



Nomos Edizioni

**“IL TALENTO DELL’ IMPRESA
L’ IMPRONTA RINASCIMENTALE IN DIECI AZIENDE ITALIANE”**

A cura di Giovanni Lanzone e Francesco Morace

Fotografie di Martino Lombezzi

pp. 240, euro 68

*Fare impresa nel XXI secolo guardando al Rinascimento. In Italia si può e c’ è chi lo sta facendo
10 case histories d’ eccezione*

Un anno fa, un gruppo di ricercatori di varie discipline, legati dalla stessa visione del mondo e del modo di fare impresa - oltre che dall’ appartenenza a un’ Associazione (The Renaissance Link) che raccoglie coloro che condividono tale visione - si propone di individuare le 10 aziende italiane che maggiormente rappresentino, in questo momento storico, un modo di fare impresa che segua alcuni valori fondativi: la passione per il fare, il rispetto per l’ armonia e il senso del bello, l’ attenzione al territorio in cui si opera, una leadership illuminata che abbia attenzione anche agli aspetti culturali del creare e produrre, il ricorso all’ uso dei talenti più diversi nella realizzazione del prodotto. Tutti quei valori, insomma, che nacquero nel Rinascimento, e che vennero poi largamente ripresi e coltivati nella grande stagione del design italiano del secondo dopoguerra.

Da questa lavoro di ricerca e indagine scaturisce ora *Il talento dell’ impresa* (a cura di Giovanni Lanzone e Francesco Morace, con le fotografie di Martino Lombezzi, *Nomos Edizioni*), un libro a più mani che racconta il percorso di questa esplorazione e ne illustra i risultati.

Delle dieci imprese selezionate vengono nel libro analizzati il corpo e l’ anima con una metodologia qualitativa che rasenta l’ indagine antropologica, attraverso l’ utilizzo di tecniche diverse e integrate: il reportage fotografico, l’ analisi sociologica, la riflessione sulle tendenze evolutive e sull’ eredità impegnativa che ci arriva dalla storia del nostro Paese.

Le storie degli imprenditori che ne sono a capo sono raccontate attraverso la voce diretta dei protagonisti e seguono tutte il filo personale del legame con la famiglia e con il territorio di origine. Emerge subito la coesistenza di un sapiente utilizzo dell’ innovazione tecnologica e della multidisciplinarietà con un ricorso costante al saper fare e alla cura produttiva di un *made in italy* eccellente e sostenibile, dall’ insospettata capacità competitiva a livello internazionale.

Ognuno di questi imprenditori partecipa con grande empatia non soltanto alle vicende della sua famiglia e della sua cerchia di amici, ma anche a quelle del territorio cui appartiene e nel quale opera e della comunità che ci vive. E’ soprattutto su questa empatia che costruisce le regole della sua attività, della sua condizione, della sua impresa.

Il suo lavoro, curato nei dettagli, fatto di particolari e di manualità unica, riguarda le estetiche ma anche i processi creativi che nascono e crescono in una dinamica vicina a quella della bottega rinascimentale.

Le suggestive fotografie di **Martino Lombezzi**, dell’ Agenzia Contrasto, sono parte integrante del racconto, cui danno corpo e colore esaltando aspetti e particolari che solo l’ occhio attento di un grande professionista sanno cogliere e trasmettere.

Giovanni Lanzone

Filosofo. È direttore del Master di Business Design di Domus Academy, scuola post-universitaria di design di Milano e visiting professor in marketing strategico presso la Bilgi University di Istanbul. Il corso, rivolto prevalentemente a studenti stranieri, ha come suo asse portante la creatività italiana ed i suoi modelli di business. Eletto nel 1990 nel Consiglio Comunale di Milano è stato assessore alle Politiche del Territorio dal 1988 al 1992. E' giornalista professionista dal 1979.

Francesco Morace

Francesco Morace. Sociologo, giornalista e autore di numerose pubblicazioni tradotte in diverse lingue sul tema delle tendenze di consumo e del cambiamento sociale. Fondatore e presidente dell'Istituto di ricerca Future Concept Lab partecipa a convegni e seminari in tutto il mondo. Tra gli ultimi libri ricordiamo *Consum-autori, Il senso dell'Italia* - entrambi per i tipi di Scheiwiller - e *Verità e Bellezza*, per la Nomos. Ha un blog quotidiano, *PreVisioni e PreSentimenti*, su Nova 100 del Sole 24 ore.

Linda Gobbi

Sociologa, specializzata in Metodologia e Tecniche di Ricerca, è partner di Future Concept Lab, dove dirige l'area delle ricerche ad hoc. Docente a contratto di Tecniche di Ricerca Qualitativa, Master in Marketing Research, svolge il corso anche presso la sede universitaria di Buenos Aires, Facoltà di Economia, Università di Bologna.

Fra le pubblicazioni più recenti è co-autore di "Leggere le tendenze" (Lupetti, 2007); "Focus Groups per il Marketing" (Franco Angeli, 2008). Per *il Talento dell' Impresa*, ha disegnato la metodologia della ricerca, condotto i Dialoghi ed elaborato il contenuto trasversale dei risultati.