

## TENDERE ALL'ECCELLENZA

Mercoledì, 21 agosto 2002, ore 19.00

Relatori:

Giovanni Puglisi, Rettore IULM; Santo Versace, Presidente Gianni Versace S.p.A.

Moderatore:

Giorgio Vittadini, Presidente Nazionale della CdO

Moderatore: Questo incontro, e mi ricordo che l'ultimo incontro che ho fatto qua dentro, mi sembra l'anno scorso, l'ho fatto con Montezemolo, Presidente della Ferrari; e lo dico perché vedo una certa analogia: sono i marchi vincenti dell'Italia quelli per cui all'estero ci ricordano per qualcosa di positivo: la Ferrari, cioè la tecnologia abbinata a una capacità di efficienza e di efficacia, e diciamo la moda andata in tutto il mondo. E forse insieme alla Ferrari oggi, la cosa per cui noi siamo più stimati è proprio la moda; e non è strano che sia così italico questo gusto del bello, perché è un gusto del bello, questo gusto di una capacità di guardare fino in fondo l'essere umano e di trattarlo al meglio; perché in questa attività, in questo settore abbiamo almeno due cose: da una parte il bello -come noi stiamo dicendo al Meeting- il bello nella realtà, il bello nel particolare, il bello nella sfumatura di un colore, in una forma: è una caratteristica tipicamente italiana questa capacità di vedere, di cogliere un particolare, e su un particolare costruire un'armonia. Lasciatemelo dire: anche qualcosa che ha a che fare profondamente con una cultura cattolica fatta più di un guardare e di un pensare che è frutto del guardare, non di un pensiero astratto; e dall'altra parte un bello che diventa anche capacità di costruire, di generare, non rimane un'idea, perché creare un prodotto di moda, affermarlo, farlo diventare qualcosa di cui tutti usufruiscono, è anche una capacità di rendere questa percezione comunicabile e usabile da gente diversissima. Allora per questo quando abbiamo preparato questo incontro con Santo Versace, si parlava di questo titolo "Tendere all'eccellenza": non è strano mettere a tema la moda, mettere a tema questo bello che è anche una efficacia come impresa, è un'eccellenza è un tendere all'eccellenza. Abbastanza automaticamente quando si pensa alla moda, alla moda italiana, viene in mente l'eccellenza, il meglio, dove "eccellenza" è diverso che una parola come "riuscita": è proprio l'idea di una capacità di essere armonici, di usare tutti i fattori della propria capacità per dare il meglio, ma un meglio che non sia con quell'aspetto di riuscita un po' affannosa che ci darebbe fastidio. Tutto questo penso sarà il contenuto di questo incontro che si svolgerà così, dato l'interesse che può avere questo tema e i due personaggi che abbiamo qui: Santo Versace che tutti conosciamo per l'omonima casa di moda ed il prof. Puglisi che è Rettore dello IULM, Istituzione fondamentale nella vita di Milano e del paese. All'inizio parleranno loro e poi in due riprese ci sarà spazio per domande perché un tema di questo tipo e un modo di trattare come quello del Meeting si presta proprio a un botta

e risposta che renderà sicuramente più vivo l'incontro. Ringraziamo innanzitutto i nostri ospiti per la presenza e do la parola a Santo Versace.

Santo Versace: Buona sera a tutti quanti. Io tocco due argomenti diversi, uno riguarda l'Associazione Altagamma che praticamente rappresenta una parte importante delle aziende italiane di alta gamma, di alta qualità e rappresenta i vari settori; di Altagamma sono presidente fondatore e il tendere all'eccellenza è proprio uno dei motti dell'associazione. Poi dall'altra parte mi è stato chiesto di parlare della Gianni Versace SpA. dall'inizio ad oggi, come è nata, come è cresciuta e come si è trasformata. E' un esempio pratico di come è nata un'azienda che è di prima generazione e che è diventata di seconda generazione il 15 giugno del 1997; è quindi una cosa degli ultimi venticinque anni praticamente. Per quanto riguarda l'Altagamma è un'associazione che abbiamo fondato dieci anni fa e che rappresenta e punta a rappresentare una parte importante nel sistema di qualità italiano, un sistema di vita italiano, dello stile di vita italiano. Altagamma come soci fondatori ha visto chi vi parla, Angelo Zegna della Zegna, Maurizio Gucci, Ferruccio Ferragamo, Carlo Guglielmi della Fontana Arte, e Michele Alessi della Alessi Azienda del Design, Marina Baratti dell'Alimentare e Franco Matteoli che allora era Amministratore Delegato della Gianfranco Ferré. Questa associazione è cresciuta moltissimo, siamo adesso oltre 50 associati, tra i quali anche la Ferrari che citava prima Giorgio Vittadini. Anche la Ferrari, anche Luca di Montezemolo, la sua azienda fa parte dell'Altagamma. Cosa fa l'Altagamma? Cosa vuole trasmettere e comunicare? Ogni azienda dell'Altagamma trasmette la qualità, trasmette l'eccellenza, trasmette lo stile di vita italiano. Le aziende si sono associate per avere una massa critica maggiore e per poter essere più incisivi nel lavoro comune. Quindi, ogni azienda ha la sua autonomia, ma tutte le aziende insieme lavorano come un grandissimo consorzio. Queste aziende hanno veramente, per quanto riguarda la bellezza, per quanto riguarda il fare, la manualità, la capacità, la qualità, il massimo dell'espressione. Noi puntiamo a comunicare la qualità italiana, lo stile di vita italiano, la cultura italiana. Perché da quando siamo nati abbiamo sempre cercato e portato avanti il concetto del bello. Abbiamo evitato di usare il termine "lusso", per parlare dell'industria italiana, ma dell'industria del bello, cioè l'industria che comunica la bellezza. Ovviamente, dietro questo c'è il massimo dell'organizzazione, il massimo della qualità, il massimo della manualità. E' un'associazione che sta funzionando molto bene, per quanto riguarda adesso la possibilità di lavorare tutti quanti insieme, per quanto riguarda l'armonia del fare, e per quanto riguarda la capacità di lavorare verso l'esterno nelle ricerche, tutti quanti appassionatamente. Un sistema, una dimostrazione, ne parlo con voi volentieri, perché è sostanzialmente la dimostrazione che se si vuole fare e se si vuole lavorare insieme, è possibile, non c'è difficoltà. Anche se ogni azienda di queste può essere gelosa della propria identità, del proprio marchio, del proprio fare, alla fine ci sono degli interessi comuni che ci portano a fare tante cose insieme, a far sì che superiamo questi problemi qui e ci presentiamo compatti, come una grandissima squadra, come la squadra italiana, nei confronti di tutti i mercati mondiali. E molto importante è diventato anche il settore alimentare, che è subentrato in un secondo momento, e che è rappresentato dalle più belle aziende italiane del vino, dal caffè, da

