

di LUISELLA SEVESO

- MILANO -

DIRE che l'Italia è la patria della bellezza può sembrare retorico: tutto il mondo sa che il nostro Paese è uno scrigno di tesori d'arte, regno del gusto e produttore di altissima qualità. Tutto il mondo lo riconosce, ma gli italiani non ci credono. E questa scarsa opinione di sé (secondo Reputation Institute solo il 50% di noi ha una buona considerazione del paese, contro il 65,8% degli stranieri; la nostra autostima è al -15,2% contro, ad esempio, il +30% dell'India influisce anche sulla competitività. Ieri è stata presentata a Milano, con la benedizione della Presidenza del Consiglio e con l'ospitalità del Fai, che dell'ambiente naturale e artistico italiano è custode, la «Fondazione Italia Patria della Bellezza». Voluta dall'imprenditore Maurizio Di Robilant che ne è presidente, è composta da professionisti di diversa estrazione, da Andrea Illy (Fondazione Altgamma) a Diego Visconti (Fondazione Accenture), dal sociologo Giovanni Lanzone all'avvocato Edoardo Andreoli, a Paolo Anselmi (vice presidente Gfk), Marco Fanfani (Ceo di Tbwa Italia), Matteo Farneti (Milano Forward), Francois de Brabant (presidente BU Between). Scopo statutario è combattere su vari fronti la battaglia per rafforzare l'identità competitiva del Paese contribuendo al suo rilancio.

«LA BELLEZZA è il talento dell'Italia - ha detto De Robilant, che a quest'impresa si dedica da anni -: bellezza intesa non solo in senso estetico (anche se nessun paese al mondo ha una tale concentrazione di ricchezze artistiche e architettoniche e un paesaggio inimitabile come il nostro) ma in quanto espressione di positi-

Italia patria della bellezza: è qui la chiave del rilancio

Una superfondazione per valorizzare i nostri tesori



TITOLI DA OSCAR
Una scena del film «La grande bellezza» con Toni Servillo

IL VIZIO AUTOLESIONISTA

Ammirati in tutto il mondo non facciamo che svalutare immagine e prodotti nostrani

vità, di empatia, di abilità manifatturiera: il made in Italy è indice di raffinatezza assoluta». «Italia land of Beauty» sarà il marchio di promozione del Paese, che gli stranieri hanno già fondamentalmente assimilato. «Forse - ha concluso il presidente - non è un caso che abbiamo vinto l'Oscar con due film che richiamano proprio il significato più ampio di bellezza: «La vita è bella» e «La grande bellezza»». Per affrontare questo suo impegnativo progetto culturale, dove si pone come ideatrice, promotrice, realizzatrice e soprattutto coordinatrice la Fondazione sta già lavorando su 4 fronti: misu-

rare, educare, sviluppare, promuovere. Al momento sono dodici i progetti in cantiere, alcuni già avviati, legati al mondo del Made in Italy, della scuola, del turismo e arte, dell'agricoltura e del paesaggio. Del «misurare» fanno parte la creazione di un osservatorio permanente (insieme a Gfk) dell'esperienza in Italia degli stranieri, per migliorare i punti deboli e rafforzare quelli virtuosi («Viaggio in Italia» ad esempio registra e valuta l'effetto di Expo sulla percezione del nostro Paese all'estero) e un'indagine (con Unioncamere e Arc Cattolica) sul modello di impresa italiana che fa riferimento alla bottega rinascimentale, quella che ha saputo tramutare la bellezza in sviluppo e competitività, modello ideale per gli imprenditori. L'«educazione» passa, per cominciare, attraverso la trasformazione degli insegnan-

ti delle elementari in ambasciatori di bellezza (con Fai e La Fabbrica). Lo «sviluppo» transita per «I percorsi della bellezza», una mappatura di accoglienza, shopping, cultura e intrattenimento, luoghi storici e beni culturali e ambientali e lavorerà alla definizione di un format di comunicazione turistica univoco e condiviso con i territori (anche qui ognuno oggi fa da sé con risultati a volte imbarazzanti) insieme a Regioni e Comuni.

QUATTRO FRONTI

Dodici progetti già in cantiere per misurare, educare sviluppare e promuovere

La «promozione», oltre che di «Giornate della bellezza» (con Touring e Fai), si occuperà di una piattaforma web che racconti il Paese e le sue eccellenze agroalimentari. Altra idea forte è quella di un concorso per raccogliere in una start up idee di impresa per progettare, realizzare e gestire servizi e prodotti (culturali, di ospitalità e turismo) che sappiano generare nuove forme di business e occupazione. La Fondazione è già impegnata a sostegno di «5Vie art+design», progetto di rilancio del centro storico di Milano. Informazioni sul sito www.patriadellabellezza.it.

