

Impresa, cultura & cultura d'impresa

Nelle fotografie di Andrea Ardizzone immagini di "turisti" al Tempio di Segesta

Il 2004 ha visto svolgersi a Palermo, per la prima volta, un evento importante come la cerimonia di consegna dei premi *Impresa e Cultura*, tenutasi al Teatro Politeama nel pomeriggio del 22 novembre. Il Premio nazionale *Impresa e Cultura*, promosso da Confindustria, Istituto Commercio Estero e Sviluppo Italia in collaborazione con Banca Intesa, Il Sole 24 Ore, De Agostini Rizzoli ed altri partner, sotto l'alto patronato della Presidenza della Repubblica, è un concorso dedicato alle aziende che investono in cultura, cioè formulano e realizzano progetti culturali coniugando risultati economici con benefici per il territorio e la collettività.

L'idea di questo Premio nacque circa dieci anni fa per merito di Michela Bondardo, una pioniera della comunicazione d'impresa, ed è andata crescendo rapidamente fino a dar luogo ad un programma organico e durevole di iniziative di varia natura, non ultima una collana editoriale specifica.

Oggi, oltre a questo premio, tutto un insieme variegato di attività come i musei e gli archivi aziendali, il recupero architettonico di opifici dismessi, il mecenatismo, le sponsorizzazioni e simili, hanno dato corpo ad un concetto ormai consolidato, e cioè che possono instaurarsi intrecci virtuosi tra il "pianeta cultura" e il "pianeta impresa": due aree considerate fino a qualche decennio fa impenetrabili l'una con l'altra salvo rare eccezioni (la più celebre fu quella legata alla figura di Adriano Olivetti). L'impresa, se vuole, sostiene la cultura ed esprime altresì una sua propria cultura specifica, a qualunque settore appartenga: industria, agricoltura, artigianato, banca, assicurazione, navigazione, commercio, servizi.



Da ciò nasce la locuzione "cultura d'impresa", che abbraccia almeno due distinti significati. Sotto un primo aspetto, c'è una cultura imprenditoriale che è l'insieme delle conoscenze e capacità di cui l'imprenditore si serve per svolgere il suo lavoro e cercare di raggiungere i propri obiettivi. In un altro senso, la cultura dell'impresa - e di ciascuna impresa in particolare - è anche la consapevolezza, l'immagine, l'idea che tale impresa, grande o piccola che sia, ha di sé stessa e vuole proiettare all'esterno.

E questa auto-conoscenza, che sembra una cosa ovvia ma in realtà richiede impegno lungimirante, si estende a 360 gradi, comincia dalla memoria del fondatore, dell'epoca di fondazione, prosegue coi dati biografici dei personaggi significativi in azienda, il ricordo dei passaggi importanti della sua storia col supporto di documenti, fotografie o audiovisivi, si materializza in raccolte ordinate di prodotti vecchi e nuovi o di campionari, produce talvolta pubblicazioni celebrative dei cinquantennali o centenari... In una parola, c'è il culto della propria storia operosa e l'orgoglio di fissarla e renderla conoscibile al pubblico. Precisiamo, per inciso, che quanto veniamo qui dicendo per l'impresa abbraccia in egual modo l'altro grande protagonista della cultura del lavoro, ossia il Sindacato dei



lavoratori, che è portatore anch'esso di cultura, valori e memoria storica nella varietà delle forme organizzative connaturate alle vocazioni territoriali (sindacati dei metalmeccanici a Sesto San Giovanni, leghe contadine in Sicilia, casse di mutuo soccorso in Veneto...).

Quello del mecenatismo rappresenta, poi, il terzo possibile punto d'incrocio tra l'economia e la cultura; ed è forse il nucleo primigenio di tutto il fenomeno. Da secoli infatti i detentori del potere e della ricchezza - almeno i più raffinati tra loro - hanno impresso a proteggere artisti e letterati, a finanziare monumenti, a fondare biblioteche e collezioni. Nel Rinascimento lo facevano papi e sovrani, in seguito l'hanno fatto e lo fanno banchieri e industriali, contribuendo tutti a formare quell'immenso patrimonio italiano di bellezza e cultura che il mondo ci invidia. In anni non lontani ricordiamo la Fiat acquistare Palazzo Grassi e l'ENI finanziare il restauro della Basilica di San Pietro. Oggi si contano a centinaia i patrocinii, le sponsorizzazioni, i restauri; l'Alinari, mitica azienda con 150 anni sulle spalle, ha creato sul proprio archivio di lastre un eccellente business culturale; e va sottolineata tra l'altro l'attività istituzionalmente svolta in campo culturale dalle Fondazioni bancarie, di cui è brillante esempio a noi vicino la Fondazione Banco di Sicilia.

