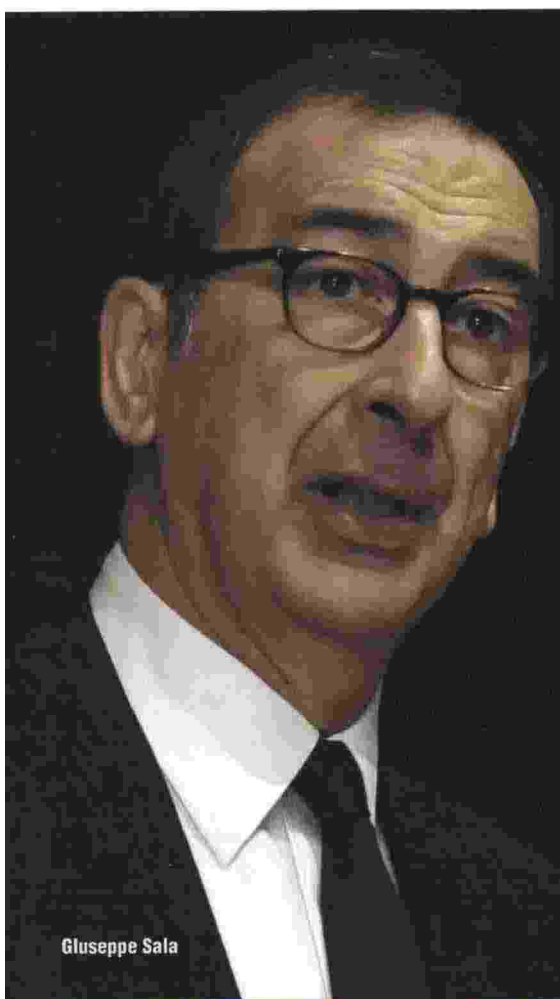




WORLD EXCELLENCE

Novembre 2017

LA RIVISTA N°1 DEI CEO



Giuseppe Sala

E ORA MILANO VOLA ALTO

Il capoluogo lombardo sta acquistando un ruolo strategico centrale non solo in Italia, ma anche in Europa

OPEN INNOVATION

**CRESCERE LA DOMANDA
DI STARTUP
TECNOLOGICHE**



CYBERSECURITY

**Un mercato
in forte
espansione**

Le stime dicono che entro cinque anni nel mondo verrà speso 1 trilione di dollari per proteggersi dagli attacchi informatici. Ma i danni del cybercrime saranno sei volte superiori



**L'educazione
finanziaria
deve crescere**



AL VIA LA RIVOLUZIONE INDUSTRIALE DEL FINTECH

PRIMO PIANO

GIUSEPPE SALA

MADE IN MILANO

Brexit, Agenzia del farmaco, migranti, periferie sono i temi caldi sull'agenda del sindaco del capoluogo lombardo.

La città, diventata «modello», sta giocando diverse partite, tutte volte a rafforzare e accrescere la sua reputazione, sia in ambito nazionale che internazionale

Laura Lamarra



A Milano, Giuseppe Sala detto Beppe, 59 anni (nato in città ma cresciuto a Varedo, Brianza), ci tornò la prima volta per frequentare l'Università Bocconi, facoltà di Economia e commercio. E non se ne andò più. È qui «che da sempre svolgo la mia attività lavorativa», ricorda: «Ho ricoperto ruoli dirigenziali in aziende di rilievo internazionale, a partire da Pirelli e Telecom; sono stato direttore generale del Comune, amministratore delegato di Expo 2015 e poi commissario unico delegato del governo per l'Esposizione Universale». Dal 21 giugno 2016 è sindaco della città. «Milano mi ha dato tanto e continua a darmi tanti stimoli, oltre che orgoglio e responsabilità che spero di onorare con le scelte che ogni giorno sono chiamato a prendere per il bene dei miei concittadini e per rendere sempre più attraente e accogliente questa splendida città». Una città che vuole giocare un ruolo da protagonista nello scenario economico internazionale.

Qual è il suo punto di vista in merito all'attuale scenario economico, politico e sociale? Quali sono i principali temi di attualità da affrontare con urgenza e determinazione e come si posiziona Milano in tale contesto?

Brexit e migranti. Sono questi i principali temi su cui tutte le istituzioni, internazionali, nazionali e locali, sono chiamate a confrontarsi. Si tratta di questioni che Milano sta affrontando con coerenza e determinazione. La Brexit e gli scenari del post-Brexit hanno aperto sicuramente delle opportunità per la nostra città: grazie anche al supporto del governo, Milano si sta proponendo come hub finanziario di riferimento europeo, garantendo delle agevolazioni alle aziende e alle banche che intendono trasferire il proprio business dalla City in Italia e nella nostra città. E non solo. Milano si è candidata

per ospitare l'Ena, l'Agenzia europea del farmaco, che ad oggi ha sede a Londra: abbiamo presentato un dossier competitivo e contiamo di vincere questa importante partita. Milano sa bene che apertura internazionale non vuol dire solo capacità di attrarre investimenti dall'estero. Apertura significa capacità di accogliere chi è in difficoltà e fugge dal proprio Paese per un futuro migliore, significa offrire un'opportunità di promozione personale e professionale nel rispetto delle regole. Attraverso il terzo settore attivo nella nostra città, ci impegniamo affinché la solidarietà continui a essere una realtà, oltre che un valore da coltivare e incoraggiare. D'altro canto, è innegabile che un flusso migratorio di dimensioni

mentale alla percezione positiva globale della città, sia in ambito nazionale sia internazionale. Non c'è settore in cui Milano non stia dando il meglio di sé: moda, design, ricerca, scienza, tecnologia e innovazione, cultura, arte, finanza, imprenditoria, food, ambiente, mobilità e non solo. C'è una sinergia di intenti che si concretizza nel nuovo volto di Milano, sempre più internazionale, sempre più propositiva e leader, sempre più ambiziosa e determinata a raggiungere il ruolo di punto di riferimento che le compete e che sa di poter svolgere con autorevolezza, per il bene di tutto il Paese.

Possiamo parlare di «made in Milano» oppure si corre il rischio di uno

“ Non c'è settore in cui Milano non stia dando il meglio di sé: arte, moda, design, tecnologia, cultura, finanza, imprenditoria, mobilità, food...” ”

crescenti apra a questioni e a riflessioni importanti e serie, che riguardano sia la necessità di offrire accoglienza e assistenza dignitose a queste persone che arrivano in Italia e in Europa, fuggendo da povertà, guerra o da Paesi dove non vengono loro riconosciuti i diritti, sia il dovere di regolamentare la loro presenza, per la sicurezza di tutti i cittadini e per loro stessi.

