

2 **Biennale** Arte, architettura, cinema, danza, musica, teatro. Nata alla fine dell'Ottocento per rianimare la vita artistica di una Venezia nebbiosa e decadente, la Biennale è diventata, nel corso dei decenni, l'ombelico

culturale della città, aprendosi in direzioni sempre nuove e divenendo tribuna internazionale con la mostra d'arte cinematografica che ogni estate porta in Laguna i grandi divi della Decima Musa: un

tripudio di flash e di lustrini. La mostra del Cinema è forse la migliore idea pensata per Venezia da un secolo, il Novecento, per altri aspetti disastroso.
Il simbolo di un Veneto sempre in mostra.



L'ANALISI DI ZOVICO

«Il segreto? L'agilità di un capitalismo informale»

di Alessandro Marzo Magno

Capitalismo orale: è questa la via veneta all'impresa. Un metodo per innovare in cui c'è poco di codificato e molto di chiacchierato. Filiberto Zovico, editore di *Nord-desteuropa.it*, lo dice con parole più eleganti: «La forza motrice di questo capitalismo è che tutto avviene per reti informali». Ma la sostanza è la medesima. Un tempo le idee, le innovazioni si sviluppavano in piazza o in osteria; oggi nel salotto di casa, la sera con un gruppo di amici. Ci si confronta, si discute, si traggono conclusioni che la mattina dopo vengono applicate in azienda. Gli americani dicono che è stato fatto un *brain storming*, i veneti «quattro ciacoe». È esattamente la stessa cosa.

Questa che è la forza dell'innovazione in salsa veneta, da qualcuno è considerata anche la sua debolezza: non ci sono dati, non c'è coordinamento, ognuno procede in ordine sparso, è difficilissimo ricostruire serie statistiche perché per scoprire quali aziende innovino e quali no bisognerebbe visitarle una per una, ed essendo oltre 450 mila sarebbe un lavoro complicatissimo. Zovico però non è d'accordo che si tratti di un fattore negativo. «Il fatto che non si sia nemmeno in grado di misurare la capacità innovativa delle aziende dal mio punto di vista è un punto di forza. Consideriamo quanto è avvenuto di recente, durante questa crisi: mentre i grandi gruppi studiavano programmi, facevano riflessioni, determinavano nuove strategie, l'impresa veneta nell'arco di un mese ha ribaltato tutti i piani e se n'è uscita con nuovi prodotti. Chiaro che il tasso di innovazione è impossibile da misurare, perché si tratta di un'impresa padronale».

Quindi la mancanza di codificazione, a parere di Zovico, non è un difetto strutturale del sistema veneto, anzi. «Il limite si è rivelato la sua forza, in un contesto in cui possono morire dieci imprese perché non fanno innovazione, ma intanto ne nascono altre dieci».

Nella sostanza il tasso d'innovazione rimane un fattore etereo, impalpabile, che caratterizza l'impresa veneta, ma che non si lascia acchiappare. «È possibile misurarlo? No. È rilevante misurarlo? No. Bisogna trovare altri sistemi per evidenziarlo, magari censendo le singole imprese», osserva Zovico.

La negatività forte, a parere di Zovico, è un'altra: è la mancanza di raccordo con il mondo accademico. «Il problema è il rapporto tra un'impresa informale e un'università formale. L'università italiana è burocratizzata, poco elastica, esattamente il contrario del capitalismo veneto. È un gap forte che il mondo della formazione superiore non riuscirà mai a colmare. Si fa fatica a costruire una relazione tra impresa e ricerca», conclude. E il prodotto immateriale del Festival delle Città Impresa, che Zovico dirige, cerca anche di favorire il crescere di questa relazione.

maglieria per le grandi firme (da Armani a Valentino, da Sonia Rykiel a Dolce & Gabbana). Insieme ai fratelli Alessandro, Elisabetta (che è anche pianista), Nicola e alla madre, valorizza e sviluppa l'archivio aziendale, una straordinaria collezione di 30 mila capi e 15 mila campioni. L'archivio Miles è un incrocio perfetto di cultura e di business: scrigno di rarità vintage, come alcuni pezzi di Yves Saint Laurent degli Anni '60, è fonte viva di ispirazione per un'azienda che realizza 2000 prototipi l'anno.

«Il binomio cultura-impresa — dice l'economista Pier Luigi Sacco, dell'Istituto di Architettura di Venezia (Iuav) — è il vero futuro del Nordest. Un'area del Paese che qualche intellettuale mal informato continua a considerare landa desolata di sgobboni. Sulla base di una nostra ricerca risulta

che i distretti industriali più dinamici sono anche quelli in cui si sviluppa la capacità di iniziativa culturale più vigorosa». Da non sottovalutare in questo ambito il ruolo del **Cuoa** di Altavilla Vicentina, la Bocconi del Nordest, e dell'Università **Ca' Foscari** di Venezia, dove si insegnano quaranta lingue, tra cui il cantonese, lo yiddish e l'urdu.

