


# Imprese, Pozzi (Liuc): â??Italiani interessati al patrimonio storico ma le aziende non lo valorizzanoâ?•

## Descrizione

default watermark

(Adnkronos) â?? â??Esiste una certa distanza tra quelle che sono le sensibilitÃ  e gli interessi dei consumatori dellâ??heritage aziendale e lâ??uso che le aziende ne fanno. Abbiamo scoperto che in Italia esiste una sorta di Heritage Gap: abbiamo un certo interesse da parte dei consumatori verso i patrimoni storici dellâ??impresa. Mentre, dal punto di vista dellâ??impresa, abbiamo analizzato elementi facili da misurare e citare, come il numero di post pubblicati in un anno sui social media, abbiamo rilevato che il numero di post pubblicati dalle aziende sul proprio patrimonio storico Ã¨ decisamente basso, contro una maggioranza di consumatori che esprimono su questi temi un certo interesse, un interesse che Ã¨ diffuso tra le generazioniâ?•. Lo ha detto Daniele Pozzi, docente Liuc â?? UniversitÃ  Cattaneo e ricercatore Civis che ha curato il volume â??Corporate Heritage. Una storia Made in Italyâ??, edito da Guerini Next e nato nellâ??ambito della ricerca di Liuc Civis, per discutere come la storia dellâ??impresa possa diventare una risorsa per interpretarne lâ??identitÃ , rafforzarne la reputazione e costruire un rapporto credibile tra passato, presente e futuro.

Il volume Ã¨ stato presentato nel corso dellâ??evento â??Heritage dâ??impresa: dalla memoria alla strategiaâ??, organizzato nel capoluogo meneghino. â??Abbiamo osservato che lâ??Heritage Ã¨ una scelta, non Ã¨ qualcosa che capita â?? prosegue -. Imprese magari anche molto piccole hanno una capacitÃ  di utilizzare lâ??Heritage che puÃ² essere superiore a quella di imprese molto grandi. Oppure imprese molto grandi usano molto bene lâ??Heritage, ma lo fanno insieme a una molteplicitÃ  di altri strumenti, mentre le imprese molto piccole usano come prioritÃ  determinante. Un altro dato che viene fuori Ã¨ che in Italia, come in altri Paesi, esistono dei network. Sono imprese molto diverse che utilizzano il valore della memoria e le permettono di circolare, di non ridursi a delle celebrazioni, ma di rimanere allâ??interno della strategia aziendaleâ?•, conclude.

â??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

**Categoria**

1. Comunicati

**Tag**

1. Ultimora

**Data di creazione**
Novembre 24, 2026
**Autore**
redazione

default watermark