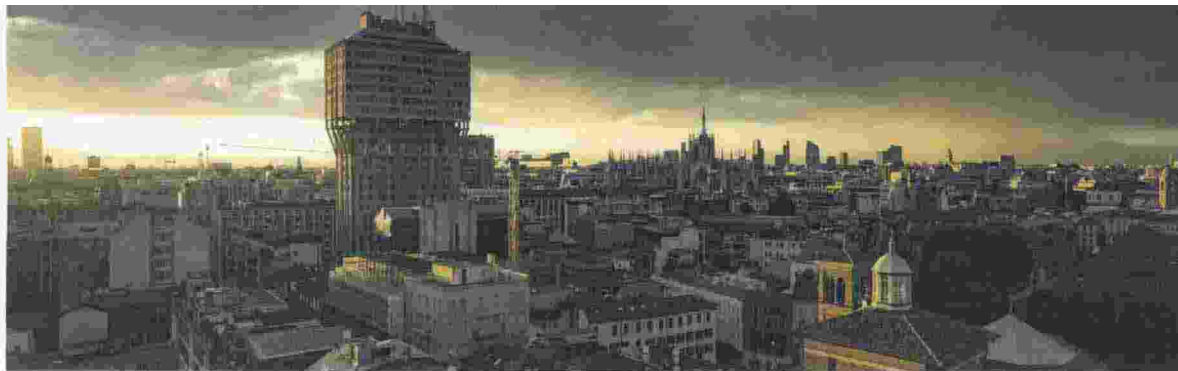
Quali sono gli asset che rendono Milano centrale per lo sviluppo del Paese?

Milano sta vivendo un periodo davvero positivo. Ciò è dovuto al fatto che tutte le componenti della società, istituzioni, imprese, terzo settore, enti culturali, cittadini, stanno facendo la propria parte, consapevoli che ognuna sta apportando un contributo fonda-

scollamento con il resto del Paese nella strategia di valorizzazione del made in Italy nel mondo?

Se con «made in Milano» si vuole identificare un modello, un modus operandi fatto di collaborazione e condivisione di intenzioni per raggiungere obiettivi di alto livello, direi che è certamente sinonimo di qualità, efficienza, concretezza e creatività. Ovviamente questo «made in Milano» è possibile perché alle spalle c'è un made in Italy forte, un'etichetta che applichiamo con orgoglio alle eccellenze che il tessuto produttivo del nostro Paese sa realizzare e di cui anche Milano è espressione.

Quali sono i progetti avviati dal Comune di Milano a sostegno di tale centralità e della valorizzazione



YES MILANO

«Milano sta giocando diverse partite», spiega il sindaco Sala, «tutte volte a rafforzare e accrescere la sua reputazione. Per valorizzare ogni singolo ambito in cui la città si esprime, abbiamo dato il via a YesMilano, eventi e iniziative in grado di attrarre interessi di diversa natura»

territoriale e del made in Italy nel mondo?

Milano sta giocando diverse partite, tutte volte a rafforzare e accrescere la sua reputazione. Per valorizzare ogni singolo ambito in cui la città si esprime, abbiamo dato il via a YesMilano, un logo che racchiude iniziative e palinsesti di eventi, in grado di attrarre interessi di diversa natura. Nel 2018 avremo 15 tra «week» (iniziative che durano un'intera settimana) e «city», tematiche della durata di un weekend: dalle Fashion week a Museo city, dalla Design week a Piano city, dalla Food city alla Photo week, alla Movie week e Book city ecc. In questo modo contiamo di mantenere viva l'attenzione dei turisti e dei cittadini durante l'intero anno, proponendo un'offerta di appuntamenti varia e accattivante, al passo con i tempi e contemporanea, esattamente com'è Milano. Questa vivacità culturale è senza dubbio una leva importante anche per vincere le importanti sfide internazionali che ci siamo posti, a cominciare dalla candidatura per ospitare l'Ema. Offrire un ambiente culturalmente stimolante con proposte di qualità non può che costituire un plus di assoluto valore.

Come si collocano le periferie nella strategia di sviluppo di Milano? Come e in che misura concorrono alla sua centralità?

Le periferie occupano un ruolo centrale e fondamentale per lo sviluppo di Milano. Per questo motivo, abbiamo deciso di avviare il Piano periferie, oltre 300 milioni di euro destinati

a interventi in cinque ambiti strategici: Giambellino-Lorenteggio, Adriano-Padova-Rizzoli, Corvetto-Chiaravalle-Porto di Mare, Niguarda-Bovisa e Qt8-Gallaratese. Si tratta di progetti di diversa natura che ci permettono di lavorare sulla ristrutturazione e riqualificazione di edifici, parchi, strutture sportive ecc., sempre con l'obiettivo di promuovere la rinascita economica e sociale di queste zone, abbiamo lanciato anche un «bando alle periferie», per sostenere progetti e iniziative con cui rendere più vivi, connessi e accessibili i quartieri prioritari del Piano periferie.

Che cosa occorre ancora fare affinché Milano divenga player internazionale capace di attirare capitale umano e risorse? Su cosa occorre puntare per rafforzare l'immagine e l'attrattiva di Milano nel mondo e quali sono gli elementi imprescindibili di una strategia efficace volta a garantirne il raggiungimento?

