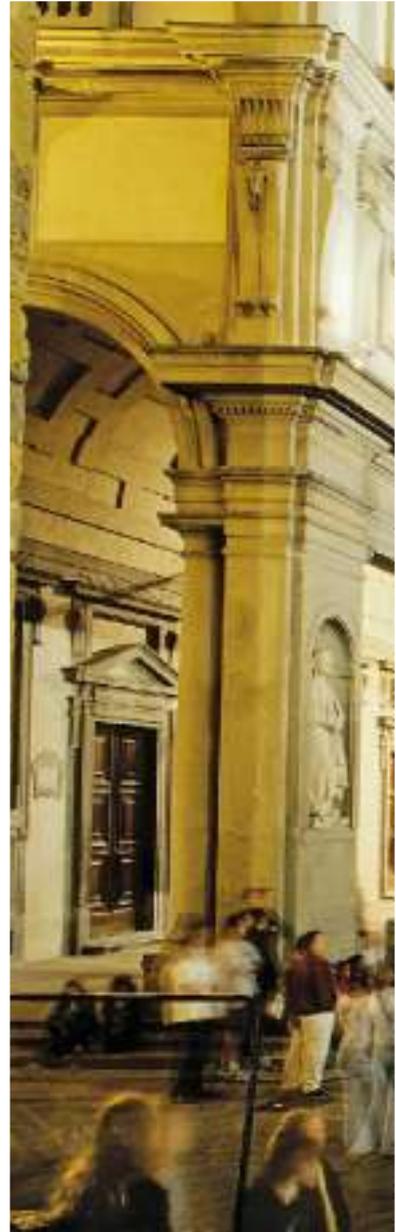


Metti un manager al museo

Perché al centro di un'impresa di successo c'è il processo creativo. Che si impara agli Uffizi come ad Assisi o ai Fori romani. È la proposta di una guru Usa. Che qui spiega per quali motivi l'Italia è favorita

COLLOQUIO CON NANCY ADLER DI FRANCESCA SIRONI



Altro che studenti, turisti o facoltose signore. A far la coda per entrare agli Uffizi o alla Cappella Sistina dovrebbero essere gli industriali. Manager e imprenditori, seduti davanti a Raffaello o a Picasso per prendere familiarità con la strategia più trendy del momento: la bellezza. Se ne parla sulla rivista di economia di Harvard, all'“Academy of Management”, la Copenaghen Business School ha dedicato al rapporto fra arte e leadership un intero dipartimento. Fra i guru di questa teoria, che mette al centro del successo d'impresa la creatività e sostiene che il presente non si possa più affrontare con i modelli del passato, c'è sicuramente Nancy Adler, professore di Economia internazionale alla McGill University di Montreal, in Canada, autrice di decine di libri e centinaia di articoli sul tema, oltre che consulente di compagnie e governi in giro per il mondo. A Milano è atterrata poche settimane fa per TedxNavigli, un evento che ha riunito accademici e manager per parlare del “Potere dell'amore”.



Cosa c'entra l'arte con l'imprenditoria?

«Le aziende si trovano oggi a operare in un mondo che cambia molto più velocemente di quanto non facesse prima. La crisi economica non ha fatto che accelerare e rendere drammatici processi già in atto: interconnessione globale, turbolenza dei mercati, imprevedibilità della domanda. Per affrontare questo scenario non si può più fare affidamento sulle strategie che funzionavano anche solo dieci anni fa. Gli imprenditori devono essere capaci di creare continuamente nuove idee. Di proiettarsi nel futuro. Oggi valgono di più i sogni che i manuali di management. E da chi possono imparare gli industriali questo approccio visionario alla realtà, se non dagli artisti? Il direttore esecutivo di Google, Eric Schmidt, lo ha detto nel 2003: “Bisogna portare gli artisti all'interno delle aziende perché saranno loro a creare “the next big thing”».

Che cosa può dare un museo a un imprenditore?

«Molto più di quanto non si immagini.

L'ECONOMISTA NANCY ADLER.
SOPRA: LA GALLERIA DEGLI UFFIZI A FIRENZE