

Letteratura d'impresa che apre alla comunità il focus al Diocesano

Monica Trotta

Libri che parlano di imprenditori e più in generale del mondo produttivo, una letteratura ampia e variegata che si mette in vetrina in occasione del Premio letteratura d'impresa promosso da Festival Città Impresa-Italy Post, con l'obiettivo di promuovere «una nuova narrazione» dei sistemi imprenditoriali. Prima che vengano decretati i vincitori delle due sezioni (saggistica e narrativa) il 7 novembre al Festival città Impresa di Bergamo, il Premio Letteratura d'impresa ha fatto tappa venerdì sera a Salerno Letteratura dove si è parlato in particolare del rapporto tra economia e mondo letterario, tra imprenditoria e società civile, a partire dall'analisi di alcuni dei libri arrivati in finale, cinque per la categoria narrativa e cinque per la saggistica. In apertura di serata, la direttrice organizzativa del festival, Ines Mainieri, ha ricordato come quest'anno Salerno Letteratura sia sostenuta anche dal Club Lettera 21, costituitosi all'interno di Confindustria Salerno, composto da un gruppo di aziende associate che sono diventate partner del festival. Con lo slogan "Chi ama la Cultura, la sostiene" e richiamandosi alla storica macchina da scrivere, si sono riunite per promuovere il ruolo sociale dell'impresa come motore culturale e civile del territorio. «Vuol dire che esiste anche al Sud un privato illuminato che comprende appieno il significato civile del festival» ha detto Mainieri. Il tema del rapporto tra impresa e territorio è stato rimarcato negli interventi coordinati dal giornalista Antonio Calabrò che ha evidenziato come cresca il numero dei festival letterari e che «anche solo parlare di libri è un segnale che consola nonostante il numero dei lettori non aumenti». «L'impresa che si apre alla comunità è un valore aggiunto - ha detto Andrea Prete, presidente di Unioncamere e Camera di commercio - Lo si fa con lo spirito di partecipazione alla società in cui si vive. È un modo per fare qualcosa per la collettività che ci ha dato tanto». «Dobbiamo lavorare alla legittimazione sociale del ruolo dell'impresa - ha detto Vincenzo Boccia, past presidente di Confindustria - Salerno Letteratura ci permette di raccontare le imprese e consolidare il rapporto con la comunità. Perché la gente va tanto ai festival? Perché ha bisogno di pensiero e di riflessione». Velleda Virno, vicepresidente di Confindustria Salerno con delega alla cultura d'impresa, ha evidenziato come «fare impresa al sud è molto più difficile, per cui i meridionali hanno una marcia in più». Gli autori presenti hanno raccontato i loro libri.

IL PERCORSO

Si è partiti da quello dedicato a Mina dal titolo «Mina. La formula di un successo italiano» (Il Sole 24 ore), che come hanno sottolineato due degli autori presenti, Pierangelo Soldavini e Frank Pagano (il terzo è Marco di Dio Roccazzella), «dimostra come talento, disciplina e scelte coraggiose possono trasformarsi in una formula di successo italiano». «Mina è conosciuta da varie generazioni per la sua voce inconfondibile - ha detto Pierangelo Soldavini - Ha saputo sperimentare e cambiare, ma

sempre con grande rigore». «È stata la prima a capire che si può fare impresa con la musica - ha aggiunto Frank Pagano La sua è una storia favolosa». Alberto Felice De Toni, sindaco di Udine ed ex rettore dell'Università degli studi di Udine, intervenuto nella veste di autore, ha parlato del suo saggio sul potere scritto con Eugenio Bastanon, dal titolo «La varietà necessaria del potere. Cooperazione e corresponsabilità come chiavi di successo delle organizzazioni» (Guerini e Associati). «Il potere è una variabile di tutte le realtà - ha detto De Toni - Un tema poco studiato in ambito manageriale ma molto in altri ambiti, tra cui la psicoanalisi. La nostra tesi è che in tutte le forme di potere i meccanismi sono gli stessi. Non è una brutta parola, in realtà ognuno di noi ne ha bisogno per essere libero».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Trentaduemila cuori ridestati con SaLet a difesa dell'umano

