



Fondazione Meeting per l'amicizia fra i popoli  
XXXV Edizione  
*Verso le periferie del mondo e dell'esistenza.  
Il destino non ha lasciato solo l'uomo*

### **MONICA MAGGIONI:**

Eccoci allora a un incontro, a una possibilità di ragionamento con persone che hanno esperienze diverse fra loro, storie diverse, che scelgono di confrontarsi attorno a un tema che riguarda da una parte la percezione del nostro paese nel mondo, ma che, come ci è stato detto e spiegato più volte in questo periodo, è contemporaneamente un grande tema economico, perché in questo momento dire che cosa piace dell'Italia nel mondo, saremmo tentati di cominciare con un "allora, ehm...". Dire che cosa piace dell'Italia nel mondo significa anche dire che cosa il resto del mondo vuole da noi o chiede a noi e in che cosa tutto questo si può tradurre poi in un elemento di marketing di un Paese. Quindi, insomma, ci sono tante cose dentro, c'è dentro la nostra storia, la nostra cultura, ma anche la nostra capacità di proposta, anche di tipo economico.

Con chi ne parliamo? Così capirete qual è la differenza poi dei punti di vista che oggi pomeriggio siamo in grado di mettere in campo. Ne parliamo con Marva Griffin, che è fondatrice e curatrice del SaloneSatellite, membro del Philip Johnson Architecture and Design Committee al MoMA di New York: una persona la cui storia personale e la cui capacità di dire delle cose interessanti, quando si arriva a parlare di bellezza italiana, di design, di capacità di produrre, è nota. E allora andiamo avanti proprio in questo senso: c'è accanto a me Mauro Guzzino, Chief Product & Innovation Officer di Teuco Guzzini, una persona che ha passato l'esistenza sostanzialmente attorno a questi temi, c'è Augusto Massari, che ha invece un'esperienza diplomatica, è primo Consigliere dell'Ambasciata Italiana a Pechino, un diplomatico che ci aiuterà a capire quali sono le domande che arrivano davvero dal mondo rispetto a quello che l'Italia è in grado di proporre, di raccontare in termini di prodotto, ma anche di proposta più ampia. Perché poi capiremo che forse dentro questo prodotto italiano c'è un prodotto ma anche un sistema culturale, un modo di essere, di vivere: lascerò poi ai nostri ospiti di elaborare.

E infine, c'è John Waters, che moltissimi amici del Meeting già conoscono. John Waters è un giornalista irlandese, è una persona che è abituata credo per natura a riflettere su quello che accade dietro ai fenomeni, le persone, le situazioni, quindi ci aiuterà a capire ancora una volta cosa colpisce della visione e dell'essere italiani, che cosa interessa, cosa diventa punto centrale della richiesta del resto del mondo presso di noi. Allora, io darei subito la parola a Augusto Massari perché credo che la Cina sia uno dei mondi a cui noi in questo momento guardiamo con enorme interesse. Lo consideriamo dal punto di vista commerciale, lo consideriamo un interlocutore privilegiato ogni volta che parliamo di apertura dell'Italia al mondo: e allora chiediamo a lui, che invece vive l'esperienza dall'altra parte, dentro la società cinese, com'è questo sguardo e quindi cosa dell'Italia piace per esempio anche ai cinesi. A lei.

### **AUGUSTO MASSARI:**

La ragione della mia partecipazione a questo incontro è legata al rapporto che si è stabilito nel corso di quest'anno con i vertici di Federlegno a Pechino. Quindi, ringrazio Federlegno e la Fondazione Meeting per l'amicizia fra i popoli per l'invito.

Mi emoziona intervenire a un incontro del Meeting, io che sono nato e cresciuto a pochi km da qui e che devo a tanti amici del Meeting il ritrovamento del gusto di vivere nella mia vita. Quando De Ponti mi ha proposto di partecipare, io che sono in fondo un po' schivo a intervenire in pubblico, dovevo dargli una risposta: sì o no! Mi ha fatto riflettere quello che mi ha scritto: "Il mio interesse è scoprire cosa muove un uomo come te a mettere così tanta energia e intelligente passione per cercare opportunità di business per le imprese

italiane”, e poi “perché un atteggiamento così umile come quello visto negli incontri istituzionali a giugno a Pechino”. La mia adesione è arrivata perché ho voluto cogliere un'occasione per me! Perché parlare in pubblico per raccontare proprie esperienze, implica sempre una serietà di fondo: verso chi? Prima di tutto verso sé stessi, perché quando racconti quello che vivi, quando condividi episodi della tua vita, non puoi barare, a meno che tu non voglia essere superficiale, superficiale e banale, e raccontare idee o punti di vista banali e, quindi, non veri, perché ciò che è vero è quello vissuto e sperimentato sulla propria pelle. Il resto sono idee...

Parlare qui, oggi, su questo tema, ha implicato infatti un lavoro per me: di verifica del mio incarico a Pechino (in fondo cosa sono i diplomatici se non il biglietto da visita di un Paese nel mondo?); di scoperta del modo in cui io svolgo la mia professione (con tutte le implicazioni, anche umane); di giudizio dell'esperienza che sto attualmente facendo in Cina. Insomma, una possibilità per me, un'occasione per verificare tutto questo... Parlare in modo esauriente ed esaustivo di Cina è quasi una cosa impossibile a farsi. Dico questo perché la Cina è sterminata e quello che provi subito è una sproporzione. Ogni libro, ogni occasione, tratta di Marco Polo e di Matteo Ricci. Perfino in ogni incontro ufficiale i cinesi non dimenticano mai di citare i due illustri italiani che sono certamente più famosi in Cina che in Italia (per Matteo Ricci questo è senz'altro vero). Ma io non posso che fare una generica menzione, anche perché questo non è il mio campo di lavoro. Il mio campo di lavoro è piuttosto, se così posso dire, la vita, la mia vita. La cosa più bella che io ho nella vita è la vita stessa: la mia vita! Quindi - a proposito dell'oggetto di questo incontro - non posso che parlare della esperienza che io ho fatto, faccio. Per questa ragione quello di adesso è il racconto della mia esperienza e dei rapporti con le persone che ho incontrato, e niente di più.

La Cina bisogna conoscerla. Nelle ultime settimane, molti giornali hanno parlato di Cina. Sul *Corriere della Sera* del 12 agosto, è comparso un articolo che spiegava l'interesse di un importante investitore cinese - si trattava di un fondo di investimento equity - verso l'Italia. Ai più non è sfuggita, negli ultimi mesi, l'attenzione che diversi soggetti cinesi, di Stato e privati, hanno avuto verso asset pubblici italiani, verso aziende italiane, fino a spingerli a effettuare ingenti investimenti finanziari e industriali nel nostro Paese. Non voglio dilungarmi su questo, e chi è interessato potrà approfondire da solo. Quello che vorrei mettere in evidenza all'inizio del mio intervento, parlando di Cina, quasi come premessa, è la percezione un po' distorta che di essa c'è in Italia. Cosa intendo dire? Dico che sulla Cina noi italiani abbiamo bisogno - per essere cauti possiamo restringere il campo al solo un punto di vista economico - di aggiornare alcuni stereotipi.

