

# Armani e Del Vecchio: aiutare i più fragili

di **Maria Silvia Sacchi**

a pagina 35

Solidarietà Progetto con Sant'Egidio: «Il Paese ritrovi la fiducia»

## «Aiutare i più fragili per poter ripartire»

### Il colloquio con Giorgio Armani e **Leonardo Del Vecchio**: noi con la Comunità di S. Egidio, l'Italia ritrovi la fiducia

#### Solidarietà

Il piano: borse di studio per i giovani e sostegno alle famiglie per pagare l'affitto

di **Maria Silvia Sacchi**

**M**ai come in questo momento l'Italia ha bisogno di fiducia. E Giorgio Armani e **Leonardo Del Vecchio** sono insieme perché questo messaggio arrivi. Partendo da Milano, la città che, oltre a essere la capitale economica del Paese, sta diventando anche quella della solidarietà. I due imprenditori hanno annunciato un'iniziativa con la Comunità di Sant'Egidio: «Go Ahead, a Milano accanto ai poveri», piano per supportare le famiglie nel pagamento degli affitti e uno di formazione e lavoro con borse di studio. Con Armani e Luxottica, anche L'Oréal Luxe e Fossil. Uniti, lo stilista e il fondatore di Luxottica, da una convergenza d'idee sul fare impresa.

«La pandemia ha evidenziato con terribile velocità le fragilità cui sono esposti strati diffusi della popolazione — dice Armani —. Lo si vede ovunque, e in una metropoli come Milano è ancora più evidente. Questo esige impegno». «Come Luxottica e come famiglia ci siamo spesi a più riprese per la città, per le nostre persone e per molti nostri partner — aggiunge

Del Vecchio —. Ma essere al fianco di Armani in questa iniziativa mi fa particolarmente piacere perché chiudiamo un anno difficile con un messaggio di unità, anche tra imprese e società».

Ci sono i bambini al centro del progetto Sant'Egidio. Perché «dai bambini e dai giovani dipendono il futuro e il rinnovamento del Paese — sottolinea Armani — ed è a loro che la pandemia sta portando via sogni e aspirazioni». Per farvi fronte occorre partire da quelli che definisce «i fondamentali: il diritto alla casa e il diritto allo studio», mentre serve una strategia «concertata in maniera trasversale» per mantenere in Italia le ultime generazioni, arginando la fuga di cervelli. «Nel mio piccolo — spiega — faccio in modo che le età dei miei dipendenti rappresentino diverse fasce e generazioni e coesistano tra loro in tutti gli ambiti. È un modello che si potrebbe estendere al Paese». È d'accordo Del Vecchio, che attinge anche all'esperienza dei propri figli. «Abbiamo molto da imparare dai giovani, anche nel modo in cui ci poniamo di fronte alle sfide del futuro. Viviamo la stessa trasformazione in Luxottica, dove gli uffici sono ormai di trentenni e di diverse nazionalità. Sono distanti dal Pil o dalle manovre economiche ma sono più vicini a un'idea di futuro dove le imprese sono globali, liquide, partecipate. Senza confini. Ciò che dobbiamo loro è creare o far crescere aziende che siano capaci di attrarli da ogni

dove e soprattutto ascoltarli».

L'Italia tende a non avere grandissime imprese, è uno dei problemi della nostra economia. Eppure oggi si parla di un polo del lusso italiano, che contrasti i colossi francesi, magari con l'intervento dello Stato. Armani e Del Vecchio potrebbero farne parte? «Le imprese per essere forti devono essere grandi — risponde il fondatore di Luxottica —, ma prima ancora devono avere una visione, un'idea chiara di business. Con questo spirito ho affrontato la nascita di Essilux (fusione tra Luxottica e Essilor, di cui ha la maggioranza relativa, ndr) o di Covivio nell'immobiliare che, seppur non subito comprese da tutti, hanno creato campioni europei in grado di fronteggiare la competizione globale. Le aggregazioni sono importanti se funzionali alla crescita ma non devono avere confini nazionali, poiché è il mondo il luogo dove l'azienda deve ormai vivere e prosperare». Armani è un «sostenitore indefesso dell'indipendenza aziendale». Ma questa volta fa un passo in avanti: «Ho sempre guardato con sospetto ai grossi gruppi, dei quali però

