



fondazione per l'arte contemporanea

fondazione march

via armistizio 49
35142 padova italia
t +39 049 8808331
f +39 049 8670921

info@fondazionemarch.org
www.fondazionemarch.org

c/c 100000001782
abi 06225 - cab 12119 - cin W
c.f. 92196230285



Intervista a Daniele Lago, AD presso Lago S.p.a.

D: Fin dalla nascita dell'azienda, Lago S.p.a ha sempre dimostrato un'apertura alle contaminazioni tra arte e impresa, unita alla ricerca per uno sviluppo sostenibile, mettendo sempre al centro l'uomo, sia nel suo essere creativo sia in quanto fruitore dei prodotti dell'azienda. Da cosa nasce questa attitudine?

La nostra azienda ha come epicentro il mondo del design e non può quindi prescindere dal rapporto con l'arte in tutte le sue forme. E non può prescindere neppure dal mettere al centro l'uomo che non solo di tali opere usufruisce ma anche l'uomo che le fa. Uomo che ritorna al centro dell'impresa la quale riappare inevitabilmente al centro del territorio e ne promuove con intelligenza lo sviluppo economico e culturale. Perché l'uomo che crea è anche l'uomo che usa.

D: Con progetti quali l'"Art Waiting Room" o "A Future Love Story" l'azienda ha sempre mostrato una particolare attenzione verso il proprio territorio di appartenenza, attraverso progetti miranti alla ricucitura con il tessuto cittadino e la trasformazione di un area marginale in una nuova polarità urbana. Ritiene che questo tipo di approccio possa considerarsi una buona prassi acquisita anche in altre zone d'Italia?

C'è un'aforisma di Carmelo Bene che dice "bisogna smetterla di fare opere d'arte. Bisogna essere opere d'arte". Dobbiamo tornare indietro ad altre epoche per trovare questa attitudine, come al Rinascimento Italiano. Anche nelle fabbriche dobbiamo introdurre la straordinarietà delle opere e dei processi produttivi. Se, tuttavia, non ti agganci al territorio questo non succederà mai. Non so se siamo i primi oppure no ad adottare questo approccio, la cosa non mi interessa. Quello di cui sono convinto è che se non si riesce a seminare anche al di fuori del proprio orticello si rischia di costruire una Las Vegas in mezzo al deserto. Anche producendo eccellenza. E' la squadra che vince. Altrimenti rimarrai un'azienda che funziona, che magari sarà in grado di esportare molto e magari rimarrai uno dei venti, dei trenta, dei cento imprenditori che funzionano ma non è così interessante. Dal momento che sarà l'Italia stessa che morirà.

D: Le tematiche ambientali sono diventate, almeno a parole, centrali nelle agende politiche dei paesi a maggiore industrializzazione. Ecosostenibilità e industrializzazione sono secondo voi fenomeni realmente compatibili?

MARCH

fondazione per l'arte contemporanea

fondazione march

via armistizio 49
35142 padova italia
t +39 049 8808331
f +39 049 8670921

info@fondazionemarch.org
www.fondazionemarch.org

c/c 100000001782
abi 06225 - cab 12119 - cin W
c.f. 92196230285



Se non vuoi inquinare non devi fare, non devi produrre, non devi consumare. Questo non è possibile in assoluto. E' possibile ridurre il proprio impatto ambientale ma non annullarlo. Si può tuttavia produrre cose con grande amore cercando di assicurare loro, ad esempio, una vita molto lunga, trovando anche nell'estetica dei segni che non siano legati alla tendenza di un anno ma siano timeless, se vogliamo. Sono valori che assolutamente si possono coinvolgere nel proprio business model.

D: Come declina l'azienda il concetto di “Responsabilità sociale d'impresa” e “impronta ecologica?”

Abbiamo una visione molto larga del concetto di responsabilità sociale d'impresa. Più che al solo concetto di impatto ambientale noi ci sentiamo più vicini ad una consapevolezza legata ad un più ampio concetto di impatto sociale. Se fai un business devi capire quale sia il tuo impatto sociale. E' la responsabilità sociale dell'impresa che contiene anche l'ambiente.

Se rispetti l'ambiente ma fai lavorare i bambini di tre anni dove andiamo? La cosa non regge.