Erminia Pellecchia

«Un cuore si ridesta forse facendo attenzione e parlando. Credo che questo sia il momento in cui nel mondo bisogna dire le cose come stanno, cercare di dire la verità, cercare di pensare che le cose che si dicono sono importanti, che non si può nascondere niente, che stanno succedendo cose terribili e che noi dobbiamo denunciarlo». Anna Foa commuove, scuote, è lei la star di Salerno Letteratura 2026 che, dal 13 al 20 giugno, ha agitato le coscienze muovendosi sul claim Il cuore desto avrà parole. Un verso di Alfonso Gatto, poeta militante, scelto dai direttori artistici, Gennaro Carillo e Paolo Di Paolo, volutamente senza il punto di domanda della versione originale, «per attivare, nei tempi difficili che viviamo, una partecipazione emotiva e politica, non solo da parte degli scrittori».

L'ENTUSIASMO

La standing ovation alla storica torinese, classe 1944, dopo il ricordo del padre Vittorio, che, neonata, la salvò, nascondendola in un cassetto, e quel «mai più» urlato «contro tutti i genocidi», è la prova che il pubblico ha suggellato quel «patto di fiducia noi-voi», da 14 anni cifra di un festival unico, che ha la missione di indagare il rapporto tra la letteratura e il mondo che ci circonda. Una rassegna libera da condizionamenti, tesa «a difendere la linea dell'umano» e «a prendere posizione», come ha fatto nel caso di Erri De Luca dopo le dichiarazioni su Israele e Palestina, «inconcepibili di fronte alla più tragica delle evidenze: i morti civili di Gaza». Scelta «assunta con grande responsabilità» e premiata dalle 32mila presenze (tra loro anche il sindaco De Luca e l'assessore regionale Cutaia), circa 5000 persone in più rispetto alle 27mila dello scorso anno, che hanno abitato, per otto giorni, i luoghi iconici del centro storico. «Un festival dove si gioisce, si fanno un sacco di buone conoscenze e dove le letture sono la base per svegliare i nostri cuori», osserva Rajae Bezzaz, inviata di Striscia La Notizia, tra gli ospiti della rassegna. Un dato che conforta Ines Mainieri, ideatrice (con Francesco Durante) di SaLet che, nel finale di sabato sera, ha ringraziato la «comunità salernitana che si è stretta intorno al festival», i volontari e lo staff che l'hanno «aiutata nel gestire la complicata macchina organizzativa», i partner istituzionali - Regione, Comune, Camera di Commercio - e gli sponsor privati come il gruppo di imprenditori di Confindustria che «hanno abbracciato, in un momento di difficoltà, questo progetto identitario». Uscito più forte dalla bufera mediatica (ne ha parlato perfino Le Monde) «scavallata la zona impervia». I motivi del successo? L'aver alzato ancora di più l'asticella nel segno della qualità e ibridato i quasi duecento incontri con le migliori firme nazionali e internazionali mescolandoli a scuole di lettura e di scrittura, al caffè & giornali, a letture sceniche, reading e assoli teatrali (straordinari Elena Bucci, Tiziano Scarpa, Eliana Liotta e Michela Matteoli, Andrea Satta e, a sorpresa, la ninna nanna zulu di Peggy Borden) e performance come le 21 Madri della Costituzione a cura di

Alice Melloni e e la Gattomante Flavia D'Aiello. Intrigante la sfida amarcord - pareggiata - tra gli omaggi (stessa ora) a Miles Davis dello Stefano Giuliano Quintet e agli Squallor di Alfonso Amendola e Carlo Pecoraro. Magico il tributo a David Bowie di Gino Castaldo, emozionante il Malinconico romantico di Diego De Silva. Sofia Celestino, colta e ironica influencer, che in questa settimana frenetica ed energetica si è «allenata all'ubiquità», nella sua top ten assegna il primo posto all'Antigone di Debora Benincasa, seguita dai panini letterari di Sabrina Prisco, «che ti facevano sentire in sintonia con persone sconosciute». Una città che si muove, citando Dalla, tra piazze e bar, dove può capitare di brindare con un gin tonic a Durante mentre Matteo Nucci, finalista allo Strega, ti racconta le sue origini salernitane, o il catalano Víctor del Árbol, all'apparenza un bonaccione, ti confessa che, da poliziotto, ha conosciuto da vicino il male. Una città che scopre l'intensità delle cose, che curva il tempo e si nutre del presente che è nel nostro passato, che vive sulle ali del vento sospesa tra Proust e Vasco Rossi. È una carezza della sera, come cantano i New Trolls, la «lezione d'amore» di Paolo Di Paolo, un invito a pensare «che domani sarà sempre meglio». Se il cuore desto avrà parole.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

