

# Forbes

## smallgiants

IL MAGAZINE DELLE PMI E DELLE STARTUP



GRAZIANO VERDI  
CEO DI ITALCER GROUP

**ESCLUSIVO**  
**CAROLYN SMITH**  
**E IL SUO IMPERO**  
**DELLA DANZA**



# COMPRA TE E MOLTIPLICA TEVI

*Hub industriali, aggregatori di piccole imprese e sbarchi all'estero:  
l'Italia ha compreso l'importanza di espandere i confini aziendali  
per accelerare i processi interni e acquisire competitività sul mercato*



#### MODA E DESIGN

### 69 La qualità non è un optional

Giacomo Spotti

### 72 L'artista della camicia

Pasquale Sasso

### 74 Il mago delle sneakers

Giacomo Spotti

#### INDUSTRY

### 77 I signori del poliuretano

Matteo Sportelli

### 80 La salute vien crescendo

Piera Anna Franini

#### AGRIFOOD

### 83 Eccellenza fino all'ultimo chicco

Raffaella Galamini

### 86 Quattro generazioni di olio extra vergine

Fabiola Fiorentino

### 88 Nouvelle cuisine a quattro zampe

Andrea Salvadori

#### WOMEN FRIENDLY

### 91 Le acceleratrici del talento creativo

Carola Desimio

### 94 La via della seta passa in Calabria

Stefania Di Pietro

#### RICERCA

### 96 Il futuro è data driven

Carola Desimio

#### CULTURA

### 103 La Scala della ripresa

Piera Anna Franini

### 106 Il marketing non è l'unica fede

Roberto Pianta

#### RICERCA

### 108 South working per rilanciare l'Italia

Roberto Pianta

#### STARTUP

### 113 Nel magico mondo dell'innovazione

Roberto Pianta

### 118 La filiera Bella Dentro

Roberto Pianta

### 119 I mattoni del futuro

Samuele Lazzero

#### RUBRICHE

### 120 Le nuove frontiere del diritto

### 121 People first? Che non sia retorica

### 122 Gli strumenti di tutela patrimoniale

#### UFFICIO

### 124 La natura come modello

Valentina Lonati

#### LIBRI

### 130 Letture d'impresa





# LA SCALA DELLA RIPRESA

Il teatro milanese nel 2022 ha fatto il pieno di sponsorizzazioni, per un totale di 44 milioni di euro, e ha ritrovato il pubblico pre-Covid



di **Piera Anna Franini**

**S**ono migliaia i teatri d'opera al mondo. L'Italia, che ne ha più di tutti, ne conta 60. Del resto, l'opera l'abbiamo inventata noi, a Firenze, nel lontano 1600. Via via il colto intrattenimento fatto di musica-parole-azione-scena conquistava l'intero stivale con apice in Venezia e Napoli, quindi Milano e Roma. Poi si allargava a macchia d'olio al continente europeo, alla Russia, sbarcava nelle Americhe, in Oriente, in Oceania, nel Maghreb. In anni recenti ha conquistato anche la penisola arabica, pur con qualche aggiustamento per cui, nei "lieti calici" del Brindisi di Traviata, guai a versar vino.

Non c'è teatro al mondo, tuttavia, che eserciti il fascino della Scala di Milano, dalla storia unica e mai più replicata. I più grandi compositori vi hanno tenuto a battesimo le proprie creature, da Giuseppe Verdi a Giacomo Puccini. È passata, o meglio, è stata fatta tanta storia in questo teatro. E oggi l'orgoglio di appartenere a questa azienda è comparabile a quello che contraddistingue imprese iconiche come Ferrari: sono marchi per i quali basta il nome per essere riconosciuto nel mondo. Intendiamoci, siamo lungi dall'idillio, soprattutto quando a un soffio dalla prima della Scala le sigle sindacali si alleano rivendicando il diritto di turno, non sempre sacrosanto. In gennaio, per esempio, i tecnici di palcoscenico hanno incrociato le braccia complicando la realizzazione dei concerti dell'Orchestra Filarmonica, praticamente in ostaggio.

Alla Scala si produce tanto: per l'anno corrente il sipario si alza 250 volte, per questo sono in centinaia i dipendenti fra orchestra (121 elementi), coro (100), corpo di ballo (77), maestri collaboratori (21), dirigenti (5), quadri (30), impiegati (145), operai in teatro per i reparti di palcoscenico (206), operai nei laboratori dove si costruiscono scene, costumi, parucche etc (93), operai per servizi e manutenzione (370).

Il valore della produzione, che fino al 2019 si aggirava intorno ai 120 milioni di euro, ha subito una contrazione significativa nel 2020 per via della pandemia, ri-

## **L'ANNO SCORSO HA CHIUSO IL BILANCIO IN PAREGGIO E HA APERTO LE PORTE A UNA NUOVA MODALITÀ DI FRUIZIONE: LO SPETTACOLO È ORA VISIBILE IN STREAMING**

salendo nel 2021 a 95.576.000. Un valore cui contribuiscono equamente quattro voci: contributi pubblici, contributi privati, incassi da biglietteria e iniziative proprie. I fondatori di diritto (ovvero Stato, Comune e Regione) nel 2022 sono intervenuti con più di 40 milioni di euro - lo Stato fa la parte del leone con 33 milioni. La Scala è un *unicum* in Italia per la preminenza dei ricavi propri rispetto al contributo pubblico. Dopo di lei il teatro più virtuoso è la Fenice di Venezia. Brilla poi a livello internazionale, seconda solo al Metropolitan di New York, per la capacità di attrarre sponsorizzazioni e donazioni che per il 2022 hanno toccato la cifra record di 44 milioni, da sommare ai 30 milioni di ricavi dal botteghino.