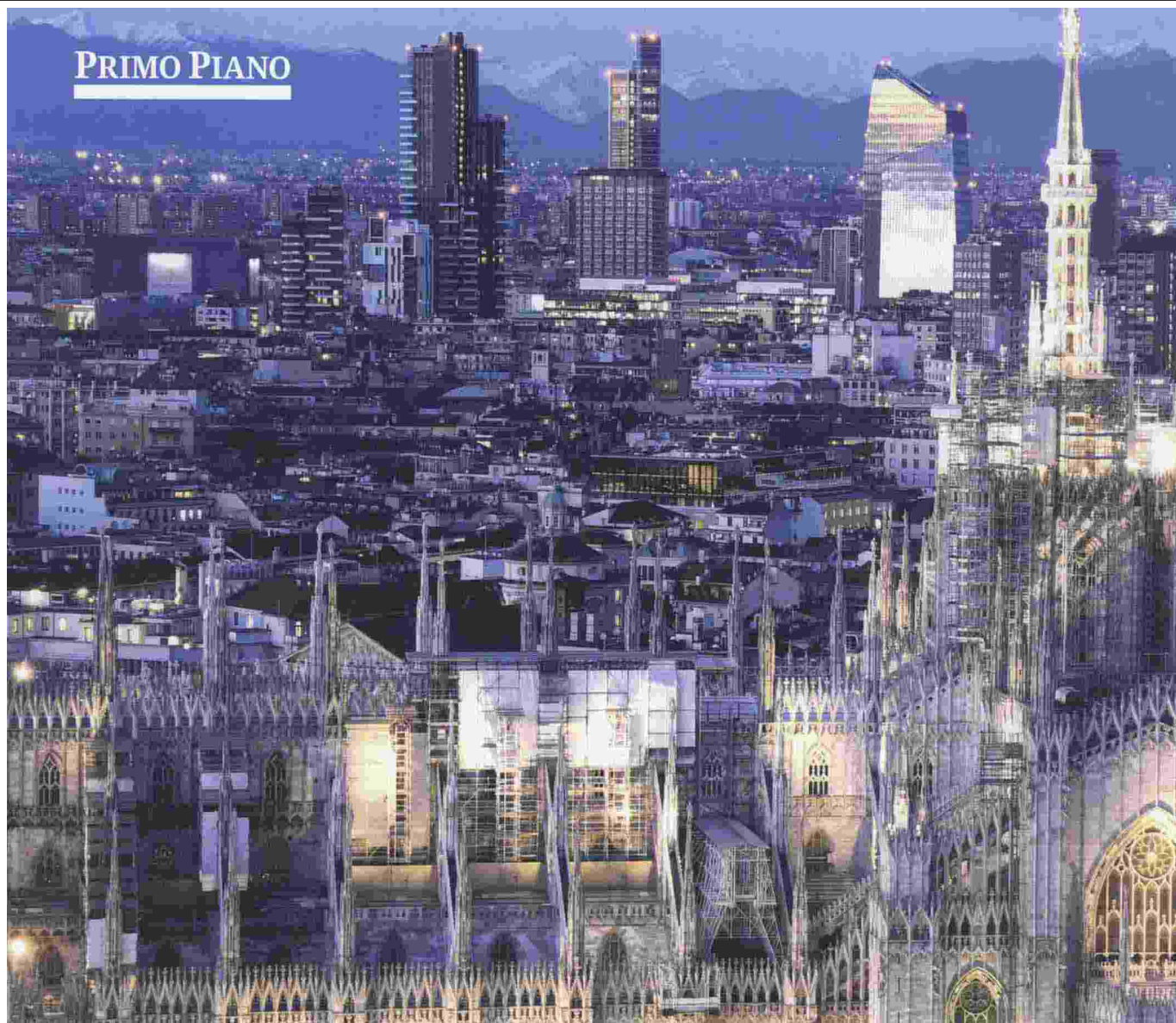
La collaborazione è la via maestra per tagliare i traguardi più importanti. Come ho avuto modo di sperimentare direttamente, quando le istituzioni fanno squadra si ottengono i risultati sperati. Questo è ciò che sta accadendo anche in ottica post Brexit, con le misure e gli incentivi economici che il governo ha attuato per richiamare in Italia e su Milano capitale umano e investimenti dall'estero e la costituzione del Comitato Milano European Financial Hub, che vede la collaborazione di governo, comune, regione Lombardia, Banca d'Italia e Consob,

per stimolare la creazione a Milano di un polo finanziario europeo competitivo.

Quali sono i principali obiettivi e come si propone di realizzarli a livello locale e nazionale per valorizzare Milano nello scenario internazionale da qui al prossimo anno? Vi sono dei modelli di altre città a cui si ispira nella sua strategia di valorizzazione?

Più che guardare al prossimo anno, preferisco proiettarmi sull'intero mandato. E più che prendere a modello una singola città, credo nella condivisione di best practice, riadattando strumenti risultati efficaci all'estero al contesto locale. Perciò, con la giunta stiamo lavorando per fare di Milano una città sempre più connessa, fra pochi anni sarà possibile percorrere la tratta Linate-San Babila in 14 minuti, con la metropolitana, verde e riqualificata; abbiamo avviato l'iter per la riqualificazione degli ex scali ferroviari della città e stiamo lavorando a un importante piano per la manutenzione degli immobili di edilizia residenziale pubblica e il recupero delle case sfitte, a una città aperta alla novità, non ultima la riapertura graduale di alcuni tratti dei Navigli, e alle nuove soluzioni di mobilità, come già sta dimostrando di essere. Questi sono solo alcuni esempi degli ambiti in cui siamo impegnati a livello locale e che contribuiscono a definire l'immagine internazionale di una città contemporanea, attenta all'ambiente e pronta alle sperimentazioni. ■

PRIMO PIANO

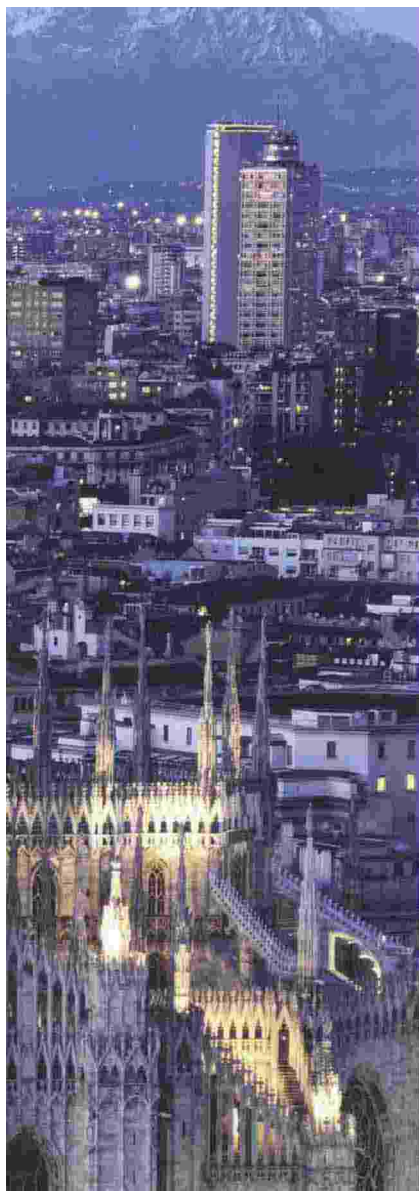


DOPO BREXIT

NASCITA DI UNA NUOVA CAPITALE FINANZIARIA

Il distacco di Londra favorisce l'ascesa di Milano. Per cogliere le opportunità che si sono aperte, un'iniziativa legislativa chiede l'introduzione di agevolazioni ad hoc per favorire gli investimenti su scala internazionale