Che la Cina sia la seconda potenza economica mondiale, dopo gli USA, oramai è di dominio pubblico; quello che porta con sé tale successo cinese, tuttavia, ancora non è assimilato, ancora non è conosciuto, ancora non è percepito correttamente da parte italiana: questa, almeno, è la sensazione, è la esperienza di un italiano come me che a Pechino si occupa a tempo pieno di Cina.

Alcuni dati, molto sintetici, ci possono aiutare a comprendere questa distorsione: la Cina non è più la fabbrica del mondo, ma è il luogo dove si produce innovazione e qualità nella catena del valore. Solo per darvi un'idea: la Cina ha un surplus commerciale con l'Italia di 13 mld di euro (2013); con l'Unione Europea, di oltre 140 mld di euro. La Cina è ormai il Paese che deposita più brevetti al mondo (O.M.P.I.). La Cina è il secondo Paese come numero di pubblicazioni scientifiche (2013). Alcune province cinesi sono più popolose della Germania: Chongqing ha 33 milioni di abitanti, più di Lombardia, Piemonte, Veneto ed Emilia-Romagna messe insieme. Ogni turista cinese che viene in Europa, in media spende 700 euro al giorno. La Cina di oggi, con la sua forza, il suo impatto - innanzitutto demografico - nel mondo è un fatto; e di fronte a un fatto, non si può rimanere neutri (o

meglio, si può anche rimanere neutri ma il risultato è quello di essere non incidenti): bisogna prendere posizione, e per prendere posizione non è sufficiente sapere qualcosa, qualche sommaria informazione, ma è necessario conoscere. E per conoscere bisogna accettare di implicarsi in un rapporto. Questo vale per le persone, nei rapporti interpersonali, e per le nazioni, nei rapporti internazionali. Per sapere cosa mi piace di te, debbo stare insieme a te, devo conoscerti, devo scoprire chi sei, ecc.

Potrei dire che ai cinesi piace quasi tutto dell'Italia, potrei fare un elenco molto lungo. Per esempio, ai cinesi piace un sacco la mia famiglia: quando io e mia moglie passeggiamo per Pechino con i nostri quattro figli, sembriamo a volte delle celebrità e ci imbarazziamo perché la gente ci ferma e ci vuole fotografare. Noi non siamo ingenui e capiamo che in realtà non fotografano noi in quanto tali ma noi in quanto bella famiglia, perché in Cina famiglie con quattro figli non si trovano facilmente.

Piace poi il calcio italiano (la prima volta che hanno visto i Mondiali è stato nel 1990, e quindi per loro il calcio è l'Italia. Piace la nostra musica, l'opera e quella popolare: una volta nel grande parco del tempio del cielo - (noto anche come Tempio del Paradiso, del 1420 [in cinese: 天坛, Tiāntán], un complesso di edifici culturali taoisti che si trova nella parte meridionale di Pechino. Il tempio era usato per il culto officiato dall'imperatore al "Cielo" (Tiān), la divinità principale della religione tradizionale cinese, il quale teneva cerimonie di sacrificio per invocare la tempestività di vento e pioggia e la pace sotto il cielo. L'imperatore della Cina era chiamato "figlio del cielo"; tutti gli imperatori delle dinastie Ming e Qing hanno visitato il tempio) - un vecchietto cinese suonava e noi ci siamo fermati e quando gli abbiamo detto che eravamo italiani si è messo a cantare *Funicoli/ funicolà*. Mia moglie ha incontrato un meccanico di biciclette che le ha cantato *Bella ciao!* quasi tutta a memoria.

Ma piacciono veramente molte cose: la nostra moda, la nostra arte, la nostra capacità produttiva e d'innovazione, la nostra tecnologia, il know-how industriale che abbiamo (ricordiamoci che siamo pur sempre il secondo Paese industrializzato in Europa, dopo la Germania, ma prima della Francia): quindi, in un momento di massima espansione economica e industriale cinese, loro guardano con crescente interesse all'Italia che produce, che sa ancora fare cose belle. Guardano alle nostre PMI come a un modello da copiare. Dico, in termini generali, che ai cinesi - soprattutto a quella grande fascia di popolazione che è a contatto col mondo - interessa il meglio che c'è nel mondo! Bisogna forse riconoscere che spesso l'interesse dei cinesi - soprattutto quelli che hanno cominciato a viaggiare e a conoscere i Paesi europei - per questo meglio che c'è nel mondo è per certi versi ancora "una ricerca" di simboli per accrescere il loro status. Troppi pochi gustano, ma quasi tutti comprano, una bottiglia di un buon Barolo per migliaia di euro e la lasciano solo in salotto.

Cosa piace dell'Italia alla Cina? Cerco di entrare nel vivo del mio intervento, per raccontare, condividere con voi quello che ho vissuto in Cina, dove mi trovo nell'ultimo anno e mezzo della mia carriera: come i cinesi vedono l'Italia e cosa piace loro dell'Italia. E lo voglio fare attraverso l'incontro con quattro persone, quattro personaggi cinesi i quali identificano in modo oggettivo la Cina di oggi: la voglia di affermarsi, il desiderio di migliorare le condizioni di vita, fino alla volontà di riaffermare la centralità della Cina nel mondo, com'era stato prima di quello che loro chiamano "il secolo dell'umiliazione", cioè il periodo che va dalle guerre dell'oppio fino alla seconda metà del Novecento. Ognuno di questi personaggi mi ha colpito per il modo in cui guardava al nostro Paese. E dirvi brevemente di loro significa, per me, anche condividere quello che ha suscitato in me questo loro atteggiamento sull'Italia.

Il primo è un giovane miliardario che mi ha colpito sin dal primo momento in cui l'ho incontrato: era il mio primo viaggio fuori Pechino, a poco più di un mese dal mio arrivo in

Cina. Eravamo andati a visitare la città di Chongqing, per incontrare le autorità locali, dove da lì a pochi mesi avremmo aperto un Consolato Generale. Fummo introdotti a questo miliardario cinese innamorato, ci dissero, dell'Italia; e in effetti ci accolse arrivando a bordo di una Lamborghini bianca, con una striscia tricolore che partiva dal cofano e si prolungava sul tetto e creava una continuità perché nei sedili c'era anche il tricolore italiano, in continuità con quello del tetto. Esordì dicendoci che era appena tornato dall'Italia dove aveva fatto un acquisto: mi aspettavo che dicesse una cosa ordinaria, non so, del vino, degli abiti, dei gioielli, un quadro, un appartamento, ecc. Ci raccontò che aveva appena definito l'acquisto di un castello, sopra Milano, nella zona dei laghi. Da questi episodi capisci cos'è la Cina di oggi!!