È pur vero che questo accade in Lombardia, la regione notoriamente e di gran lunga più attiva d'Italia in tema di mecenatismo e filantropia. E si verifica anche perché la Scala è il salotto buono di

Milano: frequentarlo fa bene alla salute delle proprie relazioni e investirvi è strategico.

Tanta storia, si diceva, è passata da qui. In tal senso si tocca lo zenit con il 7 dicembre, quando va in scena lo spettacolo di apertura della stagione, evento culturale più importante d'Italia e fra i più autorevoli d'opera nel mondo. L'ultimo 7 dicembre, per esempio, ha spiegato al mondo che in Italia c'è chi non cancella la cultura. È stata infatti rappresentata con artisti russi l'opera *Boris Godunov*, nonostante qualcuno ne chiedesse la fuoriuscita dal cartellone per via della guerra. Concetto (giù le mani dalla cultura) ribadito quella stessa sera dal presidente Sergio Mattarella, assiso nel palco reale al fianco di Ursula von der Leyen e mezzo Governo. Anche la Prima della Scala 2021 è entrata nella storia per i sei minuti di applausi a Mattarella e la richiesta di bizzare il mandato presidenziale.

Sostenere quest'icona d'Italia genera un potente ritorno d'immagine, e ben lo sanno le società musicali milanesi adombrate dal teatro massimo della città. Sono tutte italiane (tra le altre Armani, Bracco, Esselunga, Banca Intesa) o comunque con sedi italiane (BMW, Rolex, Allianz) le aziende sostenitrici pure attive come fornitori (Elisenda, Bellavista, Collistar, Caffè Borbone). Vi sono donatori privati che sostengono specifici progetti: il caso della miliardaria americana Veronica Atkins,



Il 2022/2023 sarà una stagione ricca, con più di 250 spettacoli



Il palco reale del teatro durante la tradizionale serata di apertura, il 7 dicembre 2022. Tra gli ospiti anche Sergio Mattarella e Ursula von der Leyen

che ha contribuito alla serata del *Boris Godunov*. Stesso discorso per Aline Foriel-Destezet, che sostiene numerose produzioni. Spesso anche le aziende sposano la causa di un singolo progetto poiché, come ricorda Diana Bracco, “le aziende non possono essere trattate come dei bancomat, semmai vanno coinvolte nella progettazione”. E così per esempio Allianz sostiene anche i recital di canto, Esselunga Un palco in famiglia, American Express il concerto di Natale, Mapei alcuni dei concerti delle orchestre ospiti, la Fondazione Bracco le opere realizzate con l’Accademia Teatro alla Scala, Italmobiliare le grandi opere per i bambini, per citarne alcuni.

Non solo. “Grazie all’impiego dell’Art Bonus si sono consolidate le erogazioni liberali”, spiega Lanfranco Li Cauli, direttore marketing e *fund raising*. “Negli ultimi anni è cresciuto il sostegno da parte di donatori privati che, tutt’uno con Fondazione Milano per la Scala, ha visto un incremento di persone fisiche anche grazie agli incontri internazionali di presentazione della Stagione della Scala in Paesi come Francia, Svizzera, Inghilterra e di recente

Stati Uniti”. Quale la leva di convincimento di un potenziale mecenate? “È importante dare concretezza al suo desiderio di essere parte attiva della famiglia scaligera offrendo possibilità di partecipazione diretta e visibile alla vita del Teatro”.

Una visibilità ora amplificata dal lancio, in febbraio, di una propria tv dove riprodurre spettacoli in streaming. Vedremo se gli effetti saranno di sottrazione o moltiplicazione dell’utenza. La Scala varrà ‘bene una messa’? Oppure la possibilità di seguire a distanza impigrirà? Al netto di ogni previsione, si sa che presenza e visione da remoto sono due forme di fruizione non comparabili. Ad oggi gli spettatori stranieri, a Milano per affari o per diletto ma anche appositamente per la Scala, rappresentano il 30% del pubblico del teatro, sebbene contribuiscano a più del 30% alla biglietteria: data l’occasione, acquistano i biglietti più impegnativi. Una cosa è certa, nel foyer si parla correntemente inglese, francese, tedesco, ora meno russo e cinese per le ragioni che tutti conosciamo. La Scala nella sostanza è sempre lei, ‘siccome immobile’, là da quasi 250 anni,

pur con cambi di pelle in risposta al mutare degli stili di vita e alla visione di chi sta nella sala dei bottoni. Dal marzo 2020 al timone c’è il sovrintendente Dominique Meyer, il cui contratto si spinge fino al 2025 ma si suppone verrà prolungato dati gli esiti (bilanci in ordine, alto tasso di riempimento della sala). Dal ministero della Cultura, però, si fa presente con certa regolarità che il *management* delle più grandi istituzioni culturali - e si menzionano gli Uffizi, la Scala e il Maggio Fiorentino - dovrebbe essere affidato a italiani e non a stranieri, e Meyer è alsaziano. Lo Stato incide molto sul bilancio del teatro, è una voce importante. La Scala è sì un ente pubblico, ma per le ragioni di cui sopra è un ibrido dove a prevalere è il piglio autonomo. Il rinnovo o la chiusura dell’attuale sovrintendenza, decisione che dovrebbe essere presa entro l’estate, sarà anche la cartina di tornasole della forza e dell’orientamento del Cda, ma anche dell’autonomia decisionale di Milano e del suo primo cittadino che della Fondazione Scala è presidente (a proposito di storia che imbeve i velluti scaligero).