

Anche la mostra su Palladio sbarca nella Grande Mela. Il Nordest punta a candidarsi come capitale europea della cultura

Eccellenze venete alla conquista degli Usa

Vetrina a New York per Innovation Valley e Festival delle città d'Impresa

dall'inviata Alessandra Carini

NEW YORK. Se la griglia delle strade che attraversano Manhattan fosse una rete da pesca vi trovereste «impigliate» più di cento aziende nordestine e un centinaio tra artisti, fotografi, designer che provengono dalle tre regioni più industrializzate d'Italia: da Caovilla a Marcolin, da Magis a Fossil, da Venini a Bisazza, da Benetton a Valcucine a Solari per arrivare a ristoranti come Cipriani e ora i trevigiani Zorzi. Ma se chiedete ad un americano dove sta il Veneto o il Friuli-Venezia Giulia (non Venezia, ovviamente) vi guarderà con aria interrogativa, come se gli aveste chiesto dove sta la luna.



René
Caovilla



Maurizio
Marcolin



Piero
Bisazza



Arrigo
Cipriani

Eppure quella rete immaginaria di aziende, tessuta da innovatori, dalla loro capacità di ideare prodotti e di venderli in mezzo mondo, dalla loro abitudine a trovare nuove strade per vincere una concorrenza spietata, ha oggi di fatto sostituito nella realtà, non nell'immaginario per il quale resiste indomita la Little Italy dei caffè che vendono cannoli siciliani, l'Italia della fabbrica e del fare. Quella, per capirsi, che oggi tenta di vincere, con l'innovazione, una delle crisi più difficili della sua storia.

Per presentarla agli americani (ma forse anche agli stessi nordestini che conoscono le maglie ma poco questa rete virtuale, ma non immaginaria), a New York, all'Istituto italiano di cultura, gli uomini che l'hanno promossa e che l'hanno battezzata Innovation Valley (proprio con la e) Valley, hanno tenuto una conferenza che ha illustrato anche la seconda edizione del Festival delle

città d'Impresa, la più importante manifestazione culturale dedicata alle città d'impresa, che si terrà in alcuni centri nordestini. Duecento relatori in 50 eventi e conferenze, 10 mila partecipanti attesi tra cui 500 studenti di università della vecchia e della nuova Europa, cinque Comuni, tre Regioni, cinque associazioni industriali coinvolte, il Festival

si terrà tra il 2 e il 5 aprile.

«Quattro giorni — dice Filiberto Zovico, direttore della rivista Nordesteuropa che lo ha promosso — in cui si racconterà la trasformazione di questo tessuto produttivo, culturale e sociale e nel quale saranno protagonisti gli imprenditori e gli uomini di cultura che hanno interpretato questo miracolo economico internazionale». Numerosi i politici e gli studiosi presenti (il programma completo si trova sul sito www.festivalcittaimpresa.it) ma soprattutto un'idea quella di attivare il «circuito vizioso della conoscenza» mettendo in relazione i processi creativi con la dimensione creativa dell'impresa e la sua capacità di ideare prodotti intuendo bisogni che si vanno affermando sui mercati globali. Un'idea e insieme un'ambizione non da poco: quella di candidare quest'area, che è ormai di fatto macroregione, ad essere nel 2019, capitale europea della cultura.

Già la cultura, tema messo in ombra da anni in cui si è discusso solo di fatturati e di performance, storie industriali miracolose e profitti altrettanto eclatanti, ma che hanno anche seppellito uno sviluppo urbano equilibrato spesso devastando un territorio denso di cultura. Guido Beltramini, direttore del Centro di studi Palladiani, oggi pendola tra Londra e New York a illustrare la

mostra su Palladio che dopo la Royal Academy arriverà negli Stati Uniti, a New York. «Una delle prime domande che mi fanno gli stranieri quando vedono le incantevoli ville è proprio quella cruciale: che cosa fate oggi per proteggere questi territori?». Eppure, come spiega a un uditorio anche un po' stupito, le ville Palladiane, erano non solo un'esibizione di patrimoni e di potenza nobiliare, ma il centro produttivo di una classe mercantile veneta che aveva affidato a queste incantevoli architetture il compito di essere con la loro bellezza, residenze di prestigio e, diremmo oggi, di public relation e centri produttivi veri e propri, macchine volte alla produzione in agricoltura e anche ai «rapporti politici». Palladio trasformò i bisogni di una classe produttiva in architettura, dando inizio a quello sviluppo nordestino, fatto di multi territorialità e decentramento (contrapponendosi a quello della Lombardia e al Nordovest dei grandi proprietari) che, attraverso i secoli si è rovesciato nel Nordest di oggi.

Se di recupero della cultura è fatta anche l'identità di un territorio, oggi, con la crisi che incombe sulle aziende, sembra difficile mettersi a discutere di cose così sofisticate. Ma la sfida è anche rilancio: Renzo Rosso, uno dei firmatari del manifesto della In-

novation Valley, ha celebrato a ottobre nel mezzo del crac di Borsa, i trent'anni dell'azienda con le file fuori dai negozi per acquistare i suoi jeans. E ieri ha aperto a New York la settimana della moda con megafilata e concerto di Jovanotti. E che qualcosa stia cambiando nel rapporto impresa-cultura comincia a vedersi: sono 12 industriali a finanziare il centro di studi palladiani e rendere possibile il viaggio della mostra del mondo. Sono decine che promuovono insieme alle loro imprese, iniziative culturali nell'arte moderna. Forse non sarà Palladio, ma in un Paese dove per primi si tagliano gli stanziamenti culturali e si considera un optional la programmazione del territorio, è un inizio.

