

**Incontri bancari internazionali di Villa Negroni, Vezia (18.11. 2005)  
“Banche e sponsoring culturale”**

**Intervento di Marco Solari, Presidente Festival del Film di Locarno**

**Mecenate e Virgilio  
Cangrande della Scala e Dante  
Innocenzo X e Borromini**

**Se non ci fossero stati i Signori, gli zar , i principi e i papi  
molte delle grandi opere, patrimonio culturale dell’umanità, semplicemente non esisterebbero.**

**C’è un filo misterioso che lega l’uomo d’azione alla cultura. Da sempre.**

**Ne è esempio lampante Giulio II , il papa terribile, geniale uomo d’armi e nel contempo entusiasta acquirente del Laocoonte ritrovato. Politico infido e protettore senza macchia di Raffaello, di Michelangelo e di Bramante.  
Ma pensate anche all’imperatore Adriano, al Saldino a Pietro il Grande.**

**Questo filo arcano che lega chi agisce a chi crea è una caratteristica nella storia dell’uomo di tutti i tempi e di tutti i continenti.**

**Certo si possono dare spiegazioni razionali, la voglia di visibilità, la brama di tramandare ai posteri un’ombra della prova della propria potenza e della gloria del momento, la cattiva coscienza per errori e misfatti che l’uomo d’azione è necessariamente condannato a compiere. Ma il legame è più profondo.**

**Penso che l’intelligenza umana sia cosciente che l’azione non può essere fine a se stessa e che la contemplazione e la creatività siano ad essa indissolubilmente collegate.**

**Al posto dei potenti di una volta oggi sono subentrate oggi altre istituzioni: lo Stato, le fondazioni, le imprese e le banche.**

**Così lo Stato democratico sente fortemente la sua responsabilità quale promotore di cultura e protettore di chi crea.**

**Ma la cultura è di destra o di sinistra ?**

**Sono perfettamente cosciente che lo schema destra e sinistra è morto. Lo uso per semplicità e perché pur con tutti i distinguo del caso, mi devo confrontare a Locarno quasi giornalmente con la problematica.**

**Ridotto all’osso , chiedo fosse anche solo per animare il dibattito, è vero che una cultura di destra tende ad essere più celebrativa, portata più all’esaltazione dell’estetica, alla commemorazione di miti e tradizioni e quella di sinistra , per antica vocazione di educazione delle masse, di voglia di miglioramento della società, più corrosiva, critica, sovversiva nei confronti del potere?**

**Beethoven quando compose la Terza esaltando l’eroe, Bonaparte, era dunque di destra e Mozart quando , tramite il librettista Schickaneder, dice di Tamino nel flauto magico la frase a quei tempi sovversiva: “è più di un principe, è un uomo!” era di sinistra ?  
I confini delle categorie sono, come si vede, incerti.**

**Altra domanda. Può la cultura a nome della libertà mettere in forse, criticare, chi la sostiene?**

**Io penso che lo abbia sempre fatto: Guardate il dipinto di Goya la famiglia di Carlo IV, commissionato dalla stessa famiglia reale, dove in forma spietata rivela, la bruttezza dell’infante, l’insulsaggine del re**

e il carattere dispotico e prepotente della regina Maria Luisa. Ci volle ammirevole coraggio da parte di Goya andare fino in fondo. Ma pure perplessi i reali accettarono il dipinto.

Quando , toute proportion gardée, un Thomas Hirschhorn non solo critica ma insulta in forma personale, gratuita , volgare un Consigliere Federale non ci vuole molto coraggio. Da che parte stiamo allora, dalla parte dell'artista o dalla parte dell'insultato? Io, in questo caso, dalla parte dell'insultato.

E' il Festival del Film è luogo di esaltazione della bellezza e della qualità cinematografica o è il momento di presentazione delle inquietudini, delle denunce, della rivolta dell'uomo , specchio di un umanità che vive , che gioisce e che soffre ?

La risposta sembra chiara. Deve essere una e l'altra cosa.