Luigi Dell'Olio



REAL ESTATE

Caccia al mattone meneghino

Secondo un rapporto di Scenari Immobiliari e Vittoria Assicurazioni, Milano è la seconda in Europa in termini di competitività, dopo Monaco di Baviera

Milano è la città italiana alla quale guardano con maggiore interesse gli investitori internazionali in campo immobiliare. Dopo il rifacimento della zona che da Porta Nuova arriva alla stazione Garibaldi (e che comprende i nuovi palazzi avveniristici di piazza Gae Aulenti, sede di Unicredit), altre iniziative sono in corso per un valore stimato in circa 10 miliardi di euro.

Basti pensare a Citylife, l'area sulla quale insisteva la vecchia fiera, in parte già completa (ma i lavori finiranno tra cinque anni) tra residenze per privati e i tre grattacieli, per due dei quali è stata già decisa la destinazione: ospiteranno l'headquarter milanese rispettivamente di Generali e Allianz. Senza dimenticare i lavori in corso nell'area ovest che nel 2015 ha ospitato



IN SVILUPPO

Dopo il progetto di Porta Nuova, inizia a veder la luce anche Citylife

l'Expo e i progetti di riqualificazione degli ex scali ferroviari.

L'area meneghina, in base al rapporto stilato da Scenari Immobiliari con Vittoria Assicurazioni, è la seconda in Europa in termini di competitività, dietro solo a Monaco di Baviera.

Non solo la candidatura per ospitare l'agenzia europea del farmaco (la votazione è attesa per novembre) e altri enti destinati a lasciare la Gran Bretagna a causa del voto che ha decretato la Brexit. Milano sta sempre più scalando posizioni nelle classifiche internazionali per attrattività ed è per questo che in Parlamento presto si discuterà della proposta di legge speciale per aumentare l'appel del capoluogo lombardo e per questa strada distribuire le ricadute positive sul territorio.

Già oggi, segnala il report «Milano

produttiva» curato da Reprint, la Lombardia assorbe quasi la metà della presenza di multinazionali operative in Italia, mentre la sola provincia di Milano ne ospita un terzo, con un numero che tra il 2009 e il 2016 è aumentato del 7,5%.

Regole ad hoc. «La Brexit va colta come opportunità di crescita per il nostro Paese e di ulteriore radicamento all'interno dell'Unione europea», osserva **Maurizio Bernardo**, presidente della commissione Finanze della Camera e tra i promotori dell'iniziativa legislativa.

«Una volta definiti i confini della nuova area metropolitana milanese, che sarà un po' più ampia della provincia attuale, si procederà con la fissazione di agevolazioni per favorire nuovi investimenti su scala internazionale». Su queste basi si è raggiunto un consenso trasversale in Parlamento, anche se resta da concordare questo provvedimento con le regole europee.

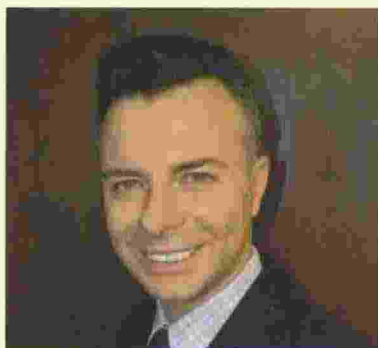
La proposta di legge speciale per Milano prevede otto punti: agevolazioni Irap per favorire nuovi investimenti; modifica della disciplina degli interessi passivi; modifica della tassazione dei dividendi tran-

PARLA BEPI PEZZULLI

«Così la città può fare il colpo»

Dal 2013 Select Milano, promuove il ruolo di Milano come capitale finanziaria dell'area euro, hub economico e ponte commerciale con la City di Londra

Un ponte permanente con Londra. Così **Bepi Pezzulli**, avvocato e docente universitario (all'Università della Svizzera italiana di Lugano), definisce l'esperienza di Select Milano, tra i principali animatori nel nostro Paese della diplomazia per attirare investimenti e professionisti in uscita dalla capitale britannica.



Come ha preso corpo l'iniziativa?

L'idea di Select Milano risale al 2013, con l'annuncio fatto dall'allora premier David Cameron di un referendum sulla permanenza dell'Uk nell'Unione europea. I professionisti del comitato, che sono trader, banker e avvocati d'affari, e quindi abituati a leggere gli eventi per anticiparne gli sviluppi, videro in questo passaggio politico l'opportunità tutta britannica di spostare l'asse economico dall'Europa all'Asia. Proprio mentre il movimento Leave prendeva forza, la Bank of England

L'UNIONE FA LA FORZA

Secondo l'avvocato Bepi Pezzulli, chairman di Select Milano, «ci voleva la Brexit per comprendere la forza dell'unità nella condivisione degli obiettivi. E se vince Milano, vince l'Italia»

stipulava un accordo con la Banca del Popolo Cinese per garantire liquidità al renmibi. Contestualmente, le monarchie sunnite della penisola araba annunciavano vari programmi di riforma per diversificare la propria economia a colpi di finanza, servizi

e alta tecnologia. Insomma, si era capito che la City di Londra avrebbe sviluppato finanza cinese, finanza islamica, shadow banking e trading di energia, tutti settori per i quali l'appartenenza all'Ue era più un vincolo che un beneficio. Esisteva, tuttavia un'altra condizione: l'infrastruttura di mercato italiana (il gruppo Borsa italiana) appartiene al London Stock Exchange. Quindi, grazie alla Brexit, Milano avrebbe potuto ritagliarsi un ruolo di partner strategica e assorbire quei flussi finanziari che non sarebbero potuti rimanere nella City.

Come è evoluto lo scenario?

A un anno dalla Brexit, il renmibi è entrato nel paniere delle monete di riserva del Fmi e l'Arabia Saudita ha annunciato la privatizzazione della società petrolifera Aramco (valore stimato in 2mila miliardi di dollari, ndr), che verrà quotata a Londra. Select Milano aveva ragione.

Quali sono a suo avviso i punti forza e quelli di debolezza nella candidatura di Milano a futura capitale finanziaria europea?

