicenza (Ugolini Srl e OMP Engineering), Treviso (DeCastelli, DelineoDesign) e Padova (Cultour Active). I settori di appartenenza sono i più diversi, dall'industria creativa alla metalmeccanica, dalla carpenteria metallica ai lavori marittimi. Partendo dallo studio delle caratteristiche aziendali, sono stati coinvolti nel progetto e inseriti in azienda sette artisti: Valentina Furian, Michele Spanghero, Alfred Agostinelli, Andreco, Francesco Mattuzzi e i collettivi artistici Blauer Hase e Gli Impresari.

Gli artisti hanno lavorato come "action-researchers" con l'obiettivo di trasferire in azienda valori e codici artistici, quali il carattere simbolico dell'opera d'arte, la peculiarità processuale del lavoro artistico, i principi di libertà di espressione e autonomia, l'imprevedibilità dei risultati, il paradosso e l'ironia. I risultati del trasferimento di questi valori e significati è stato analizzato dalle tre assegniste di ricerca, che hanno assunto il ruolo di "mediatrici" tra linguaggi artistici e aziendali, ruolo essenziale per attivare e comprendere i processi di "ratificazione" delle imprese volti a stimolare l'innovazione strategica e tecnica di processo e prodotto.

Qui-e-ora

Uno dei sette progetti è l'Opera "Qui-E-Ora" realizzata da Delineodesign - team di designer alla continua ricerca dell'innovazione - in collaborazione con Francesco Mattuzzi, artista che impiega la fotografia e il video come strumenti



di ricerca per rappresentare la realtà sociale contemporanea, producendo con Alice Bolognani documentari creativi a carattere cinematografico.

L'incontro tra l'artista e l'impresa ha vissuto un primo periodo di studio e osservazione, quindi la conquista della fiducia reciproca cementata da discussioni e proposte che hanno generato un'idea forte e semplice di sintesi della visione di Giampaolo Allocco, fondatore di Delineodesign: la ricerca continua della perfezione, sia nelle grandi imprese sia nei piccoli dettagli di un oggetto di massima precisione come un orologio, la ricerca del bello non superfluo. La video-opera rappresenta il parallelismo tra Designer e Atleta, il continuo training, la forza e l'energia concentrate per raggiungere

l'obiettivo superando i propri limiti.

Insettofono

Un altro progetto di "Artificazione" è "L'Insettofono", risultato dell'interazione tra il collettivo di artisti Gli Impresari e il Cantiere Daniele Manin: quest'ultimo è un'antica cooperativa dell'isola della Giudecca che costruisce ormeggi e pontili galleggianti per lo sbarco dei passeggeri, da anni impegnata nel riciclo e nel riuso del legno delle briccole dimesse. Gli Impresari sono impegnati nella ricerca delle forme di produzione artistica, speculazioni intellettuali e innovazioni tecniche che dall'età moderna hanno guidato e determinato lo sviluppo della nostra cultura visiva.

L'Insettofono - realizzato interamente



con il legno delle briccole dismesse e riciclate da Cantiere Manin - è un dispositivo a metà strada tra una scultura e uno strumento musicale, che amplifica i suoni prodotti da insetti collocati all'interno per sonorizzazione opere d'arte appartenenti alle collezioni di importanti musei europei. Il lavoro sarà presentato alle Gallerie dell'Accademia di Venezia con una performance ispirata alla Tempesta di Giorgione dove i musicisti elaboreranno digitalmente i suoni provenienti dall'insettofono sonorizzando un aspetto inedito e immaginario del quadro. Il Cantiere Daniele Manin e Gli Impresari hanno lavorato insieme a ritmi serrati dall'agosto 2017, l'obiettivo del progetto comune, pur se mai esplicitato in corso d'opera, è stato la trasmissione di pratiche e saperi tradizionali, come la lavorazione del legno nella cantieristica minore, che rischiano di cadere in disuso a Venezia. Il binomio Arte e Impresa - interpretato come puro intervento dell'artista nell'impresa per rinnovare e sconvolgerne il linguaggio usuale - è un percorso adottato da un numero crescente di aziende per un coinvolgimento più diretto dei dipendenti in team building, portando all'interno dell'ambiente lavorativo nuove competenze e soft skills che migliorano il personale a più livelli, interessando competenze come il problem solving, la flessibilità, la progettualità.

La street-art in azienda

Un esempio viene dalla B-Corp bresciana meccanica OMAL S.p.A. che con la presenza di alcuni street artist all'interno della propria azienda ha sviluppato un inedito team building per "occupare" fisicamente e diffusamente l'azienda con l'arte. Da trent'anni la OMAL produce valvole e attuatori con i massimi standard di qualità nel rispetto dell'ambiente e della comunità in cui si inserisce. In OMAL c'è una Innovation Manager, Lucia Dal Negro, che con l'azienda ha deciso di puntare sull'arte e sulla cultura come strumento di crescita aziendale, coinvolgendo attivamente quasi cento dipendenti, e che illustra così il progetto: "Corporate Art" nasce per raccontare il valore sociale e ambientale del brand OMAL attraverso il coinvolgimento dei dipendenti, che a settembre hanno contribuito alla co-creazione di un workshop di street-art ragionando sul concept della "Trasformazione del lavoro", portato su tela da writer e arricchito da un focus sulla storia della street-art e del suo messaggio di liberazione delle idee. Mentre il dipinto prendeva forma, un reading teatrale raccontava le valvole come elementi atti a intercettare flussi di innovazione e, di nuovo, i dipendenti hanno contribuito allo sviluppo del copione. Questa iniziativa continua il tema della *Corporate Art* per cui erano già stati realizzati quattro murali che raccon-