Le nozze tra cultura ed economia si sono celebrate sulla base di elementi dottrinari e normativi. La "cultura d'impresa" storica poggia infatti le sue radici profonde nell'archivistica, museografia ed etnoantropologia, nella memorialistica, nella storia dell'economia, della tecnica e del lavoro umano. Per quanto concerne il quadro normativo, le norme fondamentali originarie sulla tutela di archivi, biblioteche e collezioni si sono venute via via arricchendo con nuove norme contenenti l'esplicito riconoscimento dell'appartenenza ai "beni culturali" tutelabili delle cose di cui parliamo; quindi i beni e strumenti ultracinquantennali interessanti per la storia della scienza e della tecnica, i mezzi di trasporto con almeno 75 anni, le navi storiche, i siti minerari e le architetture rurali di interesse storico o etnoantropologico. Tutto ciò trova oggi organica collocazione nel Codice dei beni culturali e del paesaggio (decreto legislativo 22 gennaio 2004 n. 41, cosiddetto Urbani), che ha novellato il Testo unico dei beni culturali e ambientali emanato nel 1999 durante il ministero Melandri. E grande importanza rivestono pure le norme, anch'esse innovative per il nostro Paese, recanti incentivi fiscali a favore delle imprese per investimenti e liberalità nei settori dei beni culturali e dello spettacolo (art. 38 legge n. 342 del 2000).

Riaccostandoci al punto di avvio del ▶



nostro discorso, è giusto ricordare che in questa edizione 2004 il primo premio *Impresa Cultura* è andato al gruppo *Ermengildo Zegna*, seguito da *Basf Vernici*, *Berloni*, *Abet laminati*, *Banca cooperativa di Cambiano*, *Castello di Ama*, *Montblanc Italia*, *TDK Marketing*, *Aboca museo d'impresa*. Centotrenta aziende in tutto hanno partecipato, di cui otto siciliane. Un solo premio in Sicilia: la segnalazione speciale della Giuria alla *Feedback di Palermo*, operante nel campo delle strategie di comunicazione ed apprezzata in particolare per l'allestimento della "cous cous fest" di San Vito Lo Capo.

Sia dato merito alle aziende, premiate e non, ed anche alla Giunta comunale di Palermo che si è fortemente battuta col giusto tempismo per far spostare quest'anno la cerimonia da Milano a Palermo, superando i problemi organizzativi e lo scetticismo di alcuni. Il miglior antidoto allo scetticismo sono proprio la fiducia e le azioni concrete. Palermo è una città che sostanzialmente sottovaluta le proprie potenzialità di sviluppo economico sano. Da tempo vi sono iniziative imprenditoriali valide ed un buon livello di capacità operaia ed artigiana, ma non si è riusciti a consolidare un tessuto industriale diffuso. Anche i danneggiamenti bellici e la terziarizzazione burocratica hanno avuto il loro peso. Per un insieme di ragioni, le imprese stentano a crescere ed anche quelle ben operanti non hanno sempre la giusta visibilità. Tutto ciò svantaggia le imprese stesse, la città, la regione.

Oggi certamente non è attuale immaginare per Palermo progetti di industrializzazione

pesante. La via dello sviluppo va cercata dovunque attraverso la valorizzazione delle risorse e delle vocazioni autoctone. Ma il riferimento ad un approccio imprenditoriale è necessario, se per impresa intendiamo in ogni caso professionalità, gusto del far bene, apertura verso l'esterno, attitudine ad investire. Ed il tener vivo il legame col passato è segno di orgoglio civile e professionale.

Fa piacere vedere che la *Sicindustria* ha collocato la propria nuova sede nell'area portuale, accanto a quella che fu la prima officina elettrica della Città. E' importante che la Camera di Commercio, oltre a promuovere le missioni e i nuovi scambi, abbia pensato di creare la Targa d'oro o d'argento per i più antichi esercizi commerciali. E' di grande interesse la partecipazione delle Associazioni degli Industriali e dei Costruttori edili della nostra provincia al progetto per la creazione di un distretto culturale del Palermitano, insieme alla Fondazione Banco di Sicilia, al Comune, alla Provincia, all'Università.

Ricordiamo infine tante altre iniziative germinanti a Palermo: dai progetti del Comune riguardo al riuso della *Chimica Arenella* e della *Aerosicula-Ducrot*, agli studi della Regione per un Museo della locomozione, alle Aziende storiche che realizzano opuscoli e calendari celebrativi, alle Ditte che partecipano generosamente a restauri di monumenti e manifestazioni, talvolta anche su impulso di *Salvare Palermo*. L'impresa, con un occhio rivolto al passato ed uno al futuro, fa cultura e può far molto per la cultura, in una simbiosi che ci auguriamo divenga stabile e fruttuosa a Palermo come lo è ormai in tante città del mondo. [1]