

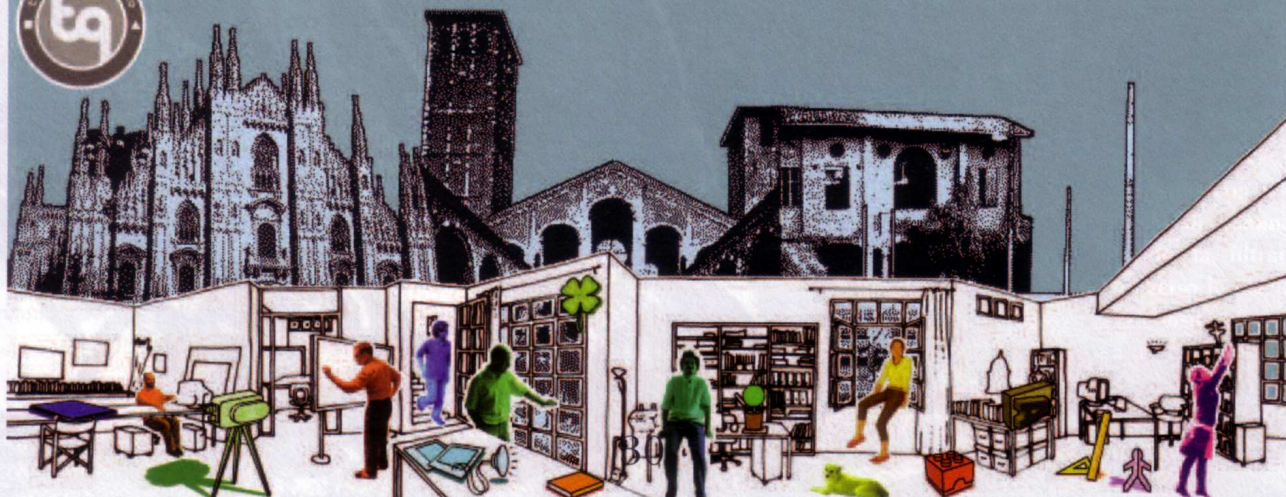
comunicare ad arte
TRIVIOQUADRIVIO

Consulenti *del bello*

L'Ad Cantoni: «Puntiamo sull'arte come raffinato mezzo per puntellare il fondamento di un marchio»

di Simone Cosimi

T Per dirla con un parallelo sghembo ma efficace, se alcuni architetti lavorano sulla riqualificazione delle aree ex industriali, il gruppo milanese di Trivioquadrivio – giovane società di consulenza culturale per lo sviluppo aziendale nata nel 1996 – riqualifica il management societario. Oltre che l'intero personale e, nelle speranze dei propri dirigenti, il pubblico cui rivolge le proprie strategie comunicative. «È vero. Valorizziamo l'arte, intesa in senso lato come design, filosofia, architettura, per progetti di comunicazione integrata» dice Valeria Cantoni, amministratrice delegata di Trivioquadrivio. «Soprattutto negli ultimi tempi, sulla scorta di grossi clienti privati, ci siamo concentrati su come impiegare le arti nello sviluppo d'impresa». I percorsi sono fondamentalmente due: «Da una parte, puntare sull'arte sotto il profilo strumentale, come raffinato mezzo per puntellare le fondamenta di un marchio verso l'esterno: dalle strategie più semplici, come piazzare il proprio



nome su una mostra, alle tecniche che scavano più in profondità, come quelle messe a punto da Illy, Deutsche bank ed Enel, le strade sono davvero molte». Poi c'è l'altro aspetto, che dal punto di vista della società milanese è anche più importante ma la cui centralità, in Italia, ancora non sembra ben inquadrata: quello relativo alla "corporate identity". «In un panorama economico segnato da dinamiche di continua internazionalizzazione societaria, con fusioni e acquisizioni spesso di proporzioni notevoli se non mondiali, puntare a solidificare o ricostruire la propria identità aziendale è fondamentale per la sopravvivenza stessa di tanti gruppi». Come rimettere assieme i cocci di dipendenti e management catapultati sul mercato globale? Per esempio tramite progetti di formazione incentrati sull'arte, rivolti ai "board" delle varie aziende, «spesso vittime di quella scuola della non cultura dirigente che ha studiato al percorso del management veloce e spietato», continua Cantoni. Puntando costantemente sulla condivisione dei valori e sulla riscoperta delle proprie radici storiche, anche grazie all'arte: «Soprattutto se si lavora nell'ambito dei servizi è necessario che i dipendenti, ma prima di tutto il management, facciano riferimento a una piattaforma di idee e di convinzioni comuni. Altrimenti non si può pretendere che sia poi il cliente a crederci per primo». Insomma: strategie di comunicazione rischiose «che danno risultati sul medio lungo periodo», ma che se coltivate con professionalità possono fruttare un risultato inestimabile, in una temperie economica caotica come quella attuale: restituire spessore al marchio. «Nessuno si guarda più intorno nemmeno un momento, quando va a lavoro, per riscoprire le ricchezze artistiche che costellano le nostre terre: noi, contrari all'intellettualismo nell'arte, iniziamo in un certo senso il nostro lavoro in quel preciso momento. Se l'arte non parla al mondo, a chi parla?».

Valeria Cantoni
Ad Trivioquadrivio

Nella pagina
a fianco:
un'elaborazione
grafica della home
page del sito

La manager

Docente alla Cattolica

Valeria Cantoni è nata a Milano il primo maggio 1968. Ha fondato Trivioquadrivio nel '96 insieme al marito Leonardo Previ, che oggi ne è presidente. Laureata in filosofia, dal 2006 è docente di Arte e impresa alla Cattolica di Milano e ideatrice del master in Arts & culture, based management education alla Luiss di Roma.

