

INTERVISTA | Andrea Illy | Presidente di **Altagamma**

«L'Italia valorizzi le sue bellezze»

«La miscela straordinaria di storia, arte, colori e manifattura è un antidoto alla crisi»

Paolo Bricco

«L'ho detto a Davide Rampello, ideatore e regista del progetto Panorama. Per la prima volta ho avuto anche i brividi sulle guance. Non ho sentito soltanto l'ordinaria emozione alla pancia. Ho provato di più. Quest'opera ha qualcosa di originalissimo. Perché riesce a restituire l'unicità del nostro Paese. La miscela straordinaria di bellezza e di paesaggio, di storia e di arte, di manufatti e di luci, di colori e di sapori, di artigianato e di industria».

Andrea Illy, presidente di **Altagamma**, rinuncia alla consueta riservatezza e all'abituale controllo delle emozioni che caratterizzano l'imprenditoria di Trieste e dell'estremo Nord-Est scegliendo di raccontare l'impatto emotivo di questa opera, una struttura architettonica e un cortometraggio che sarà fruibile al pubblico, in Piazza Gae Aulenti a Milano, dal 21 maggio al 31 ottobre, in concomitanza con Expo Milano 2015.

Presidente, l'impatto emotivo nasce sia dall'estetica dell'opera che dal suo contenuto, che parla direttamente all'anima degli italiani: l'immagine e l'identità del nostro Paese, la sua transizione e le sue opportunità, la sua storia e la sua cultura. Quanto conta sapere sviluppare nuove strategie di comunicazione per uscire dalla crisi?

Conta molto. L'Italia ha bisogno di esprimersi in maniera diversa. Deve valorizzarsi di più. La

nostra struttura più profonda è costituita dalla fusione fra bellezza e risultato dell'agire umano. Natura e storia. Società ed economia. Siamo, in qualche modo, assuefatti a tutto questo. Rischiamo di non cogliere la forza di questa impagabile eredità. Da tremila anni siamo al centro del Mediterraneo, in uno dei crocevia della storia. Serve prima di tutto a noi, come comunità. Alla fine, sul lungo periodo, fra materiale e immateriale tutto questo si condensa anche nell'industria di **alta gamma**. Una industria di **alta gamma** che è già una risorsa formidabile. Ma che ha ancora notevoli spazi di crescita potenziale.

All'estero, la reputazione dei segmenti più alti è significativa.

Sì, ma è possibile migliorarla. Partiamo da alcuni elementi quantitativi: nel segmento più alto, i marchi italiani detengono il 22% del mercato mondiale nei beni di lusso personali, il 30% nell'arredamento di design, il 24% nell'enogastronomia e il 10% nella nautica. Questa industria, insieme culturale e creativa, occupa in Italia mezzo milione di addetti fra diretti e indiretti e, ad essa, è riferibile il 4% del Pil nazionale. Il macrosettore formato da moda, design, food, ospitalità, nautica, motori, gioielleria, wellness e cultura ci consente di ottenere un fatturato di 100 miliardi di euro, il 10% del mercato mondiale.

Peraltro, si tratta di un macro comparto che cresce a ritmi costanti e robusti.

Sì, nell'economia internazionale l'industria cultural-creati-

va e l'economia simbolica hanno un tasso di crescita del 5% all'anno, alimentato dalle nuove borghesie dei Paesi emergenti. L'obiettivo di arrivare a generare entro dieci anni, come giro d'affari annuo all'estero, 150 miliardi di euro con **l'alta gamma** è tutt'altro che improponibile. Come presidente di **Altagamma**, sento il dovere di stimolare il Governo nella costruzione di policy che assecondino e che favoriscano questo processo. L'obiettivo deve essere l'aumento della quota mondiale dal 10% al 15 per cento. L'Italia ha il potenziale per farcela.

Sul Made in Italy, il Governo si è mosso con un piano articolato.

Sì, va assolutamente riconosciuto come il Piano straordinario per il Made in Italy rappresenta qualcosa di nuovo. Non soltanto sotto il profilo strategico. Ma anche sul versante delle risorse finanziarie. Questo piano, costruito sotto l'egida del viceministro dello Sviluppo economico Carlo Calenda, ha risorse - 260 milioni di euro - sensibilmente più alte rispetto al passato.

Anche se, sotto il profilo delle policy, occorre recuperare una unitarietà nazionale.

È vero. Servono politiche nazionali attive per **l'altagamma**, che è naturalmente in grado di trainare l'intera economia italiana. Queste politiche non devono però in alcun modo replicare gli errori fatti, per esempio, nel turismo. Devono restare unitarie e nazionali. Avevamo il

10% del turismo mondiale. Con la riforma dell'Articolo Quinto della Costituzione le competenze sono finite alle Regioni, i cui budget promozionali non hanno le masse critiche necessarie per competere con i grandi Sistemi Paese. Il risultato è che, adesso, siamo scesi al 5% della quota mondiale.

Unitarietà e coesione significa anche la messa a fattore comune delle complesse articolazioni italiane, la cui rappresentanza della politica e dell'economia si sviluppa storicamente su più piani.