Milano è l'Italia che corre nell'Italia

sfrontalieri; estensione del regime di adempimento collaborativo; estensione dell'istituto dell'interpello sui nuovi investimenti; agevolazioni per i cosiddetti espatriati; agevolazioni in ambito immobiliare per i nuovi investimenti e trasferimento della residenza a seguito di operazioni straordinarie.

Le partite aperte. In particolare sono due le agenzie sulle quali è puntato il mirino delle principali città comunitarie. La prima (European banking authority, l'Autorità bancaria europea), che ha

sede a Londra e ha la funzione di supervisionare il settore bancario in Europa. La sua missione è «mantenere la stabilità finanziaria nell'Ue e salvaguardare l'integrità, l'efficienza e il funzionamento ordinato del settore bancario», e questo spiega il forte interesse della Germania, con la candidatura di Francoforte.

Milano ha invece maggiori possibilità di ospitare la nuova sede dell'Ema (European medicines agency), anche se non sarà semplice spuntarla rispetto alle altre 18 città candidate. L'Italia può gioca-

re la carta della forte expertise in campo farmaceutico e ora è impegnata a cercare alleati e a far conoscere in tutta Europa la propria offerta. Che appunto sarà accompagnata dal cartellino ben in vista dei progressi compiuti da Milano negli ultimi anni e delle prospettive che potranno aprirsi anche alla luce della legge speciale in arrivo. La votazione sull'Ema avverrà a novembre, per cui le prossime saranno settimane frenetiche. «Al di là delle istituzioni comunitarie destinate a lasciare la capitale britannica, la Brexit sta comportando

che frena. Così come Hong Kong non è il resto della Cina, Dubai non è il resto del Medio Oriente, la City di Londra non è tutta la Gran Bretagna. Il capoluogo lombardo è una piazza finanziaria competitiva, malgrado alcuni limiti italiani. Governo e Parlamento hanno lavorato bene, adottando una serie di misure normative e fiscali: il decreto Pagano sull'attrazione dei cervelli; la flat tax per gli ultraricchi; l'arbitro per la conciliazione finanziaria istituito presso la Consob; il protocollo d'intesa tra Select Milano e la Corte arbitrale europea; il patent box per la detassazione dei redditi da beni immateriali; la cooperative compliance. Tutto questo rende Milano estremamente moderna e competitiva.

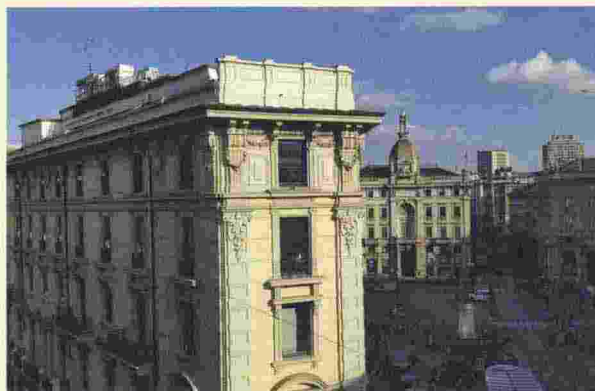
Negli ultimi anni sono migliorate anche le infrastrutture al servizio del territorio...

Concordo. Ci sono trasporti da smart city; uno stock immobiliare di pregio; 14 scuole internazionali; nove università (tra cui le eccellenze Bocconi,

Politecnico e Cattolica); tre aeroporti e un'offerta amplissima di servizi professionali.

Tutto rosa quindi?

Purtroppo rimane ancora il problema



SMART CITY

A Milano, dice Bepi Pezzulli, ci sono «trasporti da smart city, immobili di pregio, nove università, ampia offerta di servizi professionali»

Tobin Tax, l'inutile tassa sulle transazioni finanziarie che grava come una zavorra sulla capacità del Paese di essere attraente per gli investitori internazionali. Una tassa sciagurata che non produce gettito e non scoraggia (anzi favorisce) la speculazione. Se venisse abolita, ed esiste la copertura

finanziaria per farlo, la corsa di Milano diverrebbe inarrestabile.

Negli sforzi di far arrivare investimenti importanti a Milano e dintorni l'Italia sembra marciare finalmente unita, tra istituzioni di vario colore, associazioni e mondo dell'economia: può essere un benchmark da replicare anche in altri frangenti?

Il Paese si sta mostrando compatto nel sostenere le ambizioni europee di Milano. Indipendentemente dalla fazione politica, sono state messe a fattor comune le reti relazionali, le competenze istituzionali e quelle professionali e fatto squadra per il Paese. In Francia, Uk e Usa è imperativo fare squadra per l'interesse nazionale e far dialogare pubblico e privato. In Italia, è una novità. Ma, questo metodo è vincente e va replicato. L'Italia è un solo Paese, deve perseguire un solo interesse nazionale. Ci voleva la Brexit per comprendere la forza dell'unità nella condivisione degli obiettivi. E se vince Milano, vince l'Italia.

