

Forbes

DICEMBRE, 2018

GLI
ITALIANI
DELLO
SPAZIO

I VALORI DEL DENARO

ENNIO E MASSIMO DORIS
PRESIDENTE DEL CDA E AD BANCA MEDIOLANUM

BY HYPERACTIVE STUDIO

Italia 3,90 euro - CH CT 8,50 Chf - Côte d'Azur 7,50 euro
Anno 2 - N° 14 - dicembre 2018 - Periodicità mensile - Prima tiratura: 20/10/2018
Periodico - Poste Italiane SpA - Sped. in abb. postale 403/01
D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) Art. 1 comma 110/118

ISSN 2542-9588

80014



9 772532 958009



15



19



22



43



51



54



58

- 13 | FACT & COMMENT // STEVE FORBES**
Il vero prezzo del 2008
potrebbe essere geopolitico (non economico)

LEADERBOARD

- 15 | IL PREZZO DELLA PRESIDENZA**
19 | LUSO D'ALTA QUOTA
22 | IL FINALE BRILLANTE DI THE VOICE
25 | PRIMA GLI ITALIANI

COVER

- 27 | BANCHIERI DI FAMIGLIA**
DI ALESSANDRO ROSSI
34 | (BUONI) INVESTITORI SI DIVENTA
DI PIU' REMILIO GALLI
36 | IL TESORO VELATO
DI UGO BERTONE
38 | BASTA LA FIDUCIA
DI ALESSANDRO DALL'ONDA

ForbesBrandVoice

CON PWC

L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE TRA MITO E REALTÀ **40**

RANKING

- 43 | GLI OSCAR DEL PRIVATE BANKING**
DI LUIGI DELL'OLIO

ForbesBrandVoice

CON MYLIA

LA TECNOLOGIA AL SERVIZIO DELLA FORMAZIONE CONTINUA **48**

STRATEGIES

- 51 | RICCA LA PRIMA**
DI PIERA ANNA FRANNI
54 | AAA CERCASI DATA SCIENTIST
DI TOBIA DI STEFANO
56 | SOGNANDO LE STELLE
DI MARA CELLA

ENTREPRENEURS

- 58 | LO STILE SI TRAMANDA**
DI EVA DESIDERIO
60 | LA REGINA DELLA CARTA
DI UGO BERTONE

FORBES TRAVEL CHIC

- 65 | THE BEST LUXURY DESTINATIONS**
A CURA DI CARLO MONTANARO



Ricca la Prima

I conti della Scala, alla vigilia dell'evento culturale tra i più attesi di Milano e non solo. Il confronto con altri grandi teatri d'Europa e con il Metropolitan di New York

DI PIERA ANNA FRANINI

La prima della Scala del 7 dicembre, quest'anno nel segno di *Attila* di Giuseppe Verdi, è l'evento culturale italiano per eccellenza, dal 2015 affidato alla direzione musicale di Riccardo Chailly. Com'è tradizione, l'opera viene ripresa dalle telecamere e dai giornali di mezzo mondo, dal *New York Times* in giù. Nella cabina di pilotaggio scaligera siede l'austriaco Alexander Pereira. Direttore artistico e sovrintendente, si occupa sia delle questioni artistiche, operando scelte non sempre condivisibili, dicono i critici, sia manageriali e qui, sono tutti d'accordo, eccelle. Entrerà negli annali per aver sgominato la banda dei bagarini, licenziando i dipendenti conniventi. Medaglia al valore, poi, per aver innalzato la presenza di capitali privati. Pur con

i dovuti distinguo - si parte dagli sgravi fiscali - il parco sponsor e mecenati scaligero è infatti secondo solo a quello del Metropolitan di New York. Il bilancio 2017 chiude con un risultato positivo di 4,1 milioni di euro e ricavi complessivi pari a 126,495 milioni. Stato, Regione e Comune intervengono per il 32,5%, il restante 67,5% deriva da contributi privati (16,8%), sponsorizzazioni (9,5%), erogazioni liberali (1,9%), biglietteria ed abbonamenti (28,3%), Camera di commercio (2,4%), più altre fonti di ricavo proprie (8,6%). Chi sono i privati? Banche, aziende della moda e più in generale del lusso (da Dolce e Gabbana a Tod's e Luxottica), ma anche farmaceutiche (Bracco) e legate all'edilizia (Mapco). La lista è lunga. Pereira ha un contratto in scadenza, e di fatto già è scattato il



Il Teatro alla Scala di Milano. A destra, il suo direttore artistico e sovrintendente Alexander Perle. Nella pagina a fianco, il regista Davide Livermore.



toto-sovrintendente. Ma a fronte di questi numeri le probabilità che rimanga in sella sono alte.