Unità e coesione sono fondamentali. Prendiamo una opera di grande rilievo artistico e di importante impatto identitario e di comunicazione come questo progetto Panorama. Il progetto è nato dalla collaborazione di un gran numero di istituzioni: il Ministero dello Sviluppo Economico, l'Ice, la Simest, il Comune di Milano, la Camera di Commercio di Milano, la Camera Nazionale della Moda Italiana, il Salone del Mobile e naturalmente la nostra **Fondazione Altagamma**. In più, ci sono il patrocinio di Expo Milano 2015 e la collaborazione del Ministero dei Beni e delle attività culturali e del turismo. Abbiamo ottenuto un bel risultato portando tutti questi elementi a fattor comune. Una operazione dal grande valore simbolico. Alla fine mettere insieme le molte voci italiane è - e sarà sempre più - essenziale per suonare lo spartito della bellezza e del rilancio economico del nostro Paese, della nostra identità storica e del nostro futuro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL PROGETTO

Come nasce un'idea

«Panorama» è un progetto ideato per raccontare la bellezza e l'eccellenza dell'Italia, della sua arte e dei suoi prodotti. È frutto di una vera e propria operazione «di sistema» che ha coinvolto soggetti pubblici e privati: ministero per lo Sviluppo economico; agenzia Ice, Simest, Comune di Milano, Camera di commercio di Milano,

Fondazione **Altagamma**, Camera nazionale della moda, Salone del mobile di Milano. Vede inoltre il patrocinio di Expo, la collaborazione del ministero per i Beni culturali, e la partnership di Terra Moretti, Fai, Archivio fotografico Scala, Touring Club Italia. L'installazione sarà aperta in Piazza Gae Aulenti a Milano, dal 21 maggio al 31 ottobre, dalle 10 alle 18. L'ingresso è gratuito.



Imprenditore, Andrea Illy

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Expo. Installazione hi-tech in piazza Gae Aulenti

Un «Panorama» per raccontare del made in Italy

Giovanna Mancini
MILANO

Un'immersione nella bellezza e nella eccellenza del made in Italy, attraverso un video "a 360°", della durata di 15 minuti, realizzato con le più moderne tecnologie di ripresa, droni compresi. Il progetto «Panorama», che apre al pubblico domani in Piazza Gae Aulenti a Milano, fa parte del palinsesto di eventi di Expo in città ed è frutto di un'operazione «di sistema» dell'industria culturale e creativa italiana, che ha coinvolto soggetti sia pubblici, sia privati.

La sua realizzazione ha visto infatti lavorare insieme alcune tra le principali associazioni imprenditoriali dei settori più rappresentativi del made in Italy - come Fondazione **Altagama**, Camera nazionale della moda e Salone del mobile di Milano - oltre al ministero per lo Sviluppo economico (che ha in gran parte finanziato il progetto, attingendo ai fondi del Piano per il made in Italy), Ice, Simest, il Comune e la Camera di Commercio di Milano, in collaborazione con il ministero per i Beni culturali e con il patrocinio di Expo 2015.

La scelta stessa della location è carica di significati: quella piazza Gae Aulenti, con i suoi grattacieli, è diventata uno dei luoghi simbolo della voglia di rinascita e ripresa dell'Italia.

Curata da Davide Rampello, la grande video-installazione che sarà visitabile (gratuitamente) per tutto il semestre di Expo, fa riferimento già nel nome ai «Panorami» inventati nel Settecento, ovvero delle stanze circolari all'interno delle quali erano realizzati dipinti a 360°, capaci di dare agli spettatori la

sensazione di trovarsi davvero immersi nel paesaggio riprodotto. Per ottenere la spettacolarità suscitata in passato da queste «macchine ottiche pittoriche» (spesso utilizzate anche all'interno delle Esposizioni universali), il Panorama di Expo 2015 è stato realizzato «con tecnologie immersive media e droni di ultima generazione», spiega il curatore.

L'obiettivo è raccontare quel legame imprescindibile tra natura, cultura e manifattura che costituisce l'unicità dei prodotti made in Italy più apprezzati all'estero, dalla moda al design, dal cibo all'arte, all'ospitalità. Prodotti che, nel segmento più alto del mercato, rappresentano il 4% del Pil del Paese, danno lavoro a oltre 500 mila persone tra addetti diretti e indiretti, e pongono l'Italia tra i leader mondiali nel segmento dell'alto di gamma (si veda intervista in alto).

Tutto questo è raccontato in «Panorama» attraverso un cortometraggio d'autore che sarà proiettato tutti i giorni dalle 10 alle 18 all'interno di una struttura architettonica in legno di 350 metri quadrati, progettata dall'architetto Alessandro Colombo e dallo studio Cerri&Associati. Gli spettatori saranno avvolti a 360° da un maxi-schermo circolare alto 5 metri dove scorrono le immagini di oltre 200 location in tutta Italia: musei, teatri, piazze, aziende, edifici, paesaggi naturali. Dal Colosseo ripreso dall'alto, ai capolavori artistici dei musei italiani, dalla produzione nelle fabbriche e nei laboratori artigianali alle sfilate di moda, fino alle coltivazioni e i paesaggi del Belpaese.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