lunedì, 22 Giugno, 2026

ECO DI SALERNO

Quello che succede in città. Con attenzione all'ambiente



Sei qui ► Home > ATTUALITA' > Tappa salernitana per il Premio Letteratura d'Impresa durante il Salerno Letteratura Festival

Tappa Salernitana Per Il Premio Letteratura D'Impresa Durante Il Salerno Letteratura Festival

ATTUALITA' ECONOMIA MADE IN ITALY by *Valentina Tafuri* - 20 Giugno 2026 0



eri sera **Antonio Calabrò**, Presidente Gruppo Tecnico Cultura d'impresa di Confindustria e Museimpresa ha condotto l'incontro che, ormai ogni anno durante il **Salerno Letteratura Festival**, rappresenta un momento di riflessione sulla letteratura d'impresa.

privilegio dei figli maschi. Un buon segno d'apertura, un riconoscimento delle competenze e delle qualità di gestione e di leadership.

Molta strada, dunque, s'è fatta dai tempi della legge Golfo-Mosca che nel 2011 ha introdotto l'obbligatorietà della presenza femminile dei consigli delle società quotate in Borsa. Ma resta ancora incompiuta una vera e propria svolta culturale, anche al di là dei vertici aziendali.

Sono accentuate, di fatto, le disparità salariali uomo-donna, legate pure al fatto che proprio sulle donne pesa il maggior carico della gestione familiare e dei figli (“**Salari bassi, niente aiuti: l'esodo delle mamme che lasciano il lavoro**”, testimonia la Repubblica in una inchiesta che parla di diecimila casi di dimissioni femminili in Lombardia negli ultimi tre anni, “per seguire i figli”). Restano le difficoltà lungo i percorsi di carriera.

La questione riguarda non solo il mondo delle imprese, ma anche quello delle professioni. “**Avvocati, le ricchezze solo al maschile. Milano capitale del divario salariale**”, documenta Il Giorno (15 giugno), scrivendo di “un reddito medio di 93.604 euro, il più alto d'Italia” ma aggiungendo che “le donne prendono il 60% in meno rispetto agli uomini”.

Un mercato del lavoro sostanzialmente squilibrato. Una perdita complessiva di competenze, cultura, capacità produttive, spinte di innovazione, che contribuisce alla bassa crescita del Paese.

Una maggiore, più qualificata e meglio riconosciuta e premiata presenza femminile sul mercato del lavoro, soprattutto nelle imprese, dall'industria ai servizi, può aiutare l'Italia ad affrontare la sfida del capitale umano, nell'epoca in cui prevale “l'economia della conoscenza” e molte donne hanno dimostrato solide capacità di costruire percorsi di eccellenza anche nelle materie STEM (science, technology, engineering, mathematics), con originali sintesi tra “scienze dure” e saperi umanistici (il Politecnico, la Statale e la Cattolica di Milano, con rettrici donne, ne offrono significative testimonianze). Per reggere il passo, serve investire di più sulle nuove generazioni di ragazze, per una partecipazione piena a tutti i processi, dalla produzione alla ricerca, con effetti significativi per la crescita e la competitività delle imprese e del sistema Paese. Rompendo definitivamente “il tetto di cristallo” dell'emarginazione femminile e respirando l'aria aperta del “cielo in una stanza”, per tornare alla lezione di Mina da cui siamo partiti e contribuire a scrivere ancora “una formula di successo italiano”.

 media_alt

Segui i temi

libri

musica

donne

diritti

lavoro

PARTECIPA ALLA CONVERSAZIONE

VIDEO DEL GIORNO



Il sindaco di Udine, Felice De Toni, parla invece del suo libro sul potere.