La Scala è un *unicum* in Europa, dove donazioni e sponsorship per la cultura oscillano fra il 4 e il 15% del funding (fonte: *World Cities Culture Finance*

Report 2017). Alla Staatsoper di Vienna, città musicale per eccellenza, più della metà del bilancio, che è di 124 milioni, deriva da finanziamenti pubblici, in tutto 63 milioni. È buona la performance del botteghino, 35 milioni, cui si aggiungono 14 milioni di ricavi propri: le visite guidate portano nelle casse più di un milione di euro. L'intervento dei privati vale solo 3 milioni. Al Teatro dell'Opera Bavarese, dove il bilancio sfiora i 106 milioni, il contributo degli sponsor è di appena 4 milioni. A far la parte del leone sono le sovvenzioni pubbliche, il 64% del consuntivo. Il box office totalizza 30

LA LEZIONE MORALE DI ATILA

Davide Livermore firma la regia dell'opera di Giuseppe Verdi, che quest'anno inaugura la stagione operistica della Scala. "Perché penso che la rivoluzione sociale si debba fare nei teatri? Perché", confida a Forbes, "è qui che si diventa coscienti del proprio ruolo all'interno della società"

È senza dubbio uno degli appuntamenti più importanti dell'anno per la cultura e la mondanità - all'ombra della Madonnina. È quest'anno la Prima della Scala, l'opera inaugurale della stagione del più prestigioso teatro milanese, diretta da Riccardo Chailly, sarà *Attila* di Giuseppe Verdi. La regia è firmata da Davide Livermore: regista, scenografo, sceneggiatore, cantante lirico e in ultimo scrittore (è uscito a ottobre il suo primo libro *1791 - Mozart e il Violino di Lucifero*), scritto a quattro mani con Rosa Mogliasso ed edito da Salani). Acclamato all'estero, in primis per il lavoro come sovrintendente e direttore artistico del Palau de les Arts Reina Sofia di Valencia, uno dei maggiori teatri d'opera a livello mondiale, nonché per progetti originali come *The Opera*, uno show che reinterpreta alcune celebri arie liriche, ha collaborato con i più importanti teatri italiani, dal Regio di Torino - la sua città - al Teatro

La Fenice di Venezia, fino appunto alla Scala, per cui ha curato la regia del *Tamerlano* e del *Don Pasquale*. Alle luci dei riflettori, però, Davide Livermore sembra preferire l'ombra di chi vuol fare la rivoluzione con l'arte. Al Cines Teatro Baretto di Torino, dove è direttore artistico dal 2002, ha messo in moto la riqualificazione culturale (e sociale) del quartiere di San Salvario. L'ha fatto creando, senza budget e senza percepire uno stipendio, una scuola popolare di musica frequentata da cinquecento bambini e una stagione teatrale di altissimo livello. "Il Teatro Baretto è il luogo della mia militanza politico-culturale", dice. "Negli ultimi anni ho lottato per affermare il concetto che la cultura cambia la qualità della vita delle persone. Non la cambia il prosciutto crudo o il brand di moda, bensì l'aggregazione: è stare insieme pensando che il luogo in cui viviamo offra opportunità di bellezza". Sa di provocare, Livermore, e di pensare fuori dal coro,

specialmente in un contesto immobiliare come quello italiano. Allievo di Carlo Majer, direttore artistico del Regio di Torino dal '91 al '98, - "è la persona più straordinaria che abbia conosciuto", dice, "da lui ho imparato il valore etico di essere un artista per l'arte e la società: mi ha insegnato che per la bellezza si può anche morire, perché è come il mare, la luce, il vento. È di tutti" -, al Palau de les Arts Reina Sofia ha allestito un camion portando l'opera lirica in giro per le province di Valencia: "Ho visto paesini di 300 anime riempirsi di migliaia di persone". Poi ha invitato settecento tassisti alla prova generale di uno spettacolo perché tanti di loro non sapevano dove fosse il teatro, mentre "ora lo conoscono molto bene". Si chiede come mai queste cose non si riescano a fare in Italia. Mentre parla, a emergere è il suo toccante idealismo, il suo spirito da attivista dell'arte, che crede nell'opera lirica come strumento di coesione sociale, come

