

ASSOCIAZIONE COMMERCIALISTI. Prima Giornata del Triveneto ospitata in Fiera a Vicenza

«Cultura vuole dire business Vale già il 4,2% del Pil europeo»

La Bonotto sarà portata come modello ad Harvard
«Il nostro patrimonio culturale ci farà ricchi»

Maria Elena Bonacini

«Dire che con la cultura non si mangia è una bestialità». Non ha dubbi Pierluigi Sacco, docente di Economia della cultura alla Iulm di Milano, che è stato ospite in Fiera della prima Giornata del Triveneto organizzata dall'Associazione dei dottori commercialisti e degli esperti contabili delle Tre Venezie. Tema della giornata, cui hanno partecipato 700 professionisti, «Il capitale della cultura, significati, bellezza, esperienze. Valore che genera valore». A confrontarsi c'erano oltre a Sacco, il sociologo Domenico De Masi, Giovanni Bonotto dell'omonima azienda vicentina, Massimo Mucci responsabile art advisory di Banca Ifigest, Paolo Martini, di Azimut Holding, Carlo Nordio procuratore di Venezia, il commercialista Giovanni Scoz e Luciano Zanin presidente dell'Associazione italiana fundraiser.

IL BUSINESS DELLA CULTURA. Un tema scelto per la sua peculiarità. «La cultura attraversa la nostra vita – sottoli-



L'incontro dell'Associazione commercialisti in Fiera

nea Michela Colin, presidente dell'associazione – perché quindi non parlarne in una giornata che vuole essere un momento comune di formazione, per aprire la mente e uscire dal quotidiano?». «Cultura ed economia viaggiano spesso distinti ma hanno assoluto bisogno l'uno dell'altro – sottolinea De Masi -: la prima perché necessita di sovvenzioni per poter essere diffusa a tutti, i secondi perché senza un retroterra "culturale" e strategico non riuscirebbero a costruire niente di realmente durevole». A supporto dell'importanza della cultura per l'economia Sacco ha portato i dati a livello europeo. Nell'Ue l'industria creativa e culturale produce infatti 535,9 miliardi di euro, contribuendo per il 4,2% al Pil ed è la terza

per numero di persone impiegate direttamente o indirettamente: 7 milioni, cioè il 3,3% della popolazione attiva. «L'industria culturale in Italia rappresenta il 5% del Pil – spiega il docente – il triplo rispetto a quello dell'industria automobilistica, ma nel nostro Paese, nonostante il suo potenziale, non c'è un'attenzione a questo settore. Se le "big four" hanno tutte una parte importante del loro core business nella cultura significa che non abbiamo capito nulla. Moda e design fanno parte della creatività, ma noi le associamo alla manifattura. Secondo noi un oggetto di design è più vicino ad un tondino che al teatro». Concetti che approfondirà ad Harvard. «L'anno prossimo sarò all'università Usa per studiare il rapporto tra inno-

vazione e formazione umanistica, che in azienda serve a farsi domande che l'ingegnere non farebbe mai. Se ci lavora l'università di Harvard forse vale la pena di prenderlo in considerazione».

IL CASO BONOTTO. Eppure da noi il laureato in lettere è visto solo come un potenziale insegnante. «Sono credenze che si autorealizzano. Bisogna far capire che per essere diversi bisogna pensare in maniera diversa dagli altri. Purtroppo qui molti in nome della "concretezza" non guardano oltre il proprio naso. Un'eccellenza in questo campo è la Bonotto, che porterò ad Harvard come business case». E l'imprenditore vicentino: «Sono convinto che la cultura ci farà ricchi. La mia azienda è nutrita costantemente da residenze di artisti. Dal 1970 ad oggi sono nate in azienda circa 12mila opere d'arte contemporanea create dai più grandi artisti della seconda metà del Novecento. Questo ha fatto sì che le produzioni industriali fossero impollinate dal modo non convenzionale di produrre il pensiero degli artisti. Quindi tutta fabbrica ha uno spirito che non è fatto dal business management, ma da un'idea di produzione e di lavorazione che deve tornare al concetto di arte». •