Il potere è la variabile chiave di tutte le imprese ed in tutti i settori, organizzativo, scientifico, economico e politico, i processi di conquista e controllo del potere sono identici.

La parola "potere" non va connotata di significati negativi, come siamo abituati a fare. Ciascuno di noi infatti «necessita di un minimo di potere per essere libero», dice l'autore.

«Non esiste il potere bensì esistono relazioni di potere. Il potere è sempre situato nelle relazioni tra due soggetti.

Non dipende dall'imposizione né dalla leadership o dalla posizione che si ricopre» ed ancora, «bisogna creare le condizioni per favorire la cooperazione, questa non nasce solo dalla volontà ma dall'equilibrio del potere. Come si fa a far scattare la cooperazione? Moltiplicare le fonti di potere». È quello che succede nelle organizzazioni complesse in cui lavorano migliaia di persone.

Un'analisi a tutto tondo dunque, quella nell'ambito di Salerno Letteratura Festival, che, mette in evidenza l'importanza di diffondere la cultura d'impresa, anche nel senso eroico del termine, lo sforzo dell'imprenditore novello eroe in un contesto sempre più competitivo e complesso in cui il racconto diventa anche sprone, esempio, ispirazione per quanti dovranno venire, oltre che heritage e conservazione di know how, tradizioni, sapere che compongono quel grande marchio che è il made in Italy.

Due le cinque finaliste dell'edizione 2026 del Premio Letteratura d'Impresa.

Per la narrativa: Il maestro silenzioso. Giacinto Cottino (1927 - 2022) L'imprenditore che ha saputo «restituire» (Guerini Next) di Francesco Antonioli; Cuoio (Einaudi) di Gabriele Cavallini; Prendersi tutto. Io Aristotele Onassis

(Neri Pozza) di Anna Folli; Un milione di scale. Le ragazze della Rinascente (Neri Pozza) di Giacinta Cavagna di Gualdana; Mina. La formula di un successo italiano (Il Sole 24 Ore) di Frank Pagano, Marco Di Dio Roccazzella e Pierangelo Soldavini. Per la saggistica: Il futuro non aspetta. Cambiare per (far) crescere (Egea) di Stefano Caselli; Il coraggio e la visione. Alessandro Magno e la leadership generativa (Il Mulino) di Andrea Lipparini e Gianfranco Di Pietro; Pensiero e approccio strategico. Patrimonio comune dell'impresa (Guerini e Associati) di Marco Vitale e Vittorio Coda; Basta lavorare così: come trovare un equilibrio felice tra vita e lavoro (Bompiani) di Silvia Zanella; La varietà necessaria del potere. Cooperazione e corresponsabilità come chiavi di successo delle organizzazioni (Guerini e Associati) di Alberto Felice De Toni e Eugenio Bastianon.



Tag [calabrò](#) [impresa](#) [letteratura](#) [museimpresa](#) [premio](#) [salerno](#)

< [Precedente](#)

[Believers. Una community in crescita](#)

Lascia un commento

<input type="text" value="Name *"/>	<input type="text" value="Comment *"/>
<input type="text" value="Email Address *"/>	
<input type="text" value="Website"/>	

Salva il mio nome, email e sito web in questo browser per la prossima volta che commento.



ARTICOLI RECENTI

- » [Tappa salernitana per il Premio Letteratura d'Impresa durante il Salerno Letteratura Festival 20 Giugno 2026](#)
- » [Believers. Una community in crescita 19 Giugno 2026](#)
- » [Fitto calendario di iniziative per Esploriamo Salerno e la Campania 18 Giugno 2026](#)

Blog

Il successo di Mina e il buon esempio per manager e imprenditrici

di Antonio Calabrò +



L'ANGOLO DEI BLOGGER. Investire di più sulle nuove generazioni di ragazze, per una partecipazione piena a tutti i processi, dalla produzione alla ricerca, con effetti significativi per la crescita e la competitività delle imprese. Rompendo definitivamente "il tetto di cristallo" dell'emarginazione femminile

22 Giugno 2026 alle 10:31

[PARTECIPA ALLA CONVERSAZIONE](#)

Segui i temi

libri +

musica +

donne +

diritti +

lavoro +

▶ **Ascolta l'articolo**

Per ascoltare la versione audio degli articoli devi essere abbonato. Se sei già abbonato **ACCEDI**, altrimenti **SCOPRI LE OFFERTE**.