In questo senso il ruolo dello Stato è evidente . Promuova e incoraggia la cultura sapendo accettare critiche, messa in discussione , denunce. Ricordatevi il 700° e il feroce dibattito sulla nostra identità.

Diamo atto al nostro paese che questo ruolo lo svolge, pur tra inevitabili discussioni e polemiche , in forma egregia.

E per l'economia privata? Com'è la situazione?

Mi riallaccio al filo sottile tra azione e creatività.

Intanto rimango sempre sorpreso, quando li si conosce meglio, delle straordinarie risorse e interessi culturali di certi grandi leaders d'impresa i cui nomi noi leggiamo quotidianamente nelle pagine economiche dei giornali.

Sono sovente eccellenti jazzisti, compositori di versi, specialisti di musica lirica, fini cinefili. Non possono dunque non essere attenti a ciò che succede al di fuori del campo economico.

Qualcuno afferma : Ogni sponsoring è unicamente un' azione di marketing; ” do ut des” dare per avere. Investimento e return of invest.

Così è solo in pochi casi.

Sono portato a pensare dopo anni di attività in questo settore che le motivazioni per uno sponsoring sono quasi sempre altre.

Chi crea ricchezza sente lo stimolo di spenderlo bene.

La destinazione degli aiuti poi è molte volte il frutto di un feeling, di una simpatia, di un interesse mirato dei responsabili dell'azienda per la tematica. La passione dello sport del dirigente porterà l'azienda a sostenere una squadra di hockey , di calcio o altro, il presidente della direzione melomane è un ottimo contatto di partenza per il finanziamento della serie di concerti sinfonici.

Ci sono poi altre motivazioni ancora che esulano dalla sola simpatia o dal marketing.

Nel caso di Locarno per esempio è forte presso diversi dirigenti degli attuali sponsor principali una sensibilità politica, una “staatspolitische Verantwortung” come dicono i tedeschi, un senso di apertura e simpatia nei confronti del Ticino, minoranza che si batte anche organizzando questa manifestazione, considerata tra le più importanti del paese, per affermarsi all'interno di una realtà confederale.

Certamente devono essere adempite da parte di chi riceve soldi per finanziare la sua promozione culturale, per esprimere la sua creatività, alcune condizioni.

La prima: La fiducia.

Lo sponsor deve avere piena fiducia che i soldi che mette a disposizione, siano investiti bene, non ci sia spreco, non ci siano sotterfugi. Non può uno sponsor avere lui stesso una disciplina ferrea dei costi e vedere invece il beneficiario scialacquare i mezzi senza controllo dei costi, senza trasparenza, e aggiungere senza un minimo rigore.

**Secondo: Lo sponsor ha diritto a rispetto e riguardo nei suoi confronti. Che si sia attenti ai suoi desideri, alle sue esigenze ed alle sue aspettative e possibilmente non limitati unicamente , al periodo della durata della manifestazione.**

**Se nel 2000 UBS e Swisscom, ambedue stavano per lasciare Locarno era perché si sentivano pesantemente trascurati. Sponsoring is chief's job. A lui dunque il compito di mantenere queste relazioni.**

**Ma c'è un punto sul quale , nell'interesse stesso dello sponsor, siamo noi a dovere restare inflessibili. E' l'inviolabilità del processo creativo, cioè il rispetto del principio di non ingerenza nella scelta del contenuto.**

**Il nostro senior sponsor l'UBS in ventisei anni di sostegno non ha mai tentato, non una sola volta, di suggerire scelte o tendenze.**

**Ripeto per terminare la mia convinzione: Sponsoring è raramente un rapporto di mero marketing è bensì un rapporto di interazione, di stima, di fiducia, di responsabilità.**

**I diversi talenti della nostra società si devono aiutare per costruire insieme il futuro comune.**

**Diceva Epiteto, il filosofo stoico:**

**Solo l'uomo colto è libero.**

**Chi sostiene la cultura rende libero l'uomo.**

**E così grazie all'attività dello sponsoring culturale, dopo ogni Festival è probabilmente giusto sentirsi arricchiti, ma fosse anche solo impercettibilmente, certamente pure più liberi.**