

Illy Caffè, Moleskine, Salvatore Ferragamo: Le eccellenze di Florens 2012



Nel corso della seconda edizione di Florens 2012, la rassegna di convegni e tavole rotonde organizzate in occasione della Biennale Internazionale dei Beni Culturali ed Ambientali (3-11 novembre), è stato affrontato, a partire dal confronto con professionisti del mondo della cultura, dei media e dell'impresa privata, il concetto di cultura nell'attuale contesto societario, il suo ruolo rispetto ai soggetti promotori e ai suoi destinatari.

Un insieme di dibattiti, incontri, workshop che hanno mostrato le dinamiche attraverso cui gli individui si avvicinano alla cultura e come gli agenti economici si inseriscono nel circuito culturale del territorio.

In questa prospettiva *fare* cultura diventa priorità delle imprese che sono chiamate a ridefinire la propria posizione all'interno del settore di riferimento, a sviluppare strategie complesse ed interdisciplinari che non si riducono all'offerta di un prodotto o servizio ma bensì consentono di trasmettere un insieme di valori in grado di rendere visibile la filosofia dell'impresa, il suo *core business*.

A partire da questa premessa è stato introdotto il concetto di creatività d'impresa indicando con esso l'impegno delle aziende a produrre cultura, ad assumere il ruolo di vere e proprie agenzie culturali pur mantenendo sul mercato i propri prodotti e servizi.

Numerosi sono gli esempi che ci consentono di capire le dinamiche attuali e di prospettare possibili linee evolutive. L'azienda italiana *Illy Caffè* presente nel mondo con circa 140 distributori è la dimostrazione lampante di come il caffè non sia semplicemente un prodotto da

gustare al mattino o dopo pranzo, come vuole la tradizione italiana, ma bensì rappresenti una vera e propria esperienza sensoriale a 360°. Se il gusto e l'olfatto sono stimolati dall'aroma inconfondibile di una miscela di chicchi di caffè la vista è attratta dall'inconfondibile tazzina Illy che dal 1992, dall'idea di Francesco Illy, diventa il segno distintivo dell'azienda, la superficie su cui si esprime la creatività di artisti contemporanei che presteranno la loro arte fino a raggiungere ben 60 diverse collezioni di tazzine della

Illy Art Collection

. L'idea di includere la vista come ulteriore elemento di riconoscimento dell'azienda nasce dalla volontà celebrare ed esaltare il carattere rituale del caffè, un'esperienza che merita di essere vissuta traendone tutto ciò che di "bello e buono" racchiude.

Se Illy Caffè incarna la qualità della vita, l'azienda *Moleskine*, famosa in tutto il mondo per i suoi inconfondibili taccuini, propone uno stile di vita che incarna perfettamente quella suggestione europea espressa dagli artisti e dagli intellettuali degli ultimi secoli: l'idea di viaggio, di rinnovamento interiore, di incontri e memorie del "viaggiatore contemporaneo" che sul suo taccuino può trascrivere la propria esperienza. Un oggetto che "dialoga" col soggetto, che è in grado di seguire i ritmi di una società in continuo movimento; un design studiato ma semplice che affina il concetto di portabilità del taccuino: "un semplice rettangolo nero, gli angoli arrotondati, i risguardi trattenuti da un elastico, la tasca interna; un oggetto anonimo e perfetto nella sua essenzialità".

Significativa è anche l'esperienza *Ferragamo*, ulteriore dimostrazione di una cultura d'impresa che interagisce con i destinatari e li coinvolge nel progetto dell'impresa. Un interscambio culturale che incarna la filosofia di una *maison* storica che ha saputo evolversi, adattarsi ai cambiamenti, anticiparli. E se vogliamo che la cultura sia, per così dire,

di moda

risulta indispensabile renderla disponibile e fruibile alla comunità attraverso lo sviluppo di nuove strategie di accessibilità. Il patrimonio culturale non deve essere vissuto in maniera passiva, deve interagire con la popolazione creando un solido legame con la società. È da questa idea che nasce la Fondazione Palazzo Strozzi e il Museo Ferragamo esempi evidenti di come la cultura, volano dell'economia italiana, debba stabilire una leale alleanza con la città di Firenze proponendosi ad essa e rinnovandosi in linea con l'attuale struttura societaria.

Questi esempi di eccellenza aziendale ci consentono di capire in maniera tangibile cosa significa oggi *fare impresa* e come l'attività di queste realtà rappresenta uno dei numerosi ingranaggi che compongono la macchina sociale. Le attuali dinamiche economiche aprono lo sguardo a nuove prospettive di sviluppo facendo emergere con forza la necessità di creare un legame con il territorio di riferimento sfruttando le risorse che un patrimonio storico-culturale come quello italiano mette a disposizione della comunità. Una visione più ampia e redditizia che

Creatività d'impresa

Scritto da Elena Davitti

Mercoledì 21 Novembre 2012 17:45 -

non si limita alla divulgazione del patrimonio ma bensì trascina il soggetto in un processo di iniziazione che lo vede protagonista della scoperta di un mondo magico e attrattivo in grado di creare nuove connessioni spazio temporali, nuovi linguaggi e contaminazioni che alimentano la nostra cultura.