“Una stanza tutta per sé”, avrebbe voluto avere anche Mina, mentre da ragazza di Cremona, piena provincia della “bassa”, cominciava a costruire il suo originale cammino da grande cantante. Una stanza come quella desiderata da Virginia Woolf, per sottrarsi ai clamori e ai fastidi della famiglia e del paese, delle faticose relazioni sociali e del mondo e

SEZIONI CERCA

ABBONATI A ISAI

richiamo a Mina e alla Woolf sta nelle prime pagine di un libro quanto mai interessante, “**Mina. La formula di un successo italiano**”, scritto da Pierangelo Soldavini, Frank Pagano e Marco Di Dio Roccazzella, edito da “Il Sole24Ore” e in giro, in questi giorni, in alcuni dei festival estivi di libri che meritoriamente occupano i pomeriggi e le sere di città e paesi

turistici (Salerno Letteratura, tanto per fare solo un esempio, con il sostegno della Confindustria locale: l'impresa non è forse sempre più un attore culturale?).

Mina, ovvero la voce adatta alla musica in tutte le sue forme: da “Lo stupore della notte spalancata sul mare/ ci sorprese che eravamo sconosciuti, io e te...”, parole di Maurizio Costanzo, musica di Ennio Morricone alla Fuga in Do minore di Bach eseguita insieme al flauto di Severino Gazzelloni, dalla *bossa nova* importata in Italia alle straordinarie esecuzioni delle canzoni di Battisti e Paoli. “La più grande cantante bianca del mondo”, secondo Louis Armstrong, maestro di jazz. Mina, la costruzione di una vera e propria marca. Mina, la protagonista della Tv di qualità. E Mina, la capacità di sorprendere tutti con l'uscita di scena proprio all'apice del successo, con un ritiro nel privato di una casa in Svizzera e il tempo occupato a scrivere canzoni, selezionare giovani talenti e lavorare all'impresa di se stessa (con il figlio Massimiliano Pani).

Mina, appunto un successo italiano (le canzoni che hanno fatto da colonna sonora per gli amori, le malinconie e le allegrie degli adolescenti degli anni Sessanta e che adesso appassionano i trentenni di oggi). Un caso imprenditoriale, documentano gli autori. L'affermazione dell'intraprendenza colta, seria, intelligente. Una lunga deriva di qualità. Per molti versi, un esempio.

Quel desiderio della “stanza tutta per sé” è un'aspirazione che, chi conosce il mondo dell'economia italiana, sente ripetere spesso da donne di successo, ai vertici di medie e grandi imprese. E connota una tendenza crescente: l'originalità di una cultura d'impresa al femminile in cui, accanto ai valori dell'organizzazione e della produttività, trovano spazio crescente i temi della sostenibilità ambientale e sociale, la relazione tra benessere sul posto di lavoro e competitività dell'impresa, i rapporti da migliorare tra vita privata e vita di lavoro, l'attenzione al benessere delle comunità in cui l'impresa affonda le sue radici. Una cultura, in sintesi, che esprime al meglio alcune caratteristiche dell'impresa guidata da mani femminili: il senso della bellezza, la lungimiranza del tempo lungo e non rapace per i progetti di sviluppo e la qualità dei prodotti, l'attenzione per le persone. Imprese di origine familiare, molto spesso. Ma anche imprese managerializzate, al di là della famiglia d'origine.