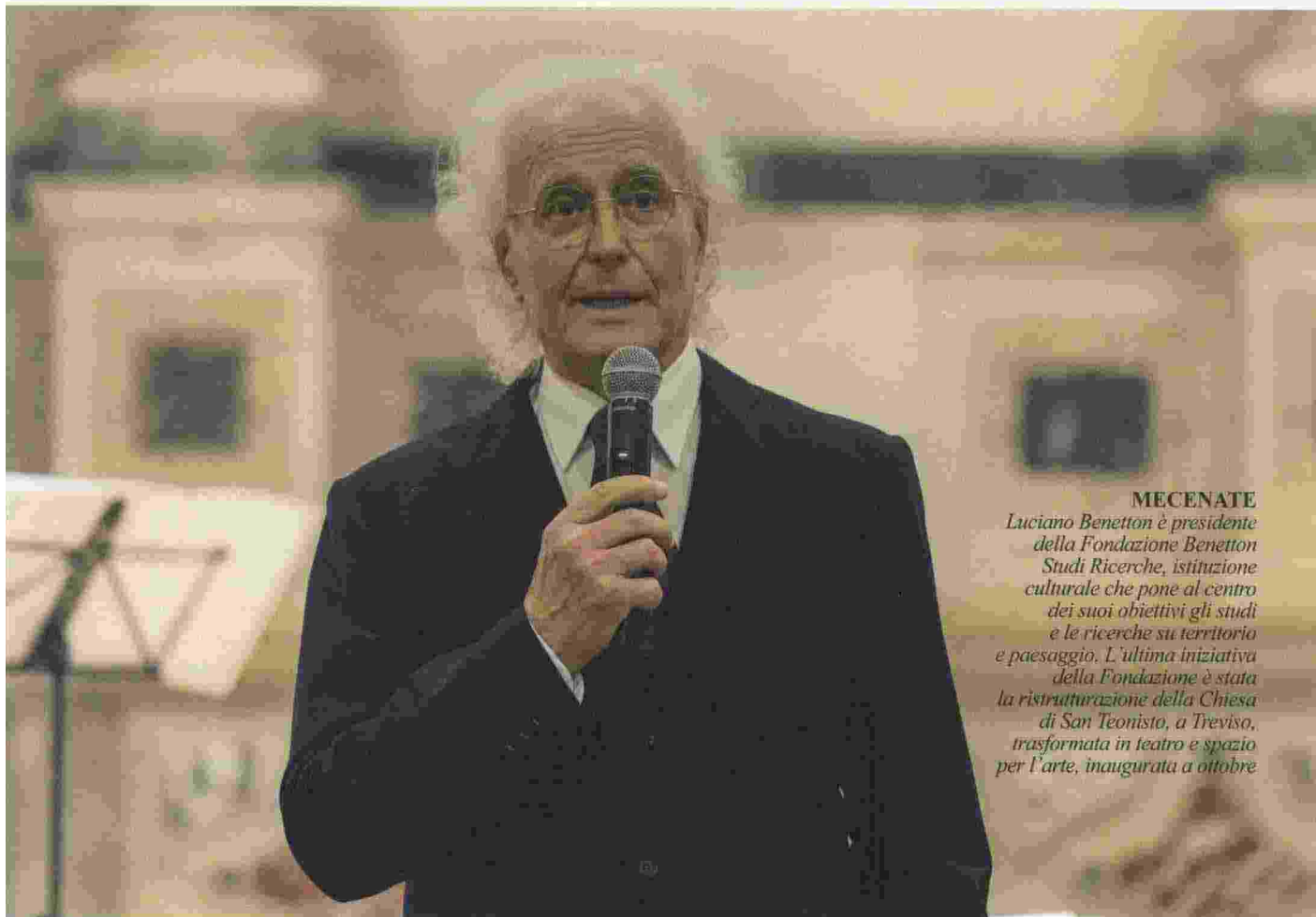
un ripensamento anche di molte realtà private e anche in quest'ottica ci muoviamo per far conoscere le potenzialità di Milano e dell'Italia più in generale», aggiunge Bernardo. Che ricorda come questa iniziativa sia nel filone di quanto già fatto in tempi recenti, dalla riduzione dell'aliquota dell'imposta sulle società alla disciplina Ace (Aiuto alla crescita economica), al regime della Pex (Participation exemption), al Patent box, che agevola i redditi derivanti dai beni immateriali, al credito d'imposta per attività di ricerca e sviluppo, alle disposizioni

che consentono la deducibilità di maggiori ammortamenti rispetto a quelli contabili. Senza dimenticare il sistema di cooperative compliance (al momento riservato alle aziende che fatturano non meno di 10 miliardi), che mira a facilitare il dialogo tra aziende e fisco.

L'obiettivo è far approvare la proposta di innovazione normativa all'interno della legge di Stabilità, in modo da rendere operative le nuove misure dall'inizio del 2018. Da segnalare, inoltre, la posizione di Milano nella battaglia per accogliere l'Euroclearing, la cassa di

compensazioni delle transazioni denominate in euro nel mercato dei derivati. Un mercato che vale 570 miliardi di dollari l'anno e che muove migliaia di manager e portatori di interesse ogni mese, con tutto ciò che ne può derivare in termini di indotto sul territorio.

Milano non è tra le piazze finanziarie più grandi d'Europa, ma dalla sua ha il fatto che la Borsa italiana è da tempo controllata dal London Stock Exchange, che ha tutto l'interesse a mantenere una certa vicinanza all'istituzione destinata a lasciare la capitale britannica. ■

PRIMO PIANO

MECENATE
Luciano Benetton è presidente della Fondazione Benetton Studi Ricerche, istituzione culturale che pone al centro dei suoi obiettivi gli studi e le ricerche su territorio e paesaggio. L'ultima iniziativa della Fondazione è stata la ristrutturazione della Chiesa di San Teonisto, a Treviso, trasformata in teatro e spazio per l'arte, inaugurata a ottobre

LUCIANO BENETTON

IL COLLEZIONISTA DI COLORI

Ha fondato un colosso da quasi 12 miliardi che, partendo dalla moda, ha conquistato autostrade e infrastrutture. Dopo oltre 40 anni alla presidenza del gruppo, oggi si dedica al mecenatismo e alla sua raccolta d'arte formata da migliaia di opere che ha commissionato e acquisito nei suoi viaggi

