

## L'INTERVISTA



**Il progetto** Maurizio di Robilant ha lasciato la guida della sua azienda per creare la Fondazione «Italia patria della bellezza». «Vorrei che il Paese fosse cosciente del potenziale che ha nel saper fare. Ma non ha senso separare l'arte dalla tecnologia o dall'economia»

## «Perché impresa e cultura devono andare a braccetto»

di **Roberta Scorrane**

**O**ttant'anni fa, nel 1935, uscì un libro dal titolo *Come io vedo il mondo*. Vi si potevano leggere esortazioni quali «[l'uomo che non è più in grado di meravigliarsi e non prova più stupore], è come morto, una candela spenta da un soffio», oppure «[chi non cerca la propria strada] non è semplicemente sventurato, ma è quasi inidoneo alla vita». Chi lo ha scritto? Un romantico? Un tardo-idealista?

No, un fisico. Albert Einstein. Che riuscì nel miracolo di fondere i numeri con la fede, l'insondabile con il rigore scientifico, scoprendo la formula più elegante, profonda e illuminata che mai sia stata svelata:  $E=mc^2$ . Ecco, a questa magia aspira una Fondazione nata nemmeno un anno fa, che ha scelto un nome impegnativo di «Italia patria della bellezza». Con le sue idee, con i suoi progetti e le sue ambizioni ci accompagnerà nel nostro «viaggio» alla ricerca della bellezza italiana. Il presidente e fondatore si chiama Maurizio di Robilant, un milanese con lontane ascendenze asburgiche, una passione per i luoghi, quattro figli e la tendenza a non nascondersi: «Sì, vorremmo contribuire a cambiare questo Paese. E sono pure ottimista».

**Patria della bellezza. Eppure i primi a darci addosso siamo noi stessi. Come si fa?**

«Il nostro viaggio parte da qui: vorremmo che l'Italia raggiungesse in ciascuno dei suoi abitanti il peso specifico che ha. Se c'è un talento che il mondo intero ci riconosce è proprio la bellezza. Nella recente ricerca "Viaggio in Italia", realizzata in collaborazione con GfK, abbiamo dimostrato che l'85% degli stranieri si dichiara soddisfatto del proprio viaggio a casa nostra. Perché non partire da qui?»

**Definiamo il concetto di bellezza?**

«Patrimonio identitario. Che non vuol dire solo Colosseo, Pompei o le coste siciliane. Abbiamo nel nostro Dna anche il saper fare bene le cose, una qualità che ci ha portato sul tetto del mondo. Il design, prima di tutto, poi la moda, la cucina, riscoperta di recente. Così mi sono detto: perché non provare a far fruttare tutto questo in qualcosa che possa innescare una nuova rivoluzione italiana? Rivoluzione culturale. Perché la cultura è controcorrente».

**Ammirevole. Ma nel concreto?**

«Siamo nati da poco, ma abbiamo già il soste-

gno di numerose istituzioni, come per esempio il Touring Club Italiano o la Fondazione Altagama. Abbiamo, come dicevo, realizzato la ricerca sulla percezione che hanno dell'Italia gli stranieri e gli italiani stessi e, in base ai risultati, abbiamo chiesto formalmente al governo di aprire una cabina di regia che metta in connessione le regioni. Sì, perché nella più elementare delle ricerche sul turismo emerge che ogni area fa un po' come vuole ed è inimmaginabile che un Paese come il nostro non abbia una rete di coordinamento».

**Se lei dovesse individuare la bellezza italiana quali macro aree sceglierebbe?**

«La Fondazione ha individuato le aree di Impresa/Made in Italy, Scuola, Turismo, Arte, Cultura e Paesaggio. Nella ricerca che abbiamo promosso insieme a Prometeia sa che cosa è emerso? Che il connubio industria-cultura, con delle declinazioni precise quali beni di consumo, ricerca e industria culturale, porta il 16,5% della ricchezza nazionale. Ma noi continuiamo a separare l'arte dalla tecnologia, le sculture dal design, i quadri di Raffaello da una bella impresa che funziona e che genera profitto. Non accorgendoci che ci facciamo del male».

**La sua stessa vita è un esempio di come tanti interessi possano convivere, no?**

«Per trent'anni ho guidato l'azienda che ho fondato, la RobilantAssociati, società di Brand advisory e Strategic design, leader del mercato italiano. Vengo dal mondo della grafica, ho studiato e lavorato negli Stati Uniti. Pensi che negli anni Settanta ero a New York e mi occupavo di design. Qui ho conosciuto Andy Warhol, solo per fare un nome. Ecco, lui sì che aveva capito che non è una bestemmia accostare la cultura al mondo degli affari».

