

La Chambre Française de Commerce et d'Industrie en Italie (CFCII), partner del Fondo per l'Ambiente Italiano (FAI)

La CFCII è la prima Camera di Commercio a siglare una partnership con il Fondo per l'Ambiente Italiano (FAI). Fondazione senza scopo di lucro costituita nel 1975, il FAI è nato dalla volontà comune di uomini e donne di agire in modo concreto per salvaguardare il patrimonio culturale italiano, il più ricco del mondo.



*Intervista a Marco Magnifico,
Direttore Generale Culturale FAI*

- Come definirebbe il FAI e la sua missione?

Il FAI ha una missione sociale. Preservando la natura, i paesaggi e le dimore storiche dalle degradazioni del tempo e dell'oblio, il FAI cerca di radicare il concetto d'identità nazionale italiana per fare capire agli italiani che il loro patrimonio rappresenta il loro essere italiano. Al contrario della Francia, l'Italia è tuttora un paese giovane che aspetta di festeggiare i suoi 150 anni di unità nazionale. Il suo problema deriva dal fatto di non avere una "coscienza nazionale", ma una coscienza lombarda, una coscienza veneta, una coscienza siciliana, calabrese, ... La cultura italiana è un *patchwork*; gli italiani stessi non riconoscono una cultura nazionale, ma una "cultura locale". Il nostro lavoro consiste nel creare un'unità in questo insieme di identità frazionate; solo nel momento in cui gli Italiani avranno capito che la diversità della loro cultura rappresenta la loro ricchezza maggiore, saranno pronti a difenderla. Suscitare il sentimento di appartenenza nazionale e risvegliare le coscienze circa la necessità di salvaguardare il patrimonio italiano, è un processo che implica rendere accessibile al maggior numero di persone possibile quello che soltanto cento anni fa era riservato ad un'élite. In Italia non c'era una casa regnante, bensì trenta case regnanti; ognuna faceva politica. Nelle grandi città, c'era la casa regnante che promuoveva la cultura, ma la maggior parte del popolo era povero e non poteva avervi accesso. C'è sempre stata una grande distanza tra il popolo e l'arte, tra il popolo ed il fasto di queste ville. Se riusciamo a far capire agli Italiani che ormai questi "tesori" sono loro, avremo vinto la nostra scommessa. Gli Italiani devono essere orgogliosi di quello che hanno, e di quello che sono. Oggi la maggior parte della gente pensa che il FAI sia una fondazione che si occupa soltanto del restauro dei palazzi storici donati al FAI dai loro proprietari, ma la realtà è più complessa: il restauro non è il nostro scopo, è il mezzo. Il restauro è l'opera più visibile della nostra attività, ma è anche quella più faticosa e più costosa. Il restauro dei monasteri, dei castelli e delle ville è fondamentale per permettere alla gente di visitarli, di capirli, di farli loro, di "viverli". Queste aree naturali e questi monumenti sono tenuti e gestiti quotidianamente con estrema cura, in modo che la gente, durante le visite, si senta come a casa propria; una cura dei dettagli che ha un costo, ed è per questo motivo che il FAI ha bisogno del sostegno finanziario del mondo imprenditoriale.

- È la prima volta che il FAI sigla una partnership con una Camera di Commercio. Quali sono le vostre aspettative ?

La partnership con la Camera di Commercio Francese dovrebbe costituire un aiuto a livello della comunicazione, soprattutto sull'esistenza del FAI e sulla sua missione sociale in Italia, non solo presso le imprese francesi che hanno sede in Italia, ma anche presso le aziende italiane della sua rete. Abbiamo bisogno che le imprese capiscano che la nostra missione contribuisce al progresso dell'Italia, e che inoltre loro stesse hanno tutto da guadagnarci da un punto di vista commerciale e di immagine ad avere un Paese sempre più "civile", sempre più bello, un Paese che rispetta il suo patrimonio, la sua storia, un luogo piacevole per una visita o un soggiorno.

- **In Francia, si parla molto del concetto di « Corporate Social Responsibility » che è ancora poco sviluppato in Italia. Questo concetto entra perfettamente nella logica del FAI, non è vero?**

In Italia la Chiesa ha molto influenzato la nozione, il senso di « azione sociale ». La Social Responsibility « all'italiana » è molto più orientata verso l'umanitario, cosa molto nobile, ma purtroppo per il FAI, la cultura passa sempre in secondo piano. Nella mentalità collettiva – e penso che sia a torto – la salvaguardia del patrimonio culturale non è considerata come “un'azione sociale”. Il nostro obiettivo è di far capire alle aziende che desiderano curare la propria immagine, che i temi legati alla tutela e alla protezione del patrimonio costituiscono, a tutti gli effetti, un'azione sociale visto che una fondazione come il FAI rende accessibile a tutti quello che per secoli è stato riservato ad un numero ristretto di persone. La Social Responsibility di un'impresa francese che ha investito in Italia è, a mio parere, quella di investire nella salvaguardia del patrimonio italiano, perché aiutando a preservarlo salva il comune patrimonio latino, una parte della storia del “vecchio continente” che oggi ha perso a favore di Cina e India il proprio primato industriale. Il messaggio dato da un'impresa che investe per il restauro e la protezione di un bene che “appartiene” alle comunità locali è molto forte. Abbellisce, fa crescere il prestigio della zona nella quale ha sede, dove lavora il suo personale, dove può darsi che il suo personale addirittura viva. Il messaggio vale anche per un'azienda italiana, perché salvando il patrimonio culturale italiano, non salva soltanto il patrimonio del proprio Paese, ma salva una buona parte del patrimonio mondiale contribuendo, in questo modo al prestigio dell'Italia nel mondo.

FAI – Fondo per l'Ambiente Italiano - Viale Coni Zugna, 5 - Viale Coni Zugna, 5 - 20144 Milano - Tel: 02.46.76.15.208 - Fax: 02.46.76.15.301
Sito Internet www.fondoambiente.it

Il punto di vista della CFCII sulla partnership con il FAI **Chantal Pallin Zanardi, Segretario Generale**

La Chambre de Commerce Française è stata la prima Camera di Commercio straniera a stabilirsi sul territorio italiano nel 1885. L'Italia e la Francia sono profondamente legate storicamente e i monumenti portano la traccia delle rispettive influenze.

Se ci limitiamo ai beni del FAI, ne ritroviamo già due nella Regione Piemonte direttamente legati alla Francia: il *Castello della Manta* a Cuneo, castello appartenuto ai Marchesi di Saluzzo, molto legati alla corte di Francia; ed il *Castello di Masino* vicino a Torino, castello appartenuto ai vice-re di Sardegna, che disponeva di una camera per l'Ambasciatore di Francia in Italia e di quella di Maria Anna di Nemours, parente di Luigi XIV.

La CFCII ha dunque trovato naturale collaborare con il FAI per la promozione dei beni che hanno una storia comune ai due paesi. In qualità di rappresentante della comunità d'affari franco-italiana, la CFCII intende associarsi al FAI ed alla sua azione al fine di valorizzare il territorio italiano, fonte di ricchezza per le nostre aziende.

CFCII
Servizio Stampa e Relazioni Pubbliche
Allison MAIGRET : a.maigret@chambre.it - 02 72 53 72 04

Via Leone XIII, 10 - 20145 MILANO - Tel. +39 02 72 53 71 – Fax +39 02 86 55 .93
info@chambre.it – www.chambre.it – P.IVA 02099670156