



L'ORO D'ITALIA

Parlano: Paolo Romani, Umberto Croppi, Nerio Alessandri,
Laura Biagiotti, Mario Boselli



A ROMA UNA MOSTRA
EVENTO PER RACCONTARE
LE ORIGINI
DI UN SUCCESSO
MONDIALE

OMAGGIO ALL'UNICITÀ DELL'ITALIA

Intervista a **Umberto Croppi**, Direttore Generale Fondazione Valore Italia

SAPRESTE RICONOSCERE un oggetto di design che ha reso celebre l'Italia nel mondo? L'occasione per esercitarsi sarà "Unicità d'Italia", la mostra che la Fondazione Valore Italia sta preparando a Roma nell'ambito delle celebrazioni per i 150 anni dell'Unità d'Italia in collaborazione con l'Adi (Associazione Disegno Industriale) e con la Fondazione Adi Collezione Compasso d'Oro. La mostra sarà allestita dal 30 maggio a fine agosto in due sedi, il Palazzo delle Esposizioni e la Pelanda, ovvero l'ex Mattatoio nel celebre quartiere di Testaccio. Ne parliamo con Umberto Croppi, Direttore generale della Fondazione.

Come sarà articolata la mostra?

Parlare di una semplice mostra forse è un po' riduttivo perché si tratta di un insieme di eventi che mirano a "narrare" i motivi che hanno contribuito a creare una coscienza e una percezione unitaria del nostro Paese.

Al Palazzo delle Esposizioni il cuore della mostra sarà costituito dagli oggetti-icone del design italiano selezionati fra quelli che hanno ricevuto il Premio Compasso d'Oro dal 1961 a oggi, una collezione finora tenuta nascosta. Inoltre, non essendo una ricostruzione a posteriori la mostra consentirà di seguire l'evoluzione del gusto proprio con gli occhi di allora.

Al complesso della Pelanda invece saranno esposti gli oltre 400 prodotti italiani di design selezionati per il Compasso d'Oro che quest'anno per la prima volta sarà consegnato a Roma. È previsto inoltre un ciclo di lezioni sul made in Italy organizzate in collaborazione con gli editori Laterza e stiamo realizzando anche un insieme di video-interviste a esperti di costume, giornalisti e personaggi noti, Renzo Arbore e Giampiero Mughini per fare qualche esempio: ciascuno di loro racconterà aneddoti o episodi di vita personale legati a quell'oggetto. Non sarà tralasciato l'aspetto

eno-gastronomico visto che alla Pelanda saranno allestiti alcuni ristoranti, mentre tengo a sottolineare come questo spazio sarà a disposizione delle imprese che vorranno organizzare eventi e serate.

Quale messaggio intende lanciare "Unicità d'Italia"?

Puntiamo a valorizzare il rapporto fra la creatività e la produzione industriale. Questo è stato uno degli elementi costitutivi del processo unitario del Paese, della costruzione del nostro immaginario collettivo, della nostra identità nazionale.

State lavorando poi alla creazione dell'Esposizione permanente del design italiano e del made in Italy, al Palazzo della Civiltà Italiana all'Eur. Quando sarà pronta e come sarà organizzata?

Premesso che la nostra Fondazione è stata creata dal Ministero dello Sviluppo economico proprio per realizzare questa Esposizione, abbiamo pronti business plan e piano di allestimento e aspettiamo solo la consegna degli spazi.

Il Palazzo ha una superficie di circa 16.000 metri quadri suddivisi in 7 piani: un terzo dell'area sarà as-

segnato al Museo dell'Audiovisivo, il resto sarà concepito per ospitare sia esposizioni che seminari da organizzare con le imprese e con le istituzioni più vicine al mondo produttivo come il Ministero dello Sviluppo economico e l'Ice. Un'apposita area sarà destinata ai convegni e a quelle aziende che desiderano, ad esempio, presentare un prodotto o avere un supporto logistico per incontrare i propri partner. Il tutto sarà pronto entro il 2012.

Il made in Italy è nato e si è affermato con lo sviluppo della piccola e media impresa. Oggi il "piccolo è bello" non sembra più un modello valido di fronte alla globalizzazione che richiede dimensioni aziendali maggiori. Condividi?

Non dimentichiamo che dietro il "piccolo è bello" c'è comunque una produzione industriale su vasta scala. La

specificità italiana è proprio il mix fra questa e una sapienza artigianale che paesi come India o Cina non hanno ancora eguagliato. Anche lì c'è una grossa manualità, ma non c'è l'attenzione alla qualità del nostro tessuto produttivo.

Si fa abbastanza per mantenere questo patrimonio e proiettarlo nel futuro?

Si fa più di quello che si pensi, ma ovviamente possiamo andare oltre. Credo sia necessario soprattutto mettere ordine tra i soggetti coinvolti a vario titolo nel made in Italy. Molte competenze sono in capo allo Sviluppo economico, altre riguardano gli aspetti culturali e poi ci sono le aziende. In Italia infatti abbiamo oltre 500 musei e archivi di impresa, da quelli più conosciuti - Alessi, Ducati, Piaggio - ad altri meno noti.

Le imprese a poco a poco stanno capendo il valore della memoria e si organizzano per conservare questo patrimonio. Ecco, a nostro avviso l'Esposizione dovrebbe essere un punto di raccordo tra le diverse funzioni, il centro di questo "museo diffuso" che esiste sul territorio.

Secondo lei il concetto di made in Italy è cambiato nel tempo?

C'è stato un periodo in cui si guardava di più alla

produzione di massa, immaginando che la provenienza italiana sarebbe stata da sola garanzia di successo. Ad esempio nell'agro-alimentare abbiamo inondato il mercato di prodotti di bassa qualità facilitando così la nascita dell'italian sounding. Con la spietata concorrenza degli ultimi 20 anni gli imprenditori hanno capito che l'unica strada è puntare sulla qualità.

Come è percepito il made in Italy all'estero?

Non ci sono studi sistematici sul tema. L'ultimo sforzo in tal senso risale alla fine degli anni Ottanta, quando l'Ice su impulso dei governi di allora realizzò studi sulle aree di potenziale sviluppo che includevano approfondimenti sul "vissuto" dei prodotti italiani. Quella tradizione si è un po' persa e fra le nostre ambizioni c'è anche quella di attivare dei meccanismi di misurazione. *SSS*

