



## CONVEGNO «BELLEZZA E DESIDERIO» A FIRENZE. PERCHÉ?

di Gianni Conti

**P**oche città al mondo custodiscono i simboli del bello come Firenze. Gli artisti, i filosofi, i critici e i poeti in tutti i tempi hanno dipinto, scritto e definito i caratteri della bellezza. Dunque, la bellezza è qualità da evidenziare, da ammirare in ogni cosa, in ogni essere vivente. Il corpo umano, il creato, il pensiero, la poesia, la tecnica, creano il "bello". Io credo che un dipinto possa essere bello anche se rappresenta persone o cose brutte. Uno spettacolo, un romanzo, un film possono essere belli anche se narrano o raccontano cose spiacevoli e sconvenienti. Penso anche che l'opera d'arte è sempre in quanto tale; indipendente dal soggetto, dalla forma e dallo stile. Tutto questo trova la sintesi in Firenze: museo all'aperto e capolavori dell'umanità racchiusi e custoditi nei musei cittadini.

Questa consapevolezza di possedere un patrimonio universale è stata la motivazione nobile e manageriale che ha suggerito all'Associazione internazionale di Management "Florence Management Way", presieduta da Gianni Gentili, di promuovere, d'intesa con il Dipartimento di Scienze per l'economia e l'impresa dell'Università di Firenze, la Confindustria di Firenze, la Biblioteca e l'Opera Medicea Laurenziana, un pregevole convegno sul tema «Bellezza e Desiderio: Make Italy», nella storica Biblioteca Medicea Laurenziana del complesso della basilica di San Lorenzo a fine novembre.

La partecipazione di imprese, banche, professionisti, imprenditori, operatori culturali, professori e dirigenti d'azienda è stata notevole e scientificamente qualificata. La finalità e la missione dei temi si possono sintetizzare su concetti quali attrarre, sviluppare e diffondere da Firenze nel mondo «buone pratiche manageriali e professionali», per sviluppare un'economia basata su conoscenza/competenza/merito, anche formando in tale direzione i giovani, sostenendo i meritevoli.



CONTI

«Bellezza, desiderio e impresa per far crescere il nostro Paese» è quindi il tema lanciato da Florence Management Way che, presente a Londra, Abu Dhabi e altre sei città italiane, ha scelto con coerenza Firenze per la sua sede nazionale.

Firenze quale Bellezza e – ricorda Massimo Ruffilli in un suo articolo –, come scrive il Vasari nelle sue *Vite*, Firenze quale binomio di «desiderio di eccellere» e di «formae mentis libere». Menti cioè forgiate da un'interdisciplinarietà che rende liberi nelle scelte/azioni a maggior contenuto valoriale. È appunto l'interdisciplinarietà la chiave di volta dell'associazione Fmw composta da persone desiderose di eccellere, di professionisti, manager, amministratori delegati, presidenti e imprese, anche internazionali; gli associati spaziano dalla filosofia, alle arti, alla scienza, al comportamento organizzativo. L'interdisciplinarietà libera l'innovazione e quindi la capacità di creare conoscenza con valore economico per la società.

Il convegno ha voluto avviare un sostanziale contributo programmatico per la promozione e la diffusione dell'economia della conoscenza, delle reti di conoscenza e quindi della cultura e delle sue risorse artistiche presenti nel nostro Paese. Risorse artistiche quali medium educativi e imprenditoriali: le grandi opere, sapute leggere anche con riferimento al contesto e alla committenza, diffondono da ogni poro conoscenza e competenze non solo in campo culturale, ma anche nel fare attività economica, nel fare impresa, nel fare, appunto, Italia.

Gli obiettivi di sviluppo proposti dai qualificati relatori tengono conto, oltre che delle fondamentali esigenze di diffusione dell'educazione di base, della formazione culturale mirata sulla conoscenza; quindi anche conoscenza di luoghi, musei e biblioteche, della storia della città e del Paese che gestisce quel patrimonio artistico e letterario millenario proprio della nazione e, voglio aggiungere, del mondo.

Il turismo di massa e la forte immigrazione degli ultimi anni in direzione dell'Europa impongono, alle istituzioni pubbliche e private, la necessità di soddisfare una nuova domanda sociale di preparazione educativa, che scaturisce dalla neo società multirazziale, oltre che dalla valutazione della domanda di occupazione in termini di strutture professionali e manageriali.