Questa persona era un giovane uomo innamorato della fotografia e del design, che ha cominciato con una bottega e con un capitale di poche migliaia di yuan (circa 300€). Studiava francese in Cina e aveva avuto una borsa di studio per andare a Parigi; un giorno, con i suoi amici, dopo qualche mese che era in Francia, decise di andare a fare un viaggio in Italia. Non è più tornato a Parigi. Si era letteralmente innamorato del nostro Paese. Con gli anni ci è tornato mille volte e l'ha visitata in lungo e in largo. Durante un viaggio in Toscana, è rimasto incantato dal paesaggio, dal territorio, dalle colline, dai vigneti, dai paesini, dai centri medievali... Come non capirlo? Tornato in Cina, decide di ricreare, nelle campagne nei dintorni della sua città, un villaggio toscano, con le case dello stesso colore, con i tetti in terracotta, con le viuzze stile medievale, ecc. Ha fatto un ristorante italiano, ha fatto venire un cuoco dall'Italia (io ci ho mangiato diverse volte), vino italiano, moda italiana, tutto. Però... quando vai lì è come se mancasse qualcosa! Esteriormente è uguale ma non assomiglia al vero! Architettonicamente hanno copiato perfettamente lo stile delle cittadine toscane ma non c'è attrattiva! Il colore delle case è lo stesso ma non c'è calore! Lui ha visto una cosa bellissima, una cosa che lo ha attratto a tal punto da volerla replicare allo stesso modo a casa sua: come non capirlo? Come non comprendere il suo desiderio di fare una cosa bella in Cina come quella che ha visto in Italia? Ma quei paesaggi, quelle cittadine, quei vigneti, quelle viuzze, quel calore sono il risultato di millenni, sono il punto di arrivo di un modo di vivere la vita, di amare, di bestemmia, che ha portato quella gente a fare la chiesa lì, a costruire la piazza là, a edificare il municipio di fronte, a creare un'opera di carità, a far sorgere un ospedale, un'università, rispondendo ai bisogni della gente, partendo dalle necessità del popolo, ecc. Non a tavolino, quindi! Il bello e il vero erano la risposta a quelle necessità. È la storia, la tradizione, la cultura di millenni. I cinesi hanno studiato tutto, hanno preso le misure di tutto, scienza, tecnologia, era tutto a posto: la distanza delle abitazioni, l'area della piazza, tutto proporzionato; l'altezza delle case, i colori rossastri e giallastri, perfino le scritte "Forno" oppure "Scuola", ma...era un'altra cosa! Era tutt'un'altra cosa! Perché? Una persona che era con me mi ha detto: è italiano ma non è italiano. Perché mancava il vissuto dall'uomo, il segno lasciato dall'uomo nel tempo, perché tutto dipende dal tempo! E l'amico cinese diceva a noi: per farlo fino in fondo come in Italia, manca qualche piccolo dettaglio ma nei prossimi giorni faccio chiamare l'architetto e lo completiamo...

Il secondo è un signore bello ed elegante, una delle persone più affascinanti e gentili che io abbia incontrato nella mia vita, non solo in Cina. Di una raffinatezza nei modi e nei gesti in cui raramente ci s'imbatte. Un uomo che presta un'attenzione profonda alle persone che incontra. Ed io, quando l'ho incontrato, ho provato questo, sono soprattutto rimasto molto colpito e stupito da questa sua attenzione alle persone. È un imprenditore e ha uno studio di architettura, vive a Tianjin, una città di oltre 15 milioni di abitanti, sulla costa, a circa un'ora di macchina da Pechino, di cui è il porto naturale! [questa città non sfuggirà all'attenzione di coloro che conoscono la storia d'Italia, soprattutto quella d'oltre confine, perché a Tianjin l'Italia ha avuto, una concessione dall'inizio del Novecento - per la sua

partecipazione alla spedizione internazionale per la rivolta dei Boxer - che ha posseduto fino alla fine della seconda guerra mondiale. Questa concessione è stata completamente ristrutturata alcuni anni fa e ora è un punto di attrazione turistica della città: il quartiere italiano, così viene chiamato oggi, è meta per turisti cinesi provenienti da tutto il Paese i quali, non potendo andare in Italia, vengono portati nel quartiere italiano di Tianjin per scoprire (e immaginare, dico io) com'è l'Italia. Visitando questo quartiere si fa un tuffo nel passato perché gli edifici e l'urbanistica è realmente quella della prima metà del Novecento, con architettura liberty e razionalista.]

Tutto il lavoro di recupero della vecchia concessione italiana è stato fatto grazie allo sforzo di questo signore cinese. Io l'ho incontrato la prima volta al Nuovo Cinema Paradiso: si chiama così, infatti, il vecchio cinema della concessione, che questo signor gestisce, ove funziona un ristorante in cui si può mangiare guardando film italiani. Io sono solito dire che il Signor Li è come se fosse il nostro Ambasciatore a Tianjin, perché realmente tutto quello che riguarda la promozione dell'arte, del cinema, della cultura, dell'architettura, della lingua, del design italiani è incentivata, promossa e realizzata da lui o attraverso lui. Amante dell'arte e del design, della musica e dell'architettura. Mi aveva affascinato talmente che dopo un po' di volte che l'avevo incontrato per lavoro sono tornato con tutta la mia famiglia a visitarlo. Ogni volta che lo incontri è pieno di attenzione, di cura al particolare che viene da chiederti: ma guarda questo come è diverso, guarda come tratta le persone, tutti compresi, dall'ospite illustre ai suoi collaboratori quotidiani. Quando siamo entrati al Cinema Paradiso ho notato, al piano terra, in una zona seminascosta, una cosa che non avevo visto le altre volte: il presepe. Allora ho chiesto alla sua interprete (lui parla solo cinese) da dove venisse. Mi ha detto che lo aveva acquistato a Napoli, nel corso di un viaggio che aveva fatto in Italia, in via San Gregorio armeno, perché la sua famiglia era cristiana. Quel giorno ne abbiamo parlato a lungo durante il pranzo: egli raccontava di sua nonna, della casa di sua nonna che era vicino alla chiesa, e di come lui era stato legato a sua nonna, la quale era amante della musica e dell'arte. Poco prima che lasciassi Pechino per queste vacanze, questa persona mi ha scritto: "Se si ama l'arte non si può far a meno di amare l'Italia, non importa se una persona sia amante della musica, della scultura, della pittura o dell'architettura. In tutti questi settori l'Italia è in grado di offrirti opere di impatto internazionale da apprezzare. L'arte di cui si anima il Paese, ha di certo, a mio parere, influenzato lo sviluppo di uno stile di vita, di qualità [del vivere], la moda, il cibo, l'arredamento sono tutti settori in cui il made in Italy raggiunge posizioni di rilievo universalmente riconosciute a livello internazionale. Un'altra ragione per cui mi piace l'Italia è che, al pari della Cina, stiamo parlando di un Paese con antiche origini e che dal punto di vista culturale e di alcune abitudini alimentari ha dei punti di contatto con la Cina, [...]. Inoltre alcune altre questioni [...] accomunano i due popoli: la cortesia, l'ospitalità, ad esempio, sono due caratteristiche che ritrovo in entrambe le popolazioni. La mia azienda collabora con l'Italia da più di 10 anni, la capacità dei nostri colleghi designer italiani di innestare in ogni progetto la propria anima creativa, a volte anche con soluzioni che, in un primo momento, possono sembrare stravaganti, è un altro dei motivi per cui amo l'Italia". Azienda agricola vicino a Pechino.