comprendo utilità e scopo in uno scenario sempre più vasto. Ben venga quindi la formazione di un polo italiano, che onestamente preferirei guidato da un imprenditore, o una cordata di imprenditori, ma non statalizzato. Il privato è sempre più rapido, flessibile, adattabile». Pensare che anni fa si era parlato di una possibile alleanza proprio tra Armani e Del Vecchio... «Non è questa la sede per parlarne», chiude lo stilista. «Oltre alla stima e all'ammirazione reciproca per ciò che abbiamo costruito, l'intesa c'è già, ed è perfetta», chiosa Del Vecchio.

Resta il tema di come sviluppare il rapporto tra pubblico e privato, perché «non c'è dubbio che in Italia, e non solo in Italia, il pubblico ha bisogno del contributo del privato — è il pensiero di Armani —. Uscendo dalla logica dello Stato assistenziale, possiamo dire che lo Stato siamo noi cittadini. Nel corso della pandemia in molti, tra i privati, ci siamo attivati. Lo abbiamo fatto spontaneamente e prontamente, offrendo il supporto possibile nelle nostre aree di competenza o iniziando donazioni per rinforzare i fondi





statali dove necessario». Sulla stessa linea Del Vecchio, secondo il quale «la pandemia ci ha ricordato che l'azienda vive con i suoi territori e con loro condivide benessere e salute. Ai miei collaboratori fin dall'inizio ho chiesto una cosa sola: che l'azienda fosse il luogo più sicuro da frequentare e dove lavorare».

Questo lungo periodo critico sta cambiando gli imprenditori stessi. «Mi ha fatto sentire più fragile, esposto, ma mi ha anche fatto riscoprire, a me che sono così schivo e a volte diffidente, una intensa vicinanza con gli altri, e questo mi ha reso particolarmente forte — dice Armani —. Mi ha insegnato che non si possono fare programmi a lungo termine e reso più convinto nella mia battaglia per una moralizzazione del settore». Del Vecchio aggiunge che «ci sono cose di cui avverto la mancanza e altre che sono diventate superflue e non torneranno più. Personalmente mi manca molto il contatto con ciò che realizziamo nelle nostre fabbriche. Oggi vediamo tutto in digitale, ma per chi come me è nato con gli strumenti di incisione in mano, non sarà mai la stessa emozione, sempre nuova ogni giorno». Entrambi hanno comunque una convinzione: da questa crisi l'Italia può uscire più forte. «Anche se fatica a guardare avanti e a muoversi nella stessa direzione, siamo un Paese ricco, pieno di risorse e di idee» (Del Vecchio), «non è un caso che le aziende italiane siano così attrattive per gli stranieri» (Armani). Quello che serve è «un'iniezione di ottimismo». Primo passo: smettere di essere estrofili. Abbiamo saperi che sono solo nostri. E che gli altri ci invidiano.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Giorgio Armani, 86 anni, e Leonardo Del Vecchio, 85, protagonisti del progetto sociale per aiutare i più deboli e il Paese

STEFANIA D'ALESSANDRO/GETTY IMAGES



Insieme Giorgio Armani, 86 anni, e Leonardo Del Vecchio, 85 anni (foto Stefano Guindani)

### La scheda

- Giorgio Armani ha annunciato un'iniziativa organica di contrasto alla povertà, soprattutto infantile, con la Comunità di Sant'Egidio, nella quale ha riunito i suoi licenziatari Luxottica, Fossil e L'Oréal Luxe

- Il piano si chiama «Go Ahead, a Milano accanto ai poveri», e vuole testimoniare l'impegno verso le persone fragili ed essere l'esempio di una città che non distoglie lo sguardo dalle difficoltà di molte famiglie

- Prevede un piano di housing che vuole supportare le famiglie con diversi gradi di fragilità nel pagamento degli affitti e un piano di formazione e lavoro con un sistema quotidiano di accompagnamento a scuola

di bimbi che vivono in contesti precari e marginalizzati. Oltre a borse di studio e di formazione per i diversi livelli di istruzione e per l'incentivo alla scolarizzazione primaria e superiore