Nuovi distretti, risparmio e famiglia restano l'architrave del territorio e della sua capacità di innovare, in un continuo alternarsi di continuità e rottura col passato. Molte altre storie testimoniano di questa capacità, e non tutte sono autoctone: per esempio la **Marchon** americana, il terzo gruppo mondiale dell'occhialeria, che ha scelto di insediarsi nel Nordest proprio per la qualità del territorio. «L'artigianato — dice l'amministratore delegato **Giancarla Agnoli** — è il presupposto stesso dell'in-

novazione, quando si creano nuovi materiali hi-tech combinandoli con quelli naturali. E qui l'innovazione fa parte del Dna». Oppure **Smania**, un'azienda dell'arredamento che sta puntando sui mobili ecologici e per questo ha creato il marchio **Environment Furniture**. «La crisi — sintetizza il patron **Giovanni Gallizio** — opera una selezione darwiniana: i più bravi ne approfittano per riorganizzarsi e progettare nuove offensive». Probabile insomma che l'alba dopo la recessione veda nascere e consolidarsi un nuovo tipo di imprenditore. Portatore di una cultura nuova, fatta di identità locale e di esperienza del mondo. Né localista né globalista a oltranza, ma con un po' dell'una e dell'altra anima. Già oggi si comincia a vederla nell'élite dei migliori.

esegantini@corriere.it

Vestito del futuro

Lino Dainese con la tuta spaziale che ha realizzato nel suo stabilimento di Vicenza per il progetto Marte. A sinistra la tuta che fu realizzata per Giacomo Agostini (©Bianchi/Massimo Pistore - Foto Lapresse)

STORIE DI AZIENDE/2

Bonotto, la fabbrica «lenta» della bio-lana

di Umberto Torelli

Tradizioni e attaccamento al territorio. Una storia di quattro generazioni da cui Giovanni Bonotto attinge l'esperienza di ogni giorno. Da quando il bisnonno Luigi nel 1913 mise in piedi una bottega di cappelli realizzati con la paglia di Marostica. Poi il nonno Giovanni negli anni Quaranta la trasformò in fabbrica artigianale di borse in pelle.

Venne la volta di papà Luigi, l'attuale titolare della fabbrica di tessuti a Molvena sui colli vicentini, lui invece andò a scuola dai Marzotto per apprendere l'arte della tessitura. E negli anni Settanta visse in prima

persona l'esperienza di Lexus. Il movimento d'avanguardia (di George Maciunas) che profetizzò il valore creativo di un'opera artistica come estensione della vita quotidiana. Da questo substrato culturale e dalla forte volontà di cambiamento nasce l'idea di dare una svolta al settore tessile, in crisi economica e di identità, oggi sopraffatto dalle manifatture made in Cindia (Cina e India): quelle a basso costo, realizzate in milioni di pezzi che invadono outlet e grande distribuzione.

Giovanni, 42 anni, che in azienda ricopre il ruolo di direttore creativo, compra una

decina di vecchi telai datati oltre mezzo secolo e mette in piedi la «fabbrica lenta a chilometro zero»: «Una macchina automatica a controllo elettronico — spiega Bonotto — produce 200 metri di tessuto al giorno e un operaio ne controlla 4-5. Invece un vecchio telaio giapponese degli anni Quaranta di

Riprese molte fasi artigianali per evitare il prodotto di serie

stoffa produce non più di 25 metri, e per farlo "girare" occorre un operaio che, chiavi e oliatore alla mano, verifici di continuo gli ingranaggi».

La fabbrica lenta recupera in questo modo decine di operazioni artigianali compiute nel passato e il prodotto finito diventa soggetto e non un oggetto

Manufatti a chilometro zero: ogni capo prende forma in loco

riprodotto in serie. È attrattivo, con una sua seduzione, perché di fatto quei 25 metri di stoffa diventano un manufatto unico. «Chilometro zero» si riferisce al fatto che ogni singolo capo prende forma in loco. Interessa l'intero comprensorio vicentino, perché la Bonotto Spa dà lavoro alla filiera delle microaziende locali. Questo lo hanno capito i vari Yves Saint Laurent e Gucci, Hermes, Vuitton e Ugo Boss, ma anche Marini e Marella tanto per citarne alcuni.

«In azienda da tempo abbiamo deciso di dire basta ai prodotti frutto di operazioni marketing e dettati dalla logi-



Tradizione Giovanni Bonotto, fondatore della «fabbrica lenta»

ca della comunicazione — continua Giovanni Bonotto — perché la saturazione del mercato sta uccidendo la credibilità del settore. Compreso il made in Italy». Ecco perché a Molvena studiano già i prodotti in biolana, una lana naturale che non fa uso di prodotti chimici né coloranti: «Abbiamo depositato il marchio e vogliamo essere la risposta al cotone organico».

La ricetta della fabbrica lenta sembra funzionare visto che la Bonotto Spa (32 milioni di fatturato) in una dozzina d'anni è passata da 70 a 250 dipendenti e complessivamente dà lavoro a un indotto di 2400 persone.

Qui l'operaio non è un alienato costretto a «strucare il botton» (schiacciare il bottone), ma si trasforma in «maestro d'arte tessitore».