

COLLOQUIO

00259 **BONOMI:** 00259

LA CULTURA È IN GRADO DI CREARE PONTI

di **Stefano Salls**

— a pagina 1

BONOMI: «LA CULTURA SA CREARE PONTI»

L'idea e il progetto

«**D**a presidente di **As solombarda** prima, e poi di **Confindustria**, ho fatto davvero tante conferenze stampa e presentazioni. Ma, mi creda, l'emozione provata stavolta alla presentazione del progetto che ci vedrà portare 12 fogli del Codice Atlantico di Leonardo Da Vinci in America, con l'occasione dell'apertura della nostra nuova sede a Washington, non era ancora capitata. Ed è l'emozione per il progetto nel suo complesso, che tutti i soggetti coinvolti trasmettevano. Un progetto che costituisce quella che chiamo un' "Operazione Paese" e che è un'operazione di diplomazia economica, di cultura e di slancio sociale». **Carlo Bonomi**, presidente di **Confindustria**, sceglie con cura le parole e le pronuncia con l'orgoglio e la consapevolezza (ma anche con l'umana empatia per la situazione) che stavolta si tratta di qualcosa che va oltre, anche se li comprende, gli interessi delle imprese e il ruolo che

gioca l'associazione su tavoli internazionali: ne va del prestigio, della tradizione, dell'identità (parola scivolosa eppure ogni tanto da spendere) dell'Italia.

Racconta con entusiasmo la genesi e il compimento di un percorso che, dal 20 giugno, rivelerà, una volta di più, agli Stati Uniti l'incredibile ricchezza e la persistente unicità dell'essere e del fare italiano, in nome della cultura. «Il presupposto era questo: avevamo una sede a Bruxelles, aperta nel '58, ma oggi l'attività di rappresentanza va portata e intensificata su scala internazionale, visto il mercato domestico e visto che il nostro sistema lo reggiamo sull'export. Abbiamo scelto di rilanciare nel mondo, prima con Kiev, poi Singapore e ora Washington. E, l'anno prossimo, con una nuova apertura». A questo punto bisognava trovare un degno ambasciatore: e Leonardo è oggettivamente il più autorevole.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

UN GENIO POLITECNICO AMBASCIATORE D'ITALIA

L'idea e il progetto. **Carlo Bonomi**, presidente di **Confindustria**, spiega le ragioni che hanno portato ad aprire una nuova sede a Washington e inaugurarla con una mostra aperta a tutti, a misura di bambino e densa di significati per le imprese

Del resto, aveva tutte le caratteristiche giuste. «Con l'occasione dell'apertura di una nuova sede volevamo raccontare l'industria italiana in maniera distintiva. **Confindustria** deve creare un immaginario ponte, l'ingegno, il saper far bene, la cultura e il sociale, in modo da poter raccontare il valore dell'impresa».

Leonardo da Vinci – la forza dei suoi disegni, la qualità infinitesima dei particolari, il suo essere tanto "meccanico" quanto "umanista" (anche se lui si definiva «omo senza lettere») fondendo i due aspetti con un risultato che è sempre maggiore dei singoli addendi e persino l'essere so-

pravvissuto, quel suo librone fitto, a mille peripezie (come spiega bene Alberto Rocca) – non poteva che essere il candidato migliore. Più dei mille quadri e di altri tipi di arte, sebbene sublime, che si potevano scegliere.

«La Biblioteca Ambrosiana ha colto subito la nostra proposta» spiega **Bonomi**, «che coincide con la loro missione sociale di apertura delle porte della cultura e che li contraddistingue fin dalla fondazione. Abbiamo selezionato con loro 12 tavole delle oltre mille: quelle pagine del *Codice* che potessero raccontare al meglio i temi dell'industria, della tecnologia e della tecnica, dell'innovazione, quindi di macchine, strumenti, ingranaggi...». Ma oltre all'aspetto, diciamo

così, visivo, c'è quello, più importante, che è simbolico. «Da Vinci è patrimonio del nostro Paese, ma è patrimonio dell'umanità: e sia noi che gli americani abbiamo subito capito che esporre in una biblioteca pubblica, mettendo a disposizione di tutti i fogli dell'*Atlantico* è un tratto distintivo di



questo progetto. Ma non solo: gli americani hanno condiviso immediatamente con noi la possibilità di fare laboratori per i bambini, che potranno riprodurre le macchine viste nei disegni del Maestro». In ogni caso, in formato digitale, sarà visibile tutto il *Codice*.

Il ruolo dell'industria nella cultura segna, con questa operazione, un altro punto di svolta. «Anche se dobbiamo fare autocritica» ricorda **Bonomi**. «Noi industriali; ma noi italiani in genere. Non ci sappiamo raccontare. È invece importante, perché l'industria si occupa di cultura e di sociale molto spesso. Se guardiamo a dove il sistema pubblico arretra, quegli spazi li occupa l'industria italiana. E, per stare alla cultura, ci sono imprese che adottano monumenti, giardini, biblioteche, opere d'arte, teatri. Da molti anni l'industria fa questo ma non riusciamo a raccontare il cambio di paradigma. L'industria non è il problema, è la soluzione». Un tema, que-

sto, che fatica ad essere capito dagli intellettuali (e che questo giornale, anche con questo supplemento, si sforza di offrire ai lettori) e che, invece, risalendo nel tempo, trova esiti assai diversi. «Leonardo rappresenta perfettamente quella "cultura politecnica" che è alla base della fortuna delle industrie italiane. Il grande salto nel secondo dopoguerra è stato fatto quando gli imprenditori italiani sono andati negli Usa e hanno iniziato ad applicare le loro tecnologie, ma ripensandole, perché abbiamo grande capacità di innovare e di creare, un tratto peculiare incarnato al massimo da Leonardo». E gli stessi partner americani sono stati colpiti da questa iniziativa della **Confindustria** e dei suoi compagni di viaggio. «Non si aspettavano un approccio di questo tipo, forse uno più pragmatico. Invece noi andiamo lì dicendo che raccontiamo qualcosa di diverso, che parliamo di storia, attenzione al sociale, secondo un movimento di pensiero che ri-

vede l'intero approccio al fare impresa». E con questi valori viaggia, allo stesso tempo, «l'attenzione alla comunità italiana, non solo quella di terza o quarta generazione, ma anche i tanti ricercatori e scienziati che abbiamo nelle università e nei laboratori. Dovremmo tutti ricordarci che cos'è l'Italia, adottare un atteggiamento diverso anche nei confronti dei "cervelli in fuga": dovremmo adottare un modello che li leghi a noi, perché rappresentano l'Italia e possiamo, con loro, avere accesso a laboratori, conoscenze, saperi nuovi. Dobbiamo essere capaci di unire conoscenza, valori, tradizioni e innovazioni. Quest'operazione è uno strumento di diplomazia economica. L'industria non è solo business e la cultura è capace di creare ponti». Metafora, sì, ma date un'occhiata a quello (autoportante) concepito e disegnato da Leonardo. Sapreste dire in quale libro si trova?

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«Omo senza lettere». Così si definiva Leonardo ma il *Codice Atlantico* ne mostra le qualità da «meccanico» e «umanista»