Illy Caffè e tante altre. Quindi, questo è un discorso che volevo farvi, qui chiudo velocemente questo. Il messaggio era: siamo capaci di lavorare insieme, siamo capaci di superare le gelosie, siamo capaci di mettere al servizio comune tutta la nostra forza, per far sì che lo stile di vita italiano, la cultura italiana, la qualità italiana, la manualità italiana, l'artigianato italiano si presenti al mondo come una squadra compatta. E' chiaro che ci ha dato forza il pensare, perché il motore principale della costruzione di questa associazione è stata la moda. La moda, tra la metà anni Settanta e la metà degli anni Ottanta, ha trasformato il concetto che gli stranieri avevano dell'Italia: prima tutto il mondo guardava all'Italia come al paese degli spaghetti o della pizza e della P38, riferito ai concetti della mafia od altro, poi si è passati da quel modo negativo di guardare al nostro paese ad un giudizio estremamente positivo sull'Italia, come il paese del bello e della cultura. Valori che erano già dentro il nostro paese, ma che erano estremamente appannati durante gli anni Settanta, prima metà degli anni Settanta e fino a verso la fine degli anni Settanta. Quindi, con queste aziende made in Italy e le aziende della moda in modo particolare ma anche quelle del design, (quando si parla di Milano è sì la capitale della moda ma anche capitale del design), siamo riusciti a far sì che gli stranieri, (che si erano fatti un concetto estremamente negativo del nostro paese, trascurando la capacità italiana del fare, e trascurando l'Italia della cultura, dei giacimenti culturali, l'Italia della bellezza), si siano riappropriati di questi valori, grazie anche a queste grandissime aziende.

Passiamo adesso alla Gianni Versace, che fa parte di queste aziende e che è emblematica di quello che è stato il made in Italy negli ultimi 30 anni. La Gianni Versace comincia con Gianni Versace, e comincia con Gianni Versace quando parte da Reggio Calabria, per spostarsi a Lucca e poi a Milano. Però, prima che Gianni Versace si muovesse, che cominciasse questo lavoro che ha portato alla Gianni Versace, c'è stato qualcosa che ha preparato Gianni a essere Gianni Versace, a essere il grande creativo, il grande artista, che tanto bene ha rappresentato l'Italia nel mondo. E cosa è stato? Nostra madre aveva lasciato la scuola, non perché non amasse andare a scuola, ma perché nel 1930-31 mandare una donna a scuola dopo la licenza elementare non era una cosa tanto facile, non era una cosa bene accetta. E questo è un discorso di cambiamento. Perché mia madre nella sua testa voleva fare il medico. Però a 10 anni, dopo la licenza elementare, le fu detto: No, adesso basta scuola, adesso basta vedere... (a una certa età non si poteva frequentare gli uomini, neanche correre il rischio di incontrarli a scuola o altro), e allora, finita la scuola elementare, una donna cosa fa? Una donna va a bottega. Si scelse di andare presso una sarta, che a Reggio Calabria chiamavano la Parigina. Perché la parigina? Perché aveva fatto praticamente la sarta a Parigi, aveva fatto l'apprendistato a Parigi, era stata a Parigi. Quindi, cominciamo già ad essere un po' internazionali anche in questo. Chiaramente dopo 17/18 anni, subito prima della Seconda Guerra Mondiale, apre la sua sartoria, ovviamente la apre con le sorelle, la apre con qualche sarta più giovane. Quindi comincia, poi chiaramente diventa più importante, più grande. Gianni nasce nel 46. Gianni nasce in sartoria praticamente (si nasceva in casa, non c'era neanche l'idea degli ospedali). E quindi Gianni è nato tra pizzi e merletti. Ed è stato accudito, gattonava e veniva seguito in parte dalle persone che lavoravano per mia madre.

Quindi Gianni ha avuto la possibilità di formazione all'interno di questa situazione. Poi obbligò mia madre ad aprire, accanto alla sartoria – parliamo degli anni '70- "obbligò" perché era molto determinato nelle cose che gli piacevano, a mettere il confezionato, a cominciare a comprare i capi confezionati di abbigliamento. Era una novità assoluta e cominciò a comprare le più belle marche di allora, da Balestra, Ognibene, Zen, Ungaro, quindi chiaramente comincia a frequentare questo mondo, le fa aprire una boutique che allora non esistevano. Oggi sembra normale per tutti voi, anzi c'è un eccesso, allora era una novità e convinse mia madre ad aprire un negozio di abbigliamento a Reggio Calabria. Cominciò a frequentare, a girare, ho le sue foto da giovane con Valentino, con altra gente a Parigi, fa qualche puntata a Londra