

# VareseNews

## Fragili e belle. Le imprese italiane al Festival della letteratura

Pubblicato: Lunedì 10 Settembre 2012



**Nomos Edizioni** sarà al «Festival della letteratura di Mantova». La casa editrice dei fratelli **Benedetta** ed **Emanuele Tosi** di Busto Arsizio sabato 8 settembre (ore 18 Teatrino D'Arco) presenterà **“L'impresa del talento”**, un interessante volume sui territori creativi delle aziende italiane, curato da Linda **Gobbi**, Giovanni **Lanzone** e Francesco **Morace**. Da anni ormai si ragiona su come uscire dalla crisi, il cui contagio è passato dal livello finanziario all'economia reale. Poiché le vecchie ricette non aiutano a trovare la via d'uscita, è evidente che bisogna affidarsi a qualcosa d'altro, guardando a chi dalla crisi non è stato toccato. In alcune aziende ci sono caratteri distintivi che hanno permesso di continuare a crescere nonostante il contesto negativo. Oltre "all'immancabile" innovazione, **la ricerca della bellezza del prodotto**, **la passione** e **la trasformazione** dell'impresa in un luogo dove prevalgono la **persona**, **la condivisione** e l'aspetto **comunitario** più che quello gerarchico e di comando.

E poi c'è il **talento** che è l'elemento comune dei **dieci casi imprenditoriali trattati nel libro**. «Il senso della ricerca, giunta ora al secondo anno e al secondo libro – spiega l'editore – è di mostrare quel che il Paese ai suoi piani alti (istituzionali o finanziari) ostentatamente ignora: la vitalità e la tenacia delle imprese italiane. Abbiamo voluto titolare questo secondo libro, con un singolare capovolgimento di senso rispetto al primo, "L'Impresa del Talento", per dire tutta la fatica, gli ostacoli e spesso le incomprensioni che circondano il fare impresa oggi in Italia, ma anche per raccontare casi straordinari di tenuta e di riuscita».

**Francesco Morace**, uno dei tre curatori del volume, nella sua introduzione esprime un concetto che può sembrare contraddittorio, ma che in realtà apre una via nuova alla comprensione del successo del made in Italy (il terzo brand più conosciuto al mondo dopo **Coca Cola** e **Visa**): «In questo passaggio epocale il messaggio che bisogna lanciare al mondo dell'impresa è: bisogna amare – del nostro Paese – la sua **fragilità**». E per preservare questa **fragile ricchezza** occorre un nuovo rinascimento i cui perni strategici sono la **sensibilità** e **l'intelligenza** delle persone e dei territori.

Redazione VareseNews  
redazione@varesenews.it