In Ambasciata, continuamente, arrivano richieste di tutti i tipi: appuntamenti, incontri, gente - italiana e cinese - che ti vuole spiegare le ultime innovazioni, ecc. Un giorno arriva una richiesta alla segreteria da parte di una azienda agricola nei dintorni di Pechino che si definisce italiana, che ci invita a visitare la loro tenuta a circa 20 km fuori Pechino. Io non l'avevo presa in considerazione più di tanto, perché eravamo a pochi giorni dall'arrivo del Presidente del Consiglio e del Ministro Guidi in visita a Pechino, avevamo tanto lavoro. Ma l'Ambasciatore decide di andarci...! Lui ripete sempre una frase: "lasciamoci sorprendere". Allora andiamo. Io ricordo che sono partito pensando a quanto lavoro lasciavo sulla mia

scrivania. Siamo stati accolti come si addice, e ci hanno fatto fare un giro per la proprietà, vasta molti ettari. Poi arriva il momento del pranzo e a tavola la proprietaria - una signora arrivata in Italia, a Milano, per motivi di lavoro molti anni fa e poi sposata con un italiano - racconta che durante un viaggio nel centro Italia era stata colpita dalla nostra campagna, organizzata, pulita, dove le persone si prendevano cura del territorio, e dagli agriturismi, dove le persone coltivavano e poi si erano inventate un'attività, un ristorante, ecc. Quando è tornata in Cina doveva inventarsi un lavoro e ha deciso di replicare a Pechino quello che l'aveva colpita in Italia. Così ha comprato un terreno e col tempo ha sviluppato un'azienda agricola all'italiana. La signora raccontava proprio che voleva portare il modello italiano di fare agricoltura in Cina, perché - ricordo bene le sue parole - "in Cina le campagne non erano curate come in Italia" (e la Cina è un Paese contadino, lo è sempre stato nella sua storia, ancora oggi tante centinaia di milioni di persone vivono ancora nelle campagne e solo l'anno scorso, per la prima volta nella storia del Paese, la popolazione urbana ha superato quella rurale), non ci si prendeva cura del territorio come da noi, ecc. Io ero lì, dentro a un'azienda agricola italiana, ma non mi sembrava di essere nella campagna italiana. È stata sollevata anche la questione della sicurezza alimentare.

Un perfetto risultato non arriva solo con la massiva sequela delle regole e delle norme: infatti le norme ci sono anche in Cina, e molto avanzate. Non è poi con le sole regole che costringi un produttore a produrre cose sane. Ci vuole la persona, l'impegno della persona la quale di fronte al suo lavoro è responsabile, e quindi facendo in un modo piuttosto che in un altro si rende conto che è più bello e che i prodotti sono più buoni. Insomma, non è solo importando un modello, che ottieni gli stessi risultati originali. [E questo mi permette anche di aprire una piccola parentesi sulla questione del trasferimento di tecnologia. Ai cinesi piace tantissimo la nostra tecnologia (come quella di altri Paesi industrializzati). Soprattutto piacciono tanto le nostre PMI, la loro capacità di creare ancora innovazione nonostante la crisi, ecc. E quindi la Cina la vuole, la vuole comprare.

Il quarto esempio è quello di una giovane imprenditrice cinese, Xu min: è una persona amica, giovane imprenditrice cinese, esempio dei più evidenti successi giovanili della nuova Cina, del desiderio di affermare se stessi (dietro alla ricerca di successo, anche economico, alla ricerca dell'arricchirsi, in fondo, c'è sempre la ricerca di un qualcosa di più grande. Nel *Mestiere di vivere*, diceva Pavese: "Quello che l'uomo cerca nel piacere è un infinito, e nessuno rinuncerebbe mai alla speranza di raggiungere questo infinito"). Ci sono alcuni amici cinesi, divenuti molto abbienti, che perseguendo la ricchezza secondo il nostro modello, con tutto, ma proprio tutto del meglio del mondo che si può avere, escono di casa a Pechino e non possono respirare aria pulita, oppure vanno al ristorante e non sono sicuri del cibo che mangiano. E infatti il Governo di Pechino ha saputo ascoltare queste esigenze della popolazione e le ha fatte diventare una priorità della sua agenda politica. Quegli amici si domandano però che ricchezza è quella! Fra l'altro vorrei salutare questa amica cinese, Xu Min, perché sapendo che era in Italia per lavoro l'ho invitata oggi, per conoscere Rimini e il Meeting. Xu Min mi ha scritto poche settimane fa: "I geni o il DNA degli italiani sono totalmente differenti da quello degli altri popoli. Questo fa degli italiani delle persone piene di idee e di creatività. [...] Pensare fuori dal comune è la regola. [...] [a volte] l'italiano è come un bambino capriccioso, ma pur sempre un bravo bambino. [...] gli italiani sono brave and prudent allo stesso tempo. [la vita degli italiani] è caratterizzata dalla famiglia, dal cibo, dallo sport, dal fare di tutto (handmade of everything). Hand-Made è un vero orgoglio per gli italiani, dalle piccole cose, al cibo, fino alle grandi costruzioni, ai monumenti. Essere unici e differenti è un altro segno distintivo degli italiani e del loro modo di vivere. Gli italiani considerano la famiglia una priorità [...], e in questo sono molto simili ai cinesi. [...] [Spesso sentiamo dire ] che gli italiani sono un po' pigri perché anche in un periodo di crisi economica continuano a mantenere lo stesso stile di vita. Ma la gente

non capisce fino in fondo, perché anche una piccola attività iniziata dagli italiani è cominciata spesso per durare nei secoli, [senza voler a tutti i costi vincere il tempo]. [...] Noi cinesi pensiamo che voi italiani siate incredibili soprattutto perché se andiamo in vacanza in qualsiasi altro Paese, pur con dei bei luoghi, un buon clima, del buon cibo, ecc., dopo tre giorni ci stufiamo e vogliamo partire. Ma in Italia no, non è così. Noi vogliamo scoprire la chiave del perché [quello che] nasce e arriva dall'Italia è differente dal resto del mondo, forse dipende dal DNA, forse dal suolo, dall'aria che respirate, dall'acqua che bevete, forse è tutto questo che fa la differenza”.