Dunque, non si tratta di produrre il "Bello" o il "Desiderio", ma di divulgare la tradizione artigianale e imprenditoriale esistente nel nostro Paese e particolarmente presente in molti antichi quartieri delle città toscane e non.

Nel tempo della crisi economica, dell'enorme disoccupazione giovanile, Florence Management Way sviluppa anche i temi relativi ai beni

culturali, punta avanzata della cultura italiana, e alla concreta opportunità di creare nuovi posti di lavoro per le nuove generazioni, se forgiate, come ispira appunto un'opera come il *David* di Michelangelo, a essere "artefici di se stessi", imprenditori del proprio sé come punto di partenza; questo prima ancora di forgiare qualsiasi attività da svolgere nel presente o nell'immediato futuro.

Insomma, un convegno non solo per celebrare le opere di Michelangelo, di Sandro Botticelli o del Brunelleschi, ma soprattutto per potenziare la produttività culturale, la maggior visione dei musei cosiddetti minori, che tanto possono educare, oltre al rilancio di un piano economico per l'ulteriore valorizzazione del patrimonio culturale. Una risorsa strategica che molti paesi non hanno. In particolare, l'utilità delle risorse da destinare allo sviluppo, non solo della cultura d'impresa, ma anche dei beni culturali, visto come investimento con ricaduta in termini occupazionali.

Per poter incidere in tal senso, non solo con i manager e l'impresa, ma anche, e non di meno, nella e per la società, Florence Management Way ha di fatto focalizzato quattro pilastri della propria tavola rotonda aperta alla società civile: il primo, gli imprenditori e le imprese; il secondo, quali attori economici critici per lo sviluppo, le istituzioni bancarie e assicurative; il terzo, il territorio, composto da istituzioni, università, giovani e persone "normali" di cui abbiamo tanto bisogno; infine il quarto pilastro, come pietra angolare del progetto Fmw: la Bellezza come modo di fare e, ancor prima, come modo di essere.

Va da sé quindi l'attenzione di Fmw alla cura e allo sviluppo della conoscenza e della preparazione dei futuri attori naturali del presente e del futuro del nostro Paese, i giovani. Attenzione, quindi, allo sviluppo del sé imprenditivo, della cultura d'impresa e del patrimonio culturale artistico che tanto ha formato e tanto può e deve ancora educare.

*Hanno partecipato a «Bellezza e Desiderio: Make Italy» la padrona di casa Ida Giovanna Rao, direttrice della Biblioteca Medicea Laurenziana e il presidente dell'Opera Medicea Laurenziana, ingegner Enrico Bocci. Tra le istituzioni la Camera di Commercio di Firenze con il presidente Leonardo Bassilichi e l'Università di Firenze con il direttore del Dipartimento Disei, professor Gaetano Aiello. Nei saluti il professor Garlaschelli dell'Università Cattolica e quelli del professor Gabrielli, preside dell'Università Ludes di Lugano. Per le banche: Intesa Sanpaolo, ChiantiBanca, Ubi Pramerica,*



CONTI

*Associazione Nazionale fra le Banche Popolari. Tra le imprese: Locman Italy, con il presidente Marco Mantovani, la multinazionale L-Foundry, con il presidente Sergio Galbiati, Nicky e Cappellificio Cervo, a presidenza Maurizio Romiti. Tra i relatori i manager e i molti associati e membri del comitato scientifico Fmw: Carlo Majorana – cugino di Ettore Majorana –, Gaetano Giaquinta, già ordinario di Struttura della Materia all'Università di Catania, il professor Panayotis Kantzas, presidente della Società Italiana di Psicologia Politica, il professor Rolando Bellini, ordinario di Storia dell'Arte all'Accademia di Brera, il professor Luciano Bozzo, delle Relazioni internazionali dell'Università di Firenze, il presidente di Sici, Sviluppo Impresa Centro Italia, avvocato Daniele Taccetti e, infine, il dirigente dell'Associazione Nazionale fra le Banche Popolari, Cesare Pacioni che, durante il convegno, ha ricordato l'agire di Giorgio La Pira, un agire ispirato con trascendenza dalla Bellezza: «attraverso la Bellezza si realizza la dignità della persona, del cittadino». Chairman di «Bellezza e Desiderio: Make Italy» Gianni Gentili, presidente di Florence Management Way.*

