

Un marchio per l'Italia all'estero, si riparte dalla bellezza

Fondazione di fondazioni per ricostruire l'identità del Paese

Mi piace 0

Facebook

Twitter

Google+



Milano, 31 mar. (askanews) - Dopo vari tentativi falliti e milioni di euro pubblici svaniti nel nulla, questa volta ci provano i privati a lanciare un marchio unico che rappresenti all'estero l'Italia e i suoi prodotti. Si tratta della Fondazione Italia Patria della Bellezza, promossa dal creativo torinese Maurizio di Robilant, che ha l'obiettivo di attivare un meccanismo identitario, un fattore di competitività valido da Bolzano a Siracusa, attorno al concetto di bellezza. Un po' come 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. L'idea è che la bellezza ha per gli italiani un valore che va ben oltre il solo senso estetico, giacché è parte indissolubile del loro patrimonio identitario. È storia, cultura e territorio, ma anche ricerca scientifica e avanguardia tecnologica, qualità dei prodotti e creatività progettuale. A ciò si aggiungono la ricchezza del patrimonio agroalimentare, la capacità di costruire relazioni empatiche e l'eccellenza della manifattura. Una pluralità che determina uno stile di vita che il mondo intero invidia.

Nel concreto, l'attività della Fondazione si esplica nell'ideazione e nel coordinamento di progetti volti al potenziamento dell'identità competitiva del Paese, tramite azioni che si sviluppano lungo alcune direttrici principali: misurare, educare, sviluppare e promuovere. In queste aree la Fondazione lancerà per il 2015 una serie di progetti, alcuni già avviati, che includono scuola, ricerca, impresa, turismo e made in Italy e, soprattutto, il marchio di promozione del Paese "Italia Land of Beauty".

La Fondazione opera come una piattaforma progettuale aperta che aggrega da un lato le istituzioni della società civile che già operano nella direzione della valorizzazione del nostro patrimonio, e dall'altro raccoglie intorno al suo progetto la migliore imprenditoria del Paese. Hanno già aderito enti e altre fondazioni come Altagamma, la Camera della moda e il Touring Club Italiano, ma soprattutto iniziano a farsi avanti le imprese, vero motore per far decollare l'iniziativa.