tassero, come in un company-profile, alcuni valori aziendali: lavoro di squadra, convivialità, apertura internazionale e responsabilità intergenerazionale. Interessante notare come il dipinto firmato dai due writers Luca Zammarchi e Diego Finassi della Fo-Deco Art Maker, sia stato "partecipato" e diffuso: i circa 200 metri quadri di opera sono stati suddivisi in quattro ambienti: la sala riunioni, la sala mensa, l'ingresso, l'ufficio tecnico. Per fare solo un esempio, un enorme centrino da cucina sostenuto da tante persone che lanciano in aria una ragazza simboleggia la forza di una squadra e in genere il concetto di empowerment.

Musia, laboratorio d'arte per l'impresa

A Roma ha aperto da poco Musia, uno spazio d'arte e cultura bello e sofisticato nel centro della città, voluto da Ovidio Jacorossi, celebre imprenditore che negli anni '80 era a capo del decimo gruppo industriale italiano. Jacorossi ha una passione antica, l'arte contemporanea, protagonista di una visione precisa: promuovere l'arte contemporanea quale strumento potenziatore di creatività per l'impresa e per la persona, rendendola accessibile al maggior numero possibile di fruitori. Musia sarà quindi anche un "laboratorio attivo" di contaminazioni tra Cultura e Impresa, e allo stesso tempo è uno spazio di divulgazione e socializzazione "*living&arts*". Tra le prime iniziative messe in cantiere c'è "*Un Capolavoro per Aperitivo*": ogni venerdì alle 19.00 tra vini di eccellenza e prelibatezze si "incontra" una delle opere della Collezione Jacorossi (Balla e Sironi i primi ospiti), un modo inconsueto di assaporare l'arte. Interessante è peraltro il contributo di Giuseppe De Rita al catalogo della Mostra "*Dal Simbolismo all'Astrazione*", con la quale ha aperto Musia, tutt'ora on air. Qui si raccontano da un inedito punto di vista il rapporto tra impresa e arte contemporanea, le similitudini delle due energie creatrici, dell'artista e dell'imprenditore, di quanto c'è di comune tra questi due mondi, che vivono di immediatezza e "attivismo organizzativo".

CULTURA + IMPRESA

Osservatorio Cultura + Impresa

ARCHEOMARKETING: MARKETING TERRITORIALE E FUNDRAISING PER IL PARCO ARCHEOLOGICO DI PAESTUM

di Virginia Piazza



Il Parco Archeologico di Paestum (PAE) fa parte della UNESCO World Heritage List dal 1999, ed è uno degli esempi più significativi e meglio preservati della testimonianza della Magna Graecia in Italia. Con l'arrivo nel 2015 del direttore Direttore Gabriel Zuchtriegel e l'avvio della riforma Franceschini, il PAE ha iniziato a reperire fondi autonomamente, aprendo un ufficio dedicato al fundraising con Zoe Ferrari e Filippo Stefania, per valorizzare il Parco e il Museo sfruttando diversi elementi e coinvolgendo diverse fasce di pubblico: Corporate Fundraising, Fundraising non sinallagmatico (per individui) e Crowdfunding, tutte attività per le quali il donatore può avvalersi della detrazione fiscale Art Bonus. Questo piano diversificato e innovativo

di "ArcheoMarketing" ha raggiunto diversi obiettivi: la riapertura del tempio di Nettuno al pubblico; la creazione di un percorso senza barriere all'interno della Basilica per garantirne la massima accessibilità; la creazione di un abbonamento annuale "Paestum Mia" che permette l'ingresso al parco 365 giorni l'anno, favorendo un significativo impatto economico a favore del territorio. Elementi chiave di questo percorso sono il coinvolgimento della comunità (Crowdfunding) e dell'imprenditoria locale (Corporate Membership). L'iniziativa "Adotta un blocco delle mura di Paestum" rappresenta un esempio di successo di crowdfunding nel Sud Italia: in soli 4 mesi sono stati adottati quasi 100 blocchi da privati e aziende. Il "Circolo di Athena", nell'ottica del Corporate Membership, coniuga la mission del PAE con le competenze di quattro eccellenze imprenditoriali, ambasciatrici del Made In Italy nel territorio. Al centro ci sono il restauro e la valorizzazione del tempio di Athena, da cui nascono sinergie progettuali condivise tra impresa e cultura. Sono state coinvolte piccole-medie imprese locali (PMI) come il Caseificio Barlotti e la famiglia Pagano, proprietaria del Savoy Beach Hotel e dell'Azienda Agricola San Salvatore 1988. Queste due aziende finanziano il restauro dell'intero fronte del Tempio di Athena, coprendo insieme il 40% del budget totale di spesa. Questo è un felice esempio di come un bene culturale diventa un hub di relazioni e sviluppo per tutto il territorio. Le numerose piccole e medie imprese della provincia di Salerno, dove si erge il PAE, ora sono consapevoli di come il Parco possa essere un punto di attrazione. Alcune di esse sono bandiere del Made in Italy, pur se ancora poco conosciute. Intorno a Paestum si crea e si rafforza lo spirito d'appartenenza al territorio, e si fa rete. L'obiettivo è promuovere un turismo lento, di cui l'enogastronomia e la cultura sono le componenti essenziali, capaci di coinvolgere attivamente la comunità e l'imprenditoria locale.