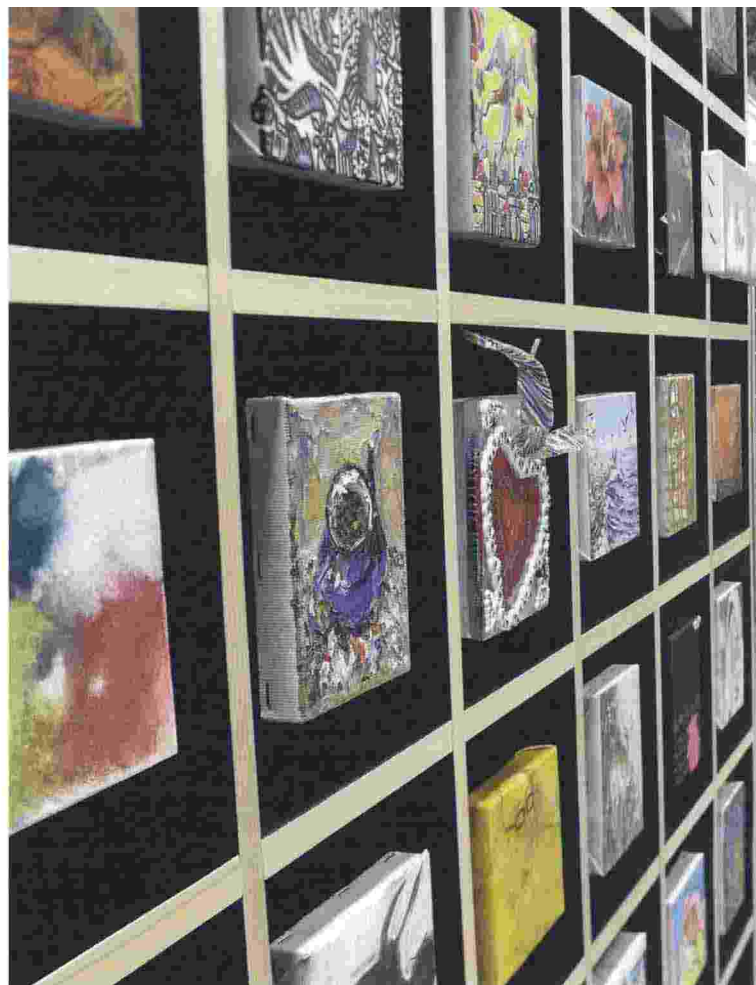
Piera Anna Franini

Luciano è il capostipite della Benetton Dynasty: un impero da 11,7 miliardi di euro, con ricavi in crescita, e 64mila dipendenti. Nato 82 anni fa a Treviso, è il maggiore di quattro fratelli che, dividendosi compiti e competenze, hanno cavalcato l'onda del successo del maglione colorato, democratico, e accessibile a tutti.

Il papà, Leone, che faceva il noleggiatore di automobili e biciclette, morì quando Luciano aveva solo 10 anni. E per lui l'ingresso nel mondo del lavoro fu giocoforza rapido. Iniziò come commesso in un negozio di stoffe, nel frattempo creò un laboratorio tessile coinvolgendo anche i fratelli più piccoli. Fu un crescendo inarrestabile fino alla creazione del marchio, quel United Colors of Benetton diventato famoso in tutto il mondo.

La storia che segue è nota, comprese le operazioni di diversificazione operate anzitutto dal fratello Gilberto, l'uomo dei numeri. Il Gruppo Benetton, di cui Luciano è stato presidente per più di quattro decenni, fa parte di Edizione Srl, la holding di famiglia nata nel 1980 con investimenti in infrastrutture e servizi per la mobilità, ristorazione autostradale e aeroportuale, tessile e abbigliamento, immobiliare e agricolo.

Holding fra le più diversificate e potenti in Italia, nel 2016 ha realizzato ricavi consolidati pari a 11,7 miliardi di euro, con un Ebitda di 3,9 miliardi di euro (33% delle vendite consolidate) e un risultato netto di 388 milioni. Al 31 dicembre dell'anno scorso, la liquidità disponibile ammontava a 1,8 miliardi di euro. Edizione è detenuta in parti uguali dai quattro fratelli Benetton: Gilberto, Lu-



IL MONDO IN FORMATO 10X12

Imago Mundi, progetto globale di arte contemporanea promosso da Luciano Benetton, raccoglie migliaia di opere di artisti, affermati ed emergenti, di differenti Paesi, che hanno realizzato ciascuno una tela con l'unico vincolo del formato 10x12 centimetri

ciano, Carlo e Giuliana, ciascuno dei quali possiede il 25% del diritto di voto.

Luciano Benetton è, poi, presidente di Fondazione Benetton Studi Ricerche, nata 30 anni fa. Una delle sue ultime creature è Imago Mundi, si tratta di un progetto di arte contemporanea che in dieci anni ha coinvolto più di 20mila artisti da 140 Paesi: ne sono nate 150 collezioni. «Ero in Sudamerica», racconta, «e vidi le opere di un artista che mi piacque. Gli chiesi un biglietto da visita e lui mi fece avere una tela di 10 x 12 centimetri. Apprezzai molto quella forma di gentilezza. Poi iniziarono ad arrivarci altre tele

di questo formato. Così pensammo di produrre cataloghi, un sito, mostre: un'infrastruttura per dare visibilità agli artisti».

Nelle collezioni figurano artisti come David Byrne, Frank O. Gehry, Zaha Hadid, Christo, leggende immerse in un mare democratico abitato anche da nomi al momento sconosciuti, secondo un principio che presiede al progetto: tutti uguali. Vigeva però una regola ferrea: tutte le tele devono avere il formato 10 x 12.

Spesso le collezioni sono dedicate a Paesi off limit. Si va dalla Corea del Nord all'Etiopia, Nigeria, Iran, Nepal. Una delle ultime mostre, a Palazzo Loredan di Venezia, *Great and North*,

è stata dedicata al Nord estremo dell'America. Non è stato facile commissionare le opere, Benetton spiega infatti che «per incontrare gli artisti, la curatrice ha dovuto prendere gli aerei dei cacciatori di foche, gli unici mezzi in grado di raggiungere certi luoghi estremi del Nord America».

Imago Mundi viene finanziata interamente da Luciano Benetton che s'è inventato la formula del collezionista committente di un progetto dove gli artisti non vengono pagati per l'opera prodotta, in compenso possono fruire di un servizio di lusso: cataloghi, mostre in palazzi prestigiosi e una rete di contatti. Imago Mundi, spiega l'imprenditore, «si realizza grazie ai rapporti che ho costruito nella mia precedente vita professionale. Senza certi contatti non sarei mai potuto arrivare in alcuni luoghi». Tra cui, la Corea del Nord. «Ci andai partendo da Pechino. All'epoca ero presidente di Benetton, e in quella veste non fu difficile ottenere un visto dal momento che potevano avere

scere dalla fusione tra conoscenza dei mercati, tecnologia avanzata della Corea del Sud con l'ampia disponibilità di persone della Corea del Nord. Una Paese unificato sarebbe così potente da disturbare, però, la Cina...».

Luciano Benetton è arrivato a Imago Mundi coltivando l'antica passione per il colore scoperta «alla fine degli anni Cinquanta. Tutto partì con Kandinskij. La mostra di quel genio del colore aveva messo qualcosa dentro di me, del resto ho sempre considerato l'arte anzitutto come abbinamento armonioso dei colori». L'altra passione di sempre è quella per i viaggi, a lungo fatti a bordo della barca Tribù (ora venduta). Fra il 2006 e il 2012 fece il giro del mondo. «Arrivare a Buenos Aires, a New York o a Chicago in barca è un'esperienza unico, senti che le città di accolgono, entri dalla porta principale, vai direttamente nel loro cuore». Ha viaggiato un'intera vita, innamorandosi anche perdutamente di alcuni luoghi (gli si illuminano gli occhi quando pensa

investimento privato in un luogo aperto al pubblico. L'auditorium sarà sede di concerti, mostre, eventi culturali. Il restauro si è attenuto agli stessi parametri osservati per la rinascita della villa oggi sede di Fabrice, secondo una commistione di tradizione e innovazione, per un'architettura rinnovata che però racconta il passato, in questo caso di una chiesa danneggiata dai bombardamenti del 1944, abbandonata a se stessa, adibita a diversi usi quindi acquistata da Benetton che l'ha donata alla sua Fondazione, ovvero alla città.

