

Verso Expo. Gianfelice Rocca: «Pieno sostegno di Assolombarda»

Nasce a Milano la Fondazione «Italia patria della bellezza»

«Non è un caso se gli ultimi due film italiani che hanno vinto un Oscar sono *La vita è bella* di Roberto Benigni e *La grande bellezza* di Paolo Sorrentino... Ma il problema è che gli stranieri sembrano avere un'opinione migliore dell'Italia di quella che abbiamo noi stessi». Maurizio di Robilant ha introdotto così la nascita della "Fondazione Italia patria della bellezza", presentata ieri a Milano in uno dei luoghi - guarda caso - più belli del centro della città, Villa Necchi Campiglio, che il Fondo per l'ambiente italiano (Fai) ha ristrutturato e restituito ai milanesi nel 2008. Di Robilant ha spiegato che dopo 30 anni di lavoro come professionista della consulenza d'impresa, «è venuto il momento di impegnarsi completamente, con spirito di servizio forse un po' anglosassone, per la promozione dell'Italia, del made in Italy e, in una parola, della bellezza del nostro Paese». Il progetto del creativo torinese ha subito raccolto l'entusiasmo del Fondo per l'ambiente: «Sentiamo di avere radici in comune e possibilità di realizzare molti progetti insieme - ha detto Angelo Maramai, direttore generale del Fai -. Bellezza è una parola che, in Italia, si può e si deve usare di più, senza pudori. Siamo circondati e immersi in un mare di meraviglie e forse per questo non diamo loro il giusto peso e pensiamo che non sia compito di ciascuno di noi occuparcene, nel nostro piccolo, riconoscendo allo stesso tempo la fortuna di essere nati o di vivere in Italia».

Su questa percezione del nostro Paese è tornato Di Robilant citando uno studio del Reputation Institute: «Solo il 50,6% di noi ha una buona considerazione del nostro Paese, all'estero la percentuale sale al 65,8%, con un gap incredibile, del 15,2%. Sono dati che devono farci riflettere: abbiamo tanti difetti e abbiamo commesso molti errori nella salvaguardia e

nella promozione dell'immagine dell'Italia, ma dobbiamo capire che restiamo il Paese che centinaia di milioni di persone da tutto il mondo vorrebbero visitare».

Al progetto di Di Robilant hanno aderito molte altre istituzioni private, a partire da Assolombarda. Il presidente Gianfelice Rocca ha posto l'accento sull'importanza che la Fondazione veda la luce a Milano. «Anche sulla nostra città e su tutto quello che esiste in un raggio di 50-60 chilometri abbiamo scarsa consapevo-

lezza. Invece siamo un vero e proprio hub della conoscenza - ha sottolineato Rocca - e anche il luogo ideale per sviluppare una vera e propria vision per il futuro della città e del Paese». I progetti della neonata Fondazione verranno condivisi e sostenuti anche da Camera della moda, Touring club italiano e da Fondazione Altagamma, come ha spiegato Stefania Lazzaroni, direttore generale dell'associazione che riunisce eccellenze italiane della moda, gioielleria, design, hotellerie, enogastronomia, automotive.

«Vorrei che la Fondazione attivesse un meccanismo identitario, un fattore di competitività valido da Bolzano a Siracusa, attorno al concetto di bellezza - ha concluso Di Robilant -. Un po' come accade per il concetto di qualità per i tedeschi, di precisione per gli svizzeri o di innovazione per gli americani. L'obiettivo della Fondazione è quello di contribuire al rilancio dell'Italia, trasformando lo straordinario potenziale di bellezza che essa possiede in una risorsa strategica di sviluppo, capace di orientare le politiche economiche e sociali del Paese».

Alcuni progetti sono già avviati, come uno studio con Gfk intitolato "Viaggio in Italia", nato per misurare le impressioni di chi ha visitato l'Italia e che verrà presentato entro l'estate e poi ripetuto nel 2016. Il 18 aprile invece ci saranno i risultati di una ricerca commissionata a Prometeia sull'economia della bellezza, per misurare la sua incidenza su Pil ed esportazioni. «Dobbiamo già pensare al dopo Expo - ha concluso Gianfelice Rocca, assicurando il pieno sostegno di Assolombarda alla visione di medio-lungo termine della Fondazione di Di Robilant -. Milano non può perdere questa occasione, possiamo davvero trasformarci nell'ombelico del futuro».

G.Cr.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

VISTI ALLO SPECCHIO

50,6%

Italiani che lodano l'Italia

Secondo l'ultima ricerca del Reputation Institute solo poco più della metà degli italiani ha una «buona considerazione del proprio Paese»

65,8%

Stranieri che lodano l'Italia

La percentuale è molto più alta all'estero, dove l'Italia ha una reputazione molto buona e viene vista come un esempio di saper vivere

12

Progetti della Fondazione

Sei sono già stati avviati e riguardano l'educazione e la promozione del patrimonio dell'Italia

09.2015

Ricerca con Gfk

Entro l'estate verranno presentati i risultati del lavoro «Viaggio in Italia», commissionato per misurare le impressioni degli stranieri che hanno visitato il nostro Paese