

Il Sole **24 ORE**
STREAM24

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

31 Marzo 2015



DESCRIZIONE

Milano (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: "Pensi ai bambini che giocano a pallone nelle piazze con le chiese piene di bassorilievi sui quali batte il pallone: la bellezza entra dentro di noi fin da piccoli, è qualcosa che sentiamo e sentiamo molto legata al nostro territorio. Allora avendo un territorio così ricco di bellezza in cui ciascuno si identifica diventa facile sentirsi patria della bellezza". Alla Fondazione 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. "La nostra scommessa è stata proprio questa: proviamo a aggregare tutti quelli che stanno facendo qualcosa che serve al Paese. Proprio perché questo è un Paese divisivo ci siamo posti una visione molto alta, che difficilmente divide, perché credo che nessuno non sia d'accordo sul fatto che questa sia la patria della bellezza". Lo slogan è "Italia land of beauty" e sono già partiti sei dei primi dodici progetti, alcuni dei quali destinati alle scuole.