milioni. All'Opéra di Parigi, invece, a fronte di un bilancio di 219 milioni, 73,3 derivano dalla vendita di biglietti, 17,5 dagli sponsor e il resto da affitti e ricavi vari. I finanziamenti pubblici valgono il 45% del bilancio. Altro colosso della lirica è il Covent Garden di Londra. 146 milioni il budget, costituito tra gli altri per il 22% da contributi pubblici, per il 32% dal botteghino, per il 21% da sponsor. Con il Metropolitan di New York i numeri raddoppiano e triplicano: si parte dal bilancio, che si avvicina ai 300 milioni per il 47,8% derivanti dai patrons che donano ispirati da un modello come Ann Ziff, presidente del Board of Directors. Al suo nome si lega un primato: nel 2010 staccò per il Met un assegno da 30 milioni di dollari, il più generoso della storia del melodramma. La signora Ziff, domina una piramide di donatori faraonica perché a New York, le fondazioni e le famiglie che contano vogliono comparire nel menù del teatro. È questione di status: la filantropia è nel dna di ogni buon americano, che se può contribuisce. Ma è anche

questione di fisco: più doni e meno tasse paghi. In Italia il mecenatismo è ora incoraggiato dall'Art Bonus, il credito d'imposta del 65% a sostegno della cultura. La Lombardia è in testa alla classifica per numero di mecenati ed erogazioni. Una cosa è certa: la lirica è un prodotto di lusso, e l'Italia ne detiene il copyright (abbiamo inventato noi l'opera, 400 anni fa). Con i ricavi del botteghino si copre solo una

Tra i finanziatori ci sono banche, aziende della moda e del lusso, da Dolce e Gabbana a Tod's e Luxottica. Ma anche farmaceutiche (Bracco) e legate all'edilizia (Mapei)

parte dei costi d'allestimento degli spettacoli. Poi c'è il mantenimento della macchina teatrale: un'azienda dai bilanci milionari e centinaia di dipendenti: alla Scala sono 900. In tempi in cui lo Stato non vede e provvede più come un tempo, il teatro richiede una gestione efficace e efficiente. Strategica anche sul fronte della pesca nel mare dei munifici sponsor. ⑤

agorà. "È il regalo più grande che abbia fatto l'Italia all'umanità", dice. Peccato che gli italiani non se ne rendano conto. "Le spiego il perché: negli ultimi trent'anni è stata impressa l'idea che l'opera sia entertainment. L'opera lirica non è entertainment, è arte. All'estero, nessuno dice "mi piace o non mi piace l'opera": la si ama semplicemente alla follia perché esprime un'impetibile simultaneità delle arti. Aver trasformato l'opera lirica in un "vado a mangiare la pizza o vado all'opera?" rappresenta un vergognoso livellamento verso il basso". Su chi abbia permesso quest'involuzione culturale, Livemore non ha dubbi: "Quando i teatri d'opera, non tutti ma la maggior parte, vengono gestiti come emanazione del potere politico, è chiaro che venga meno la qualità del prodotto culturale". A infiammarlo sono anche le polemiche sui prezzi dei biglietti degli spettacoli: "Sa quante persone ci vogliono per realizzare un'opera? Il problema è che la nostra società non ci educa a come usare i soldi. Cento euro per andare al ristorante li spendiamo volentieri. Per dare cibo alla nostra anima, però, non vogliamo farlo. Perché penso

che la rivoluzione sociale si debba fare nei teatri? Perché è qui che le persone diventano coscienti del proprio ruolo all'interno della società. L'opera è un'educazione agli affetti, all'anima. Chi accetta di farsi educare dall'arte non può essere preso in giro facilmente. Per questo la politica se ne tiene lontana". Lui che considera Giuseppe Verdi il proprio padre spirituale "dovrebbe esserlo di tutti" - della regia che porterà alla Scala dice: "Voglio raccontare l'Attila di Giuseppe Verdi, che non è il cattivaccio delle leggende, ma un uomo capace di impartire grandi lezioni morali. Verdi usava lo straniero per insegnare qualcosa a noi italiani. Nell'Attila faceva una radiografia spietata della politica del tempo, denunciando il mercanteggiamento politico. È incredibile quanto sia attuale ancora oggi". Altre anticipazioni non ne può dare. Ma un'ultima cosa la vuole dire: "Servirà Giuseppe Verdi e il 7 dicembre sarà la celebrazione del nostro paese. Non ho scelto questo mestiere per dare forma alle mie nevrosi, ma per mettere in scena un grande artista. Del resto, non mi considero certo un genio: sono un semplice artigiano".

Valentina Lonati