Da questi brevi esempi, sono rimasto attratto: in ognuna di queste storie c'è qualcuno che ha visto una cosa bella e che ha voluto replicarla, ha voluto portarla con sé. In tutti è presente questo fattore comune. In me, tutto ciò ha fatto scattare una domanda: si sono mai chiesti il perché in Italia ci sono dei paesi così, delle città così, dei quartieri così, delle campagne così, un'arte così, delle persone in grado di creare cose così belle? “Forse sarà l'acqua che bevete, forse sarà l'aria che respirate...!”. Xu Min se l'è posta la questione. La sua è l'attitudine che più mi ha interessato, perché cerca di capire il perché di certe bellezze, di certe specificità. Quanti secoli sono stati necessari per arrivare ad avere una città, che ne so, come Firenze, o anche uno di quei tanti paesini delle campagne o colline italiane? Quanti anni sono serviti per costruire cattedrali, monumenti, edifici storici che rendono l'Italia famosa in tutto il mondo? Perché un'azienda agricola in Italia è pensata e strutturata in un certo modo? Non è solo la ricerca dell'efficienza a tutti i costi, della struttura perfetta, dell'applicazione ordinata della scienza e della tecnologia che ti fa venire voglia di replicarla anche dall'altra parte del mondo come modello. Anche quello che è stato chiamato handmade, il lavoro delle mani e dell'intelligenza degli italiani, dall'antichità fino a oggi, il know how tecnologico, industriale, non è solo la fredda applicazione di modelli ingegneristico o formule matematiche.

Se fosse solo questo, non ci si spiega il perché quando queste conoscenze (cos'è il famoso trasferimento di tecnologia?) sono assunte da un'altra parte del mondo non hanno gli stessi risultati. C'è qualcosa che va oltre tutte queste cose. E poi, quando ci si accorge che il modello, anche se lo hai replicato in modo identico, non ottiene lo stesso risultato, è impossibile non domandarsi: perché? E infatti se lo chiedono. Perché il popolo cinese ha una storia millenaria, più antica della nostra. Il popolo cinese è un grande popolo. Ancora, emerge la necessità di conoscere, di non limitarsi al superficiale. In esso sono presenti il valore e il significato della tradizione, del rispetto e della trasmissione della conoscenza, ecc. Allora, io ho sperimentato che quello che in realtà piace dell'Italia, alla fine, anche senza che emerga in modo evidente, magari anche senza che ve ne sia una piena coscienza - secondo me, secondo la mia esperienza - è la persona, capace di realizzare tutto quello che abbiamo detto, la persona figlia dell'Italia, figlia della sua cultura, della sua storia, della sua tradizione. L'Italia, per prima, deve ricordare e riconoscere questa sua ricchezza, ma spesso se ne è come vergognata. Noi stessi pensiamo che il valore della persona non possa essere più un presupposto affrontare le sfide che la realtà pone. Un fattore costitutivo della nostra storia rischiamo di dimenticarlo. Eppure un individuo che arriva da fuori, fresco, riconosce subito una diversità. Quello che vale per una persona, vale anche per un paese quando si relaziona con altri paesi. Se una persona/una nazione perde la sua identità, sperimenta una confusione di fondo; se si disconosce la propria identità non si è in grado di essere compresi dagli altri e non si può essere consapevoli nemmeno di quello di cui si è portatori.

Nell'ammirazione delle sue opere d'arte, delle sue capacità tecnologiche e della sua creatività innovativa, è impossibile non riconoscere il valore centrale della persona, del soggetto che attua tutto questo. È grazie a questo che si è edificata la società italiana, europea, nei millenni, ammirata da tutti. È allora la valorizzazione di un metodo di fare le

cose. Ne discende che ciò che è fondamentale, essenziale - secondo quello che io imparo dalla vita - non è la perfezione della struttura, l'efficienza dell'organizzazione di una società o di un'impresa, ma è il modo in cui la persona agisce e vive nel contesto in cui si trova. In fondo, in fondo, questo è ciò che sta all'origine delle bellezze dell'Italia. La sola replica di un modello, di una struttura, non porta alla valorizzazione di una persona. Investire sulla struttura, pur perfetta, pur scientificamente impeccabile, non è sufficiente. È il coinvolgimento della persona, con la sua responsabilità, che crea bellezza, che è capace di edificare cattedrali e conservare monumenti e edifici.

A me viene in mente il personaggio di Benson, padre Percy, ne *Il padrone del mondo*, quando arriva a Roma, proveniente da Londra, all'indomani della rivoluzione industriale: Londra è perfetta, la nuova capacità dell'uomo rende tutto perfetto, tutto è in ordine, tutto pulito, treni e autobus che arrivano in perfetto orario, ecc. Ma quando questo inglese arriva a Roma - che così perfetta non era - riconosce che è meglio. Lì tutto perfetto, qui no, e mi piace più qui che lì. Allora è un metodo, è un approccio alla vita, è un modo di fare che si trasforma poi in un modo di essere. Come è possibile che si apprezzi più una cosa che non è perfetta? Allora la perfetta organizzazione, la perfetta struttura, l'impeccabile applicazione scientifica non è la priorità, non è quello che fa la differenza: quello che fa la differenza è la persona dentro la struttura, la persona dentro l'organizzazione, con la sua responsabilità e anche con i suoi limiti. È l'insieme della creatività delle persone così impegnate che rende possibile costruire: un'impresa, un'azienda agricola, un territorio, una nazione. E qui, devo dire la cosa più vera per me. E concludo. La bellezza genera attrazione; questo in realtà è come un segno che mi rimanda a ciò che sta dietro alla creazione di questa bellezza: una persona libera, responsabile e libera, che vive. Ma da dove parte questa persona per vivere? Questa è la domanda ultima alla quale io ho dovuto rispondere per me, preparandomi a questo incontro.

Partendo dal tema "Cosa piace dell'Italia al mondo, ai cinesi" io non ho potuto non approfondire fino in fondo cosa muove me, che per mestiere devo far piacere l'Italia nel mondo. Se penso a me, alla mia vita, alla mia carriera, è questo atteggiamento, è questo modo di affrontare le cose che ha fatto la differenza, che ha colpito chi io ho incontrato: non la mia bravura, non la mia capacità; anche perché - siamo onesti, siamo veri - di più bravi e capaci di te ci sarà davvero sempre qualcuno. È un'umanità che nasce da quella speranza che nella mia vita ha fatto e fa la differenza. È questo che genera persone che quando qualcuno le incontra dice: ma questo è diverso. E allora, cosa ti giochi? Questa è la carta più vincente che io ho da giocare. Monica Maggioni mi fa il segno delle forbici perché io forse ho sforato e quindi io per il momento mi fermo qua. Grazie

### **MONICA MAGGIONI:**

Avevo cercato di farlo in modo delicato perché ovviamente come tutti voi ero stata affascinata e coinvolta dal racconto di Augusto Massari, che ringrazio. Allora chiederei proprio a Marva Griffin di darci una mano ad entrare in questo specifico, anche partendo dall'esperienza di una persona che un giorno arriva anche a viverci, in questo Paese, magari con il progetto di andarsene. Si diceva che i cinesi di solito se ne vanno dopo qualche giorno dal luogo di vacanze, uno che arriva nel nostro Paese pensa di passarci un po', poi invece ci rimane e all'interno di questa scelta c'è il ritorno a quello che dicevamo prima, cioè alla bellezza. Che cosa è questa cosa che piace?

### **MARVA GRIFFIN:**

Buonasera, allora cosa è la bellezza?