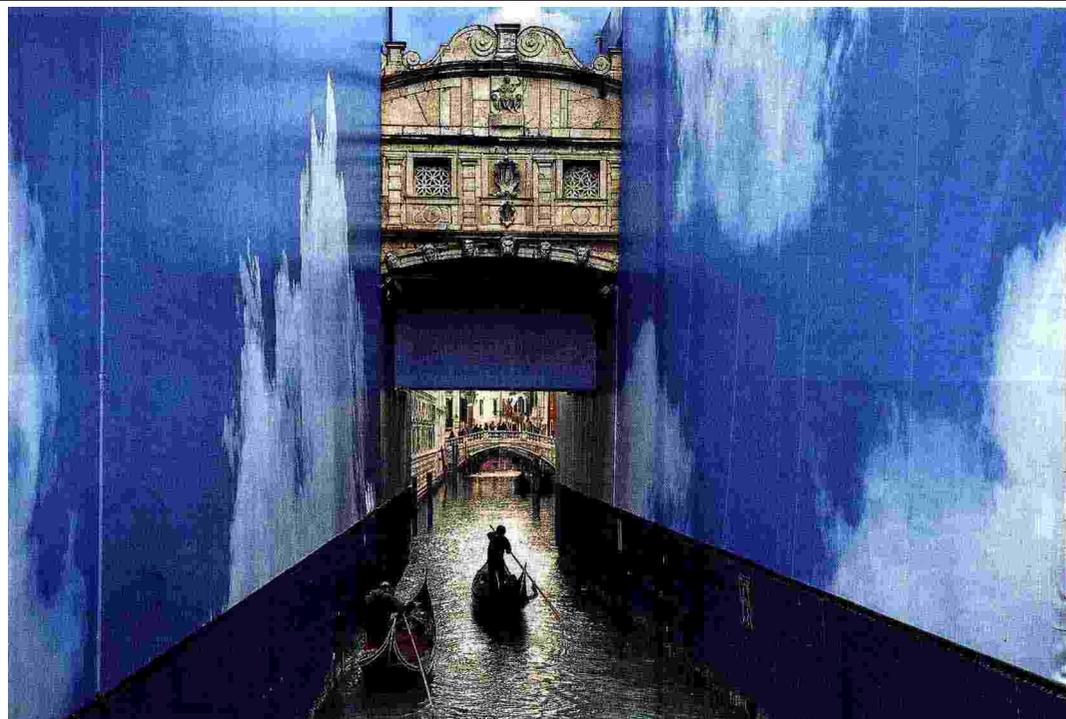
**Poi il salto nel buio: largo ai giovani in azienda e lei va a fondare «Italia Land Of Beauty», per dirlo in inglese. Una scommessa?**

«Diciamo che ci credo molto. Credo che si possa fare rete e contagiare quanti più italiani possibile. Occorre un risveglio e una coscienza identitaria. Ma ci guardiamo intorno? Vediamo che potenzialità abbiamo? Insieme possiamo inaugurare una nuova era di sviluppo, nel nome di quello che sappiamo fare meglio. Cominciando dalle scuole e in effetti noi abbiamo dei programmi diretti ai giovanissimi».

**La sua personale idea di bellezza?**

«Guardare i miei figli. Che hanno scelto strade diverse, nessuno di loro fa il mio lavoro, ciascuno si è tracciato una propria via. Ma la diversità è sinonimo di progresso. Evviva».

rscorrane@corriere.it



**La mostra**  
Steve McCurry,  
«Gondole  
in un canale»,  
Venezia, marzo  
2011 © Steve  
McCurry.  
Questa foto è  
una di quelle  
presenti nella  
rassegna  
«Henri Cartier-  
Bresson e gli  
altri. I grandi  
fotografi e  
l'Italia», a  
Palazzo della  
Ragione di  
Milano fino al 7  
febbraio 2016

## Identikit



**Maurizio di Robilant**, nato nel 1951, è il fondatore e il presidente della **Fondazione «Italia patria della bellezza»**, che accompagna il «Corriere» nel progetto «Il Bello dell'Italia» fino a quasi tutto il 2016. Ha fondato RobilantAssociati, società di Brand advisory e Strategic design, leader del mercato italiano



**La sinergia che manca**  
Da ogni ricerca emerge che ogni area fa un po' come vuole, assurdo che non ci sia coordinamento



**La ricchezza reale**  
Che peso ha la bellezza? Tra made in Italy, arte, cultura, turismo, scuola, paesaggio, il 16,5% del Pil

