

THE ITALIAN MIND: A ONE OFF®

Presenta il Manifesto del Convegno:

Arte, Cultura ed Economia: Un Nuovo Orizzonte di Collaborazione

Oblyon / Group.

SM
Studio Marcanti

ÉQUITÉ CI

“Il confronto ed il dialogo fanno nascere nuovi interrogativi tra e sulle persone, stimolano la sensibilità ad adottare prospettive differenti, ad elaborare nuove idee che possono cambiare le nostre azioni.

L'Arte si nutre del dialogo e del confronto costante; gli artisti sono sempre spinti dalla più viva ed incessante necessità di entrare in contatto con gli altri, con l'esistenza umana per poter ricercare e scoprire la loro e la nostra verità. L'artista è il soggetto più prossimo, più vicino al futuro, a quello che ancora non si vede, che si percepisce solo, eppure l'artista riesce a dargli forma". (MG)

I motori dell'arte e dei suoi interpreti non sono mai stati così vicini a quelli dell'impresa, dell'azienda, dell'organizzazione economica.

Il contatto costante con gli altri, con i consumatori che sono oggi soggetti attivi, protagonisti, veri e propri consum-attori, non può più essere mediato dalle ricerche di mercato standardizzate su segmentazioni demografiche che diventano obsolete in un giorno, su previsioni e trends economici che sono vecchi ancor prima di essere pubblicati.

L'organizzazione dei fattori produttivi, le efficienze, la razionalizzazione, pretesa e sperata, delle variabili di mercato, il controllo millimetrico dei processi, la proiezione di una visione "tabellare" del mondo che non solo deve poter collimare perfettamente con quello esterno ma lo deve addirittura poter controllare e contenere, non solo non potranno più essere, se lo sono mai state, le basi del vantaggio competitivo, ma saranno i più grandi acceleratori di dissesto.

È tanto paradossale quanto vero che la globalizzazione, radicalizzando gli schemi della vecchia economia li ha resi, quasi contestualmente, caduchi e vuoti di quell'unico "output" che oggi ha valore in quanto risorsa scarsa, finita, ovvero la capacità di creare **significato**.

“In un mondo di abbondanza di beni materiali la sola cosa che ti può uccidere è la mancanza di significato". (V. Frankl).

È proprio nei mercati emergenti, *“che infiniti danni addusero”* alla produzione industriale del vecchio continente che si ricerca e si premia, in hardc ash, il processo che segna l'evoluzione dal prodotto al *“bene”*.

È proprio nella patria della produzione di massa che si ricerca il *“manufatto”* che spesso coincide con l'“artefatto”, l'oggetto, la cosa che trascende la sua realtà fisica, che è ricercata e voluta in quanto veicolo, carrier, di valori, emozioni, eredità culturali e storiche che oggi, alla fine del capitalismo, del fordismo ma anche del **Tomfordismo**, nel pieno del consumerismo annichilente, ci fanno riscoprire l'“umano” che è in noi attraverso il fare, consapevole, costruttivo, nobilitante e, perché no, edificante, di un altro essere umano che non ci vende qualche cosa ma ce lo trasmette, ce lo **affida**.

Paradosso del post capitalismo è che la più remunerativa transazione economica è quella che cessa di essere tale, dove gli elementi della razionalizzazione e della massimizzazione del proprio vantaggio, della **consideration**, dello scambio di cosa con prezzo, si stemperano per valorizzare il passaggio di un bene, un'opera, da una persona all'altra, da creatore al recipiente, non più consumatore sostituibile, statistica di mercato, variabile gestibile e prevedibile, ma affidatario, unico, responsabile e grato del valore creativo e nobile di un consimile.



Il nostro bisogno di ricercare e rappresentare, agli altri e a noi stessi, la nostra individualità, unicità, dignità, passa anche attraverso “beni”, non già semplici prodotti, che portano con sé l'unicità, l'individualità e la dignità di chi quel bene ha creato, in un circolo virtuoso che fa combaciare **etica, estetica e riconoscimento del mercato**.

Forse una nuova base per valorizzare i listini di borsa? Dopo la P/E ratio una PEE ratio? **Price/Ethic/Esthetic ratio**, che premia le aziende per la loro capacità di valorizzare l'elemento umano tanto di chi fa e lavora che di chi poi compra il “frutto” di quello sforzo che cessa di essere “travaglio” ma fatica volta alla acquisizione, ogni giorno, di una nuova consapevolezza di sé.

Mai come oggi il “mercato”, il freddo rilievo del “ticker” di borsa scandisce l'avanzare di questa nuova convergenza. Oggi più che mai sono attuali le parole di **William Morris**, fondatore del movimento “**Arts and Crafts**”: “**non ci può essere nuova ricchezza senza arricchimento della vita, senza la piena valorizzazione dell'artista che è in ogni operaio, anche dell'ultimo**”.



Il **trade-off** economico tra efficienza produttiva e disgregazione dell'uomo sia come “**fattore di produzione**” che, come “**fattore di acquisto**”, sta emergendo, chiaramente, anche dalle analisi delle grandi case di consulenza strategica. Il processo non sarà immediato, sarà lungo e difficilmente prevedibile nelle sue tappe, ma l'incipit è innegabile.

“La creatività di tutti i giorni è quel processo che mette in stretta relazione almeno una mente umana attiva ed il mondo materiale o digitale per la realizzazione di qualche cosa di nuovo in un dato contesto e dove quel processo creativo evoca un sentimento di realizzazione e gioia”. (David Gauntlett)

Questa è la creatività di cui ha bisogno tanto l'artista quanto l'azienda; l'organizzazione di beni e persone volta allo scambio di beni e servizi per un fine di lucro che voglia garantirsi la possibilità di rimanere sul mercato dovrà saper emozionare i propri “**fruitori**” di “**beni**”, molto più che semplici consumatori.

Ecco perché il connubio tra arte ed impresa oggi ci sembra non solo interessante ma importante, vitale, proprio sotto il profilo dell'analisi e della gestione economica.



Essere vicini al futuro, saper uscire **dagli schemi**, saper premiare chi si prende il rischio di sperimentare e ricercare rispetto a chi si limita ad attingere a risorse già conosciute, saranno i **tratti dell'impresa autentica**, ovvero dell'impresa guidata da manager autentici in quanto capaci di liberare la forza creativa di collaboratori che non si limiteranno ad eseguire ma potranno agire, potranno esprimere il loro essere in quel processo creativo di valore economico che non si potrà più definire tale senza possedere la capacità di **emozionare, sorprendere e farci scorgere quello che ancora non riusciamo a vedere chiaramente**.

Il più importante capitale dell'economia moderna è quello culturale.

Immaginare scenari è più importante che inserire **input** numerici per trarne **output** cui affidarsi con cieca fiducia solo per cadere nella falsa assicurazione di aver evitato diligentemente un rischio. Occorre altro. Occorre il coraggio di tentare, sperimentare senza certezza dell'esito. Occorre un nuovo spirito. Quello dell'artista.

Arte ed impresa non sono mai stati così vicini.



Platinum Sponsor



www.crestmontinvestments.com

Golden Sponsor

Oblyon / Group.

www.oblyon.com



www.campomaggi.com

Silver Sponsor



www.dielleceramiche.it



www.hologramcommunication.it

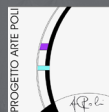
Founding Partners

Oblyon / Group.

www.oblyon.com

ÉQUITÉ

www.equitebrands.com



www.progettoartepoli.com

SM

Studio Mancianti

Patrons

Con il Patrocinio di:



We the Italians
two flags one heart



**Camera di Commercio
Firenze**
dal 1770 la casa delle imprese