Io avevo letto che Johannes Brahms, grandissimo musicista tedesco, nel 1881 ha scritto: "Non puoi farti realmente un'idea di quello che è la bellezza se non visiti almeno una volta

l'Italia". Allora io, nel mio piccolo, ho visitato tanti Paesi ma non conosco Paese più bello dell'Italia. Poi io sono sudamericana, arrivo dal Venezuela e noi latinoamericani abbiamo un rapporto con l'Europa, con el viejo continente, con la Spagna e l'Italia, e io da buona venezuelana e sudamericana ho scelto l'Italia. Ecco, allora quel giorno ho deciso di venire ad imparare l'italiano e sono andata all'università a Perugia: da lì ho iniziato. Dovevo partire per la Francia, invece, per una serie di coincidenze, sono rimasta a Milano, nei lontani anni Settanta. Una volta qui, ho avuto la grande fortuna di entrare in un mondo bellissimo come il mondo dell'arredamento, lavorando in un'azienda molto nota. E dopo una serie di percorsi sono arrivata al Salone internazionale del Mobile di Milano che appartiene alla Federlegno.

Allora perché l'Italia è bella? Vanta un ineguagliabile patrimonio di storia, d'arte e cultura; la sua gente, il suo grande lifestyle, stile di vita, che io amo molto, e che credo sia quello che amano tutti, i cinesi, i giapponesi, gli americani, tutti quanti. Lo stile di vita italiano è quello che colpisce. A quanto pare nessun cittadino al mondo ama la vita e vive meglio, ama vivere bene come l'italiano. Poi, perché l'Italia? L'imprenditoria manifatturiera con tutte le sue innovazioni, con i prodotti ben fatti che hanno conquistato il mondo, il mondo manifatturiero, la moda, il grandissimo design, l'arredamento, che è il settore in cui lavoro io. Per me queste sono cose essenziali ed importanti per cui piace l'Italia, per cui l'Italia piace a tutti gli stranieri. Non esiste uno straniero, non conosco una persona che non conosca l'Italia oppure che la conosca attraverso libri e film e che non ami questo Paese. Bene, io lavoro in un mondo di creativi che è il mondo del design, del disegno. E anche qua l'Italia vanta una grande storia: Rinascimento, Leonardo da Vinci, tutti gli artigiani, i grandi designers, tutti questi grandi architetti e disegnatori che fanno grande l'Italia nel mondo. Tutti i grandi italiani sono stati chiamati idealmente per fare delle cose meravigliose, grandi architetti sono stati chiamati negli Stati Uniti, in Australia, in Giappone. Aeroporti, città intere, palazzi, sono italiani, e portano questo saper fare e saper vivere e questo stile nel mondo: è per questo che piace l'Italia. Poi, 18 anni fa, lavorando per il Salone internazionale del Mobile, sono stata chiamata a creare un evento che si chiama "Salone Satellite", per aiutare, incentivare tutti i giovani designers che una volta laureati iniziavano la loro carriera. Oggi, a distanza di 18 anni, ho un lunghissimo elenco di ragazzi di tutto il mondo, dal Canada alla Nuova Zelanda, dall'Africa alla Norvegia alla Russia, che sono venuti a partecipare al Salone Satellite, all'interno del Salone del Mobile, presentando le loro creazioni, i loro prototipi, dove le aziende che sono all'interno del Salone del Mobile, che sono più di 2500 espositori, arrivano e vedono, toccano con mano, iniziando un rapporto per mettere questi prototipi in produzione. Oggi i giovanissimi che hanno iniziato 18 anni fa, sono grandi designers in giro per il mondo che lavorano per moltissime aziende. Grandi musei hanno già dei pezzi loro in esposizione. Il Salone ha voluto fare un'edizione in Russia, a Mosca: quest'anno festeggeremo i dieci anni. Anche lì, mi avevano chiesto di fare qualcosa per i giovani designers russi e dei Paesi dell'ex Unione Sovietica. Anche lì stanno uscendo ragazzi con delle creazioni e stanno già anche loro progettando cose per aziende italiane. Il loro sogno, anzi il premio che diamo loro dopo che una giuria li sceglie, è venire in Italia e partecipare al Salone del Mobile di Milano che si tiene nel mese di aprile. E per loro questo è un sogno, è il premio più gradito: arrivare a Milano, arrivare in Italia.

### **MONICA MAGGIONI:**

Ancora una volta mi sembra che anche qua ci sia già un pezzo di risposta: pensare che per i giovani, che sono i creativi, che sono quelli che si proiettano in questa idea di mondo, avere ancora come riferimento un passaggio italiano necessario è già un pezzo di risposta. Però, Mauro Guzzini, è proprio con lei che vorrei andare un po' al centro di

questo discorso perché c'era qualcosa che entrava e usciva da questi discorsi e forse possiamo arrivare a focalizzarci su un incrocio tra quello che era il discorso lifestyle sul quale si è illuminato, e un discorso di prodotto. Che cosa c'è dietro a questo Italian lifestyle, e che cosa è in grado di dire ancora oggi, nell'anno 2014? Perché parliamo di Rinascimento come fosse l'altro ieri però c'è un messaggio e c'è un'attualità in quello che stiamo raccontando.

### **MAURO GUZZINI:**

Buon pomeriggio a tutti, è vero, appena è stata nominata questa parola, ho detto "porca miseria", siamo arrivati veramente al clou, perché poi alla fine la domanda è questa: cosa piace ancora, c'è ancora qualcosa che piace nel mondo dell'Italia? Caspita, certo che c'è ancora. E allora, provando a preparare l'intervento, ho fatto alcune riflessioni su tutte le esperienze che si fanno in giro per il mondo, perché poi noi andiamo in giro per il mondo per vendere. E alla fine, le esperienze sono quello che dicevano anche Massari e Marva. Nel prodotto italiano, nel prodotto che fa tanta parte della nostra esportazione, in realtà si trova declinato l'italian lifestyle, quindi, la cura del dettaglio, lo stile, l'eleganza, il saper fare bene. Tutte queste cose trasmettono, trasferiscono. Il signore che compra il castello piuttosto che quello che riproduce il paesino o compra la Lamborghini, vuole portarsi a casa secondo noi un pezzo dell'italian lifestyle. Quindi, questa cosa si traduce, si declina in tutti i prodotti che fanno parte delle nostre esportazioni Made in Italy, quindi la moda da sempre, il cibo e l'arredamento, diciamo così, in senso lato, tutto quello che fa parte di Federlegno arredo.