Peccato però che le donne ai vertici delle imprese siano ancora poche. “Leadership, più donne nei consigli di amministrazione, ma poche tra gli executive”, scrive Il Sole24Ore, sulla base di una ricerca del Cerved: in Italia le Ceo sono soltanto il 26% su un panel di 6 milioni di imprese iscritte al Cerved. E nelle società quotate i numeri sono ancora più bassi: le donne sono appena il 7%, secondo una ricerca Assonime, “un ruolo ricoperto soprattutto nelle aziende più piccole”. Quasi paritaria la presenza nei *board committee*, con un peso rilevante nei comitati controllo rischi e nomine. Secondo la CONSOB, in generale, la presenza femminile nel board è pari al 43%: quasi la metà appunto.

Un punto di novità: sono sempre più frequenti, nelle imprese di famiglia, i casi in cui le leve di comando passano dal padre fondatore alla figlia, riempiendo la tradizione del consumerò

Ospitato dal Museo Diocesano di Salerno, si è aperto con gli interventi di **Andrea Prete, Vincenzo Boccia e Velleda Virno**. L'incontro, che fa parte della sezione "Sguardi sul mondo attuale", è promosso da Festival Città Impresa-ItalyPost, che organizza il Premio Letteratura d'Impresa, volto a favorire le produzioni editoriali che raccontano la peculiarità del mondo produttivo italiano, con la finalità di promuovere una "nuova narrazione" dei sistemi imprenditoriali ed una moderna cultura di impresa.

Andrea Prete, Presidente Unioncamere e CCIAA di Salerno, intervistato da Calabrò commenta che l'impresa che si apre al mondo nel quale vive, con la cultura, con il terzo settore crea coesione e competitività. «La cultura d'impresa è un valore che crea un ritorno all'impresa».

Vincenzo Boccia, Past President Confindustria sottolinea l'importanza di parlare delle imprese, aprirle, far entrare i ragazzi. «L'Italia è la seconda manifattura d'Europa ma non c'è abbastanza consapevolezza del valore dell'impresa».

E ricordando l'istituzione dei PMI day sottolinea: «Dobbiamo avere la capacità di raccontare il di fuori dell'impresa» ed ancora: «questo festival ci permette di consolidare un rapporto di comunità ed imprenditori locali».

Chiude gli interventi istituzionali Velleda Virno, Vicepresidente di Confindustria Salerno con delega alla Cultura d'Impresa che sottolinea come "fare impresa in una città del sud è un'impresa. E' molto più difficile che al nord perchè mancano le infrastrutture, le scuole. Gli imprenditori italiani sono i più capaci, quelli meridionali hanno una marcia in più».

La discussione poi si sposta con l'intervento di Frank Pagano e Pierangelo Soldavini, autori, con Marco Di Dio Roccazzella, di *Mina. La formula di un successo italiano* (Il Sole 24 Ore) e Alberto Felice De Toni, autore, insieme ad Eugenio Bastianon di *La varietà necessaria del potere. Cooperazione e corresponsabilità come chiavi di successo delle organizzazioni* (Guerini e Associati).

Mina e il potere è una lettura originale della carriera della più grande cantante italiana, che Calabrò definisce "una delle poche interpreti intergenerazionali", che, anticipando un'epoca in cui la presenza e l'immagine sono tutto, ha deciso di sparire nel pieno della sua carriera artistica.

Ma quando sparisce si ripresenta sulle copertine dei suoi dischi, sperimenta, sa cambiare, si prende poco sul serio ma ha un rigore quotidiano scandito dall'ascolto dei brani che le mandano giovani artisti, dicono gli autori del libro.

Nel '78, quando si ritira dalla vita pubblica, inventa un altro modo di fare impresa. La marca "Mina" ha tutte le caratteristiche di un brand e di un'impresa di successo.

"La sua storia favolosa ha delle caratteristiche assolutamente ripetibili", continuano gli autori, è scalabile, come si direbbe oggi.

Mina ha dato lezioni di marketing e imprenditorialità nei rapporti che ha intessuto con le aziende di cui è stata testimonial, seppur solo con la sua voce, si pensi agli spot per Barilla e alla colonna sonora di quelli di Tim. Rapporti che non sono stati solo di committenza ma di condivisione di valori e nelle scelte fatte dalla cantante si ritrovano quel «discernimento e capacità di prendere il rischio, tipico degli imprenditori».