Forbes quantifica il valore di Luciano Benetton in 3,5 miliardi di dollari. Un uomo dall'intuito geniale. Capi al volo la forza del colore unico, quindi della potenza comunicativa di campagne tutto genio e sregolatezza, ovvero firmate Oliviero Toscani. Proprio con Toscani, nel 1994, Benetton ha dato vita a Fabrice, un incubatore di creativi, pensato per fare ricerche e sperimentazioni sulla comunicazione, e per il quale l'audacia non è mai troppa. Da ormai un quarto di secolo, attrae talenti del design, grafica, fotografia, interaction, video, musica e giornalismo che possono contare su una borsa di studio annuale, alloggio e viaggio di andata e ritorno per l'Italia. Il tutto in una villa seicentesca che vede realizzarsi il miracolo della tradizione architettonica veneta posta a dialogo con il presente: con l'attualità del giapponese Tadao Ando, firma appunto dello stabile. Qui continuano a nascere le campagne Benetton, ma anche operazioni attorno a Imago Mundi.

Luciano Benetton ha sempre scommesso e investito sui giovani

“

L'Italia ha molta storia
e tradizione. Ma ha avuto
successo molti anni fa.

”

Dovremmo guardare di più al futuro

interessi commerciali». Che impressioni ne trasse? «Mi imbattei in un Paese molto arretrato, fermamente deciso a non collaborare con la Corea del Sud. Da un punto di vista economico, risolverebbero il problema in un giorno se annullassero la cortina di ferro. Immaginiamo cosa potrebbe na-

alle isole del Pacifico), ma è sempre tornato nella sua Treviso.

Lì continua a esserci il quartier generale e le dimore dei Benetton. Fra gli ultimi nati, il nuovo Auditorium di San Teonisto su progetto di Tobia Scarpa, inaugurato l'8 ottobre scorso con un concerto straordinario. Classico esempio di

intraprendenti. Forse perché ci si vede riflesso. Era un adolescente quando creava, con i fratelli, il primo laboratorio Benetton. Ufficialmente, l'azienda nasceva nel 1965, sull'onda del boom economico italiano, una fase miracolosa, di energia allo stato puro. Oggi è tutto più grigio. Luciano però spiega che «negli anni Sessanta-Settanta, il campo era comunque più piccolo. La competizione si faceva a livello nazionale. Poi sì, abbiamo capito che l'offerta dei mercati era sempre più ampia, quindi abbiamo guardato oltre i confini. Diciamo che lavorando con la moda è stato un gioco abbastanza facile».

Il gioco si è fatto più duro nel tessile. Parlano i numeri. Nella gamma delle aziende detenute o controllate dai Benetton, l'omonimo marchio di abbigliamento ha vendite pari a 1,4 miliardi, quelle di Autogrill, per dire, posseduta al 50,10%, sono tre volte tanto e raggiungono i 4,5 miliardi. Atlantia (concessioni autostradali italiane e internazionali, aeroporti italiani e francesi e telepass), posseduta al 30,25%, nel 2016 ha registrato vendite pari a 5,5 miliardi. È sempre più forte, insomma, l'incidenza del segmento infrastrutture e servizi per la mobilità rispetto a quello dell'abbigliamento: i primi costituiscono il 45% del fatturato mentre l'abbigliamento costituisce solo il 12,5% del giro d'affari. Ma è sempre al primo amore che va il pensiero di Luciano Benetton. Imprenditore fino alle viscere. E così ha cresciuto i figli. «Non mi piace l'atteggiamento di difesa dei figli. Andrebbe pensato un metodo, un rapporto più costruttivo, è inutile nascondere le difficoltà, semmai andrebbero messe in evidenza, bisognerebbe farle



ACCADEMIA PER TALENTI

Fabrica è il centro di ricerca sulla comunicazione del gruppo Benetton. Fondato nel 1994 in una villa seicentesca nel Trevigiano da Luciano Benetton e Oliviero Toscani, negli anni ha attratto giovani talenti del design, grafica, fotografia, video, musica e giornalismo

nascere in casa invece di negarle. La famiglia è l'ambito giusto dove allenare un figlio ad affrontare i problemi. Il mondo esterno è più aggressivo. Secondo me i ragazzi andrebbero allenati anche nella gestione del denaro». Qualche idea? «Perché non affidare a un figlio la gestione del budget di famiglia? Potrebbe esercitarsi a controllare le entrate e le uscite, suggerendo idee gestionali». Cose che però non suggerisce ai figli per i nipoti. «No no, io ne sto fuori. Non voglio interferire». E comunque, pare che anche i suoi figli abbiano optato per una linea educativa non proprio morbida. Racconta, per esempio, del nipote che è stato in Nepal al seguito di associazioni di volontari, «so che i ragazzi devono arrangiarsi a far tutto, mangiare quel che c'è. Devono saper sopravvivere, insomma».

Con questi allenamenti e rodaggi, Luciano Benetton si misurò già in Italia. Cosa pensa quando

la mente va agli anni di gioventù? Lui si vede come «un ragazzo di campagna. All'epoca non esisteva una serie di cose. Dovevamo far girare il cervello per cercare e scoprire, nessuno ci proponeva nulla, nessuno stimolo. Oggi i ragazzi hanno a disposizione tante opportunità. Però noi eravamo più allenati di loro a scovare, a pensare, e ad applicare». Quanto all'Italia di oggi, ne parla in termini di «un Paese del Sud Europa, con tanta storia e tradizione. Uno di quei popoli che ha avuto successo, molti anni fa però, diciamo pure cinque secoli fa. Adesso abusiamo di questo. Dovremmo guardare di più al futuro. Quando leggi che a Ischia sono state presentate 27mila pratiche di condono, capisci che qualcosa non funziona. Ci sono attitudini che vanno corrette. Il tutto è frutto di 60 anni di cattiva gestione? Mettiamoci una pezza e risolviamo il problema». E da imprenditore nato sbotta: «Andiamo avanti». ■