Questo è un po' quello che vogliono veramente portarsi a casa, quando acquistano un prodotto del genere. Ecco, il nocciolo della questione è questo. Ma la domanda ancora più interessante potrebbe essere: gli altri, gli stranieri, i brasiliani piuttosto che i venezuelani, piuttosto che i cinesi, colgono probabilmente la storia che c'è dietro. Qualcuno ha citato, Marva, il Rinascimento, la competizione che si è creata tra i Comuni italiani in quegli anni, il voler rendere più belle le singole città. E poi ognuno investiva, partecipava per rendere più bella la città o il palazzo con il quadro, con il pezzo, con il tavolo o con la sedia, l'opificio delle Pietre Dure che ha creato questa maniera fantastica di incidere pietre, mettere insieme, inserirle a tasselli. Tutto questo si sedimenta nella nostra cultura, probabilmente nasce anche da prima. Non ci dimentichiamo che i romani avevano nelle loro domus il balneum con il tepidarium, il frigidarium e il caldarium. Quindi, il vivere bene, il vivere bene circondati dal bello, non si improvvisa, fortunatamente per noi, in vent'anni di storia. È una cultura assolutamente sedimentata. Una prima risposta mi sembra sia questa qui: l'italian lifestyle piace perché è il prodotto di un saper fare cose belle. Il lavoro che cerchiamo di fare anche come Federlegno è proprio quello di cercare di far sviluppare tutte le nostre aziende, le piccole medie imprese che poi sono il cuore, il nervo di questa cultura del saper fare. Questo era uno dei primi spunti possibili.

L'altra cosa interessante che mi piaceva condividere con voi è che in realtà, più che la moda e l'arredamento, quando pensiamo all'italian food, tutto è fatto in Italia, i DOP, i DOC, tutte queste cose. Mentre sia la moda che l'arredamento sono il connubio di due interazioni forti: quello dell'imprenditoria italiana, che usa il meglio di tutto il mondo, dai tessuti che vengono acquistati dalla Nuova Zelanda alle lande dell'argentina, piuttosto che i designer che collaborano da tutto il mondo con l'azienda italiana, perché vi trovano quel saper fare, quella cura del dettaglio, quell'artigianalità, anche in aziende ben organizzate, che non trovano in un'azienda tedesca piuttosto che francese. Ecco questa differenza un po' moda e arredamento rispetto al food.

In un recentissimo incontro, Daniel Libeskind, uno dei più grandi architetti al mondo, che non fa solo architettura ma fa anche product design, raccontava che quando si fanno i prototipi in un'azienda italiana nasce la magia, nasce proprio la sintonia tra l'imprenditore e il designer e lì viene fuori la differenza, la cura del dettaglio. Quindi, io sono abbastanza ottimista sotto questo punto di vista. Penso che il nostro sistema del Made in Italy abbia ancora possibilità di crescere e svilupparsi. Dobbiamo fare in maniera tale da mantenerlo.

### **MONICA MAGGIONI:**

Certo, e credo sia un grande auspicio, lo diceva bene adesso Mauro Guzzini e lo diceva prima Augusto Massari: c'è questa sedimentazione, questa storia di secoli che rientra poi nell'attualità dei prodotti. Forse, Augusto, è per questo che quel villaggio che viene replicato identico alla fine è identico ma non riesce ad esprimere la stessa cosa, perché dentro, in mezzo, c'è quel fattore umano che non è riproducibile o facilmente esportabile. E su questo noi puntiamo molto. Ma mentre arrivo a John Waters, al quale chiederei proprio l'overview su quello che ci siamo raccontati, con lo sguardo di un irlandese che, però lo posso dire, ama l'Italia per una lunga serie di ragioni... vi dico anche che cosa sarà il nostro secondo round. Siccome mi sembra di capire che l'idea, quando si tratta di dilatarla, ce l'abbiamo tutta, ma se poi dovessimo dirla nei famosi 140 caratteri - qual è la risposta al "che cosa piace dell'Italia nel mondo?", allora la lasciamo a quelli che sono qui con noi questo pomeriggio -, un tweet di che cosa piace dell'Italia nel mondo? E questo sarà il nostro second round. Però, prima di tutto sentiamo il nostro John Waters, che cosa ci dice avendoci ascoltati.

### **JOHN WATERS:**

Salve, buon giorno, effettivamente sì, sono irlandese e sento che molte persone, quando mi parlano, amano il mio Paese, l'Irlanda. Ma quando sento i motivi per cui amano l'Irlanda, mi rendo conto che ci sono altre cose che non vengono percepite del mio Paese. E quindi immagino che anche voi sentirete lo stesso tipo di emozione, nel senso che anch'io parlerò del vostro Paese, ma sempre però da esterno. Per quanto innamorato dell'Italia, non ho la vostra conoscenza per cui potrò sbagliare sia in termini di eccessiva gentilezza che di mancanza di cortesia. Sapete comunque che lo faccio come succede sempre a tutti gli esterni, che guardano ad una situazione che non è la propria.

Vi volevo raccontare che pochi anni fa ero in aeroporto per tornare da Roma in Irlanda e cercavo di capire dove cominciasse la coda per passare i controlli per salire in aereo. Vedevo che tutti mi guardavano in modo strano, si nascondevano dietro una mano facendo dei commenti bizzarri. Fra l'altro, erano tutti irlandesi, ma non so perché ce l'avessero con me. E mi sono reso conto che stavo commettendo quello che è un peccato non veniale, peggio dei peccati mortali, praticamente, stavo saltando la coda. I miei connazionali si sono accorti che stavo cercando di saltare la coda. E così questo mi ha dato modo di capire quali sono le differenze tra le due personalità. E devo dire che la situazione non è poi andata a finire tanto bene con i miei connazionali, perché magari voi non ve ne siete resi conto, sembra che voi pensiate che gli irlandesi sono sempre tanto amichevoli, ma in realtà non è proprio così. Abbiamo due facce: una amichevole e una per niente. E quindi ho spiegato ai miei connazionali che in realtà in Italia a volte si saltano le code, non necessariamente tutti i giorni o tutte le code, ma gli italiani sono abbastanza tolleranti, per cui se magari uno ha una fretta particolare gli permettono anche di saltare la coda. Sono tolleranti perché magari pensano che si troveranno nella stessa situazione il giorno successivo.

Purtroppo, in Irlanda abbiamo adottato uno schema un po' britannico, per cui le code non si saltano. Invece, in Gran Bretagna, anche quando saltano sulla scala mobile, sono tutti

rigorosamente a destra in fila, perché lasciano libera la parte sinistra per chi ha fretta. A quel punto lì non ci siamo ancora arrivati. In Irlanda, le scale mobili le occupiamo proprio orizzontalmente, impedendo a chiunque di superarci. E credo che questa mania sia esplosa circa 10, 15 anni fa, quando abbiamo vissuto un boom. Beh, adesso la situazione è un po' all'opposto del boom. Comunque è nata allora. E quindi adesso sono diventati tutti un po' cattivi, dispettosi, con una mentalità ristretta, poco generosi. Normalmente, viceversa, quando si vedono dall'esterno, gli irlandesi e gli altri popoli celtici sono percepiti come estremamente aperti e amichevoli. In realtà, state attenti perché abbiamo due facce. In un articolo che ho scritto affrontavo appunto queste due mentalità diverse, l'italiana e l'irlandese, in particolare nei riguardi di quella che è la quotidianità.

Per noi, forse per la nostra storia che è stata abbastanza difficile, la quotidianità viene vissuta come qualcosa di non veramente importante ma come un passaggio che ci porterà a qualcosa di migliore, un futuro senz'altro più roseo. Mentre viceversa per gli italiani la quotidianità, l'oggi, è veramente ciò che è importante, il giorno da vivere. E quindi l'irlandese la mattina, quando apre l'armadio, cerca di prendere gli abiti più orribili e più vecchi che ha nell'armadio. Forse non pensate che io abbia fatto questa scelta questa mattina, ma è solo perché sono in Italia. A volte gli irlandesi, anche quando sono vestiti con i loro peggiori abiti, si sentono troppo curati. Mentre l'italiano, quando sceglie i propri abiti, vuole essere al meglio, assolutamente al meglio, per vivere l'oggi che è il centro della sua vita. Non è una questione di vanità, è una questione di vedere l'oggi come il momento importante da vivere. Una cosa strana, poi, che a volte per gli irlandesi è bizzarra, è che quando l'italiano ti chiede "come stai?" lo intende veramente. Mentre per noi non esiste proprio che si dia una risposta e si dica veramente come si sta, l'italiano è veramente interessato. Per questo, secondo me, il tratto distintivo fra italiani e irlandesi è questa concentrazione sul presente, l'importanza dell'oggi. Se un irlandese ti dice "come stai?", non rispondergli neanche perché nel tempo in cui hai finito la risposta è già ad un chilometro di distanza. E se qualcuno, un irlandese vi invita ad andare a Dublino a casa sua, non ci andate perché nel momento in cui magari vi manifestate alla sua porta si nasconde sotto il tavolo. Ecco, secondo me queste sono le differenze più marcate fra italiani e irlandesi, io evidentemente conosco meglio quelle dei miei connazionali.

L'Italia vanta una storia di cultura in espansione con alcuni buchi neri, però grosso modo sempre dei periodi di grande cultura. E credo che anche il tempo svolga la sua parte. L'Irlanda viceversa non vanta un passato così roseo: c'erano i nostri vicini di casa che si occupavano dei cavoli nostri, erano sempre col naso nei nostri affari. E poi anche il tempo. Se c'è una cosa che è la differenza in termini peggiorativi tra noi e gli inglesi è senz'altro il tempo. Visto che è un tempo così imprevedibile, da noi non sappiamo mai cosa farà domani, questo ci rende per lo più pessimisti, nel senso che speriamo, siamo sia speranzosi che pessimisti, nel senso che ci auguriamo sempre che il domani sia migliore ma dentro di noi pensiamo che sarà peggiore. Essendo speranzosi, in qualche modo abbiamo anche questo impatto, da speranzosi e pessimisti abbiamo un impatto negativo sul modo in cui ci vestiamo, nelle scelte che operiamo, nel senso che da una parte pensiamo sempre che debba venire un futuro migliore, però dall'altra sappiamo anche che questo non succederà. Gli italiani, viceversa, colgono l'attimo cercano di sfruttare al meglio le opportunità nelle loro mani. Tra l'altro, quest'anno in Italia il tempo non è stato poi così buono, viceversa in Irlanda è stato migliore del solito. E quindi state attenti, perché magari avrà delle ripercussioni anche su di voi! Gli irlandesi vi stanno rubando il tempo meteorologico! State attenti perché lo sappiamo tutti che la vostra personalità si basa sul tempo, quindi, se vi rubiamo il tempo meteorologico allora ce ne appropriamo noi e voi state attenti a cosa avrete come conseguenza!

Un paio di settimane fa eravamo a Pesaro a una conferenza, io dovevo parlare, tra gli altri, della situazione economica italiana, di qualcosa che è successo nell'ultimo quinquennio che ha avuto delle ripercussioni sia sul mio Paese che sul vostro. Mi colpiva che normalmente gli italiani continuano a ripetermi che l'Italia è un paese povero. Io pensavo: ma chi ve l'ha detto?! Ve l'hanno detto i tedeschi, che siete un Paese povero. In realtà l'Italia è un paese ricco, secondo me uno dei Paesi più ricchi del mondo, perché la ricchezza sta proprio nella genialità, nello spirito, nell'umanità delle persone. Ogni volta che arrivo in aereo dall'Irlanda in Italia, vedo un collage di pezzi di terra coltivati, tutto il Paese è coltivato e si vedono gli appezzamenti ben distinti dall'aereo. Siete persone che lavorate duramente. Se viaggiate viceversa in Irlanda da Dublino, sia a est che a ovest che a sud, vedrete che non c'è neanche un campo di patate, praticamente. Questa è veramente una cosa strana, l'Italia è un Paese ricco ma per qualche motivo si è convinto di essere povero. Secondo me, questo è un tema politico, e mi sembra strano che un popolo come voi, che siete così ricchi in termini di creatività, di geni e quant'altro, vi siate fatti convincere da altri che sono al di fuori, di una cosa che assolutamente non corrisponde al vero, che voi non siate ricchi: è una vera falsità! E in realtà, Paesi come l'Irlanda guardano all'Italia per trovare una fonte di ispirazione, per trovare una leadership. Quindi è successo qualcosa, qualcuno ci ha fatto uno scherzetto in Europa, e ci ha raccontato qualcosa che non corrisponde al vero, rispetto all'Italia. Ci ha raccontato che l'Italia è povera, mentre ci sono molti veri poveri nel resto del mondo e credo che questo sia stato proprio uno scherzetto che ci hanno fatto.

**MONICA MAGGIONI:**

Penso che veramente tu dovresti girare un po' l'Italia e fare del coaching, perché abbiamo bisogno di essere ricaricati. Allora, pronti per il nostro tweet finale? Iniziamo da Marva.

**MARVA GRIFFIN:**

Il mio tweet è molto semplice. Cari italiani, il mondo è bello, viaggiare e spostarsi è interessante, ma un modesto consiglio: cercate di visitare questo nostro Paese, che è molto speciale ed unico.

**MONICA MAGGIONI:**

E girando e vedendo, forse uno riscopre anche quel senso, quella ricchezza profonda e quel genio di cui ci stava parlando John. Mauro.

**MAURO GUZZINI:**

Sempre sul Made in Italy, ovviamente. Il prodotto italiano, anche nell'azienda più strutturata, è il risultato del lavoro tra l'imprenditore e il creativo ed è la nostra forza ma forse anche il nostro limite. Questa è la riflessione che pongo a me stesso, ovviamente.

**MONICA MAGGIONI:**

C'è un ragionamento e una sfida, lì dentro.

**AUGUSTO MASSARI:**

Forse la domanda è: perché l'Italia è così? Per capirlo bisogna venire al Meeting!

**JOHN WATERS:**

Credo che questa cosa del tempo meteorologico vada considerata con grande attenzione perché, secondo me, è un messaggio che ci viene dall'alto, cioè che ci sta dicendo:

attenzione, se non vi ribellate contro i tedeschi state attenti perché vi do il tempo degli irlandesi!

**MONICA MAGGIONI:**

E su questa nota meteo, noi vi ringraziamo. Grazie per questo pomeriggio che ci ha aiutato sicuramente a capire qualcosa in più anche di noi e di come porci con il resto del mondo. Grazie!