

## PadovaEconomia

# Creatività anti-crisi ma l'impresa "vince" solo aggiungendo fatica

(M.B.) Creativi si nasce o si diventa? Una domanda alla quale hanno risposto artisti, scrittori, e imprenditori riuniti ieri nella sede di Confindustria Padova alla Stanga, chiamati da Fòrema - Formazione per lo sviluppo dell'impresa - per parlare di creatività e di come l'estro, la fantasia, l'inventiva, possono aiutare a sconfiggere la crisi economica. Presenti al

confronto-dibattito, tra gli altri, c'erano il presidente dei Giovani imprenditori di Confindustria Jacopo Silva, Giorgio Pellizzaro della Scuola italiana di design, Alessandra Pivato, imprenditrice e presidente del Comitato di gestione del Premio Campiello Letteratura, Giancarlo Marinelli, regista e scrittore, Luca Dall'Omo, chef creativo, e l'artista veneziano

Piergiorgio Baroldi.

«Chi nasce creativo è fortunato, non ci sono dubbi - attacca Alessandra Pivato - però creativi si può anche diventarlo. La creatività, essendo fatta di strumenti e metodo, può essere esercitata. E per quanto riguarda gli scrittori, io credo siano spesso degli artisti, ma un'opera non è solo il risultato della fantasia. È anche regola e sistema attraverso i quali si esprime la genialità».

E chiamato direttamente in causa, a spiegare cosa rappresenta la creatività nel suo lavoro e nella sua vita, interviene lo scrittore e regista Giancarlo Marinelli: «Tutti si è creativi. La cosa importante è avere la necessità per diventarlo». Che

per l'artista può essere rappresentata dalla povertà oppure dalla mancanza di un amore.

«E' infatti nell'assenza che si diventa creativi - riprende Marinelli -, e quando mancano si deve avere la creatività per inventarle. Solo infatti la povertà o la perdita di un amore ci offrono, davvero, l'occasione per esprimere la nostra fantasia».

Ma l'invenzione, il genio, la creatività non sembrano essere prerogative esclusive dell'universo artistico, come conferma Jacopo Silva: «Anzitutto il vero patrimonio delle aziende non sono le macchine o le strumentazioni tecnologiche, ma le persone. Che rappresentano il vero valore aggiunto per ogni attivi-

tà imprenditoriale. E per quanto riguarda la creatività, è una dote che si affina con lo studio e la preparazione, perché non è assolutamente vero che il colpo di genio sia sufficiente a far funzionare un prodotto o un'attività».

«Il successo è figlio della fatica - continua il presidente dei Giovani imprenditori di Confindustria Padova - dell'impegno e della tenacia, non solo quindi della fortuna o della creatività».

«E per "fare azienda" - termina Silva - anche l'imprenditore deve possedere la dote della fantasia. Questo non solo per risolvere i problemi e le situazioni impreviste, ma anche per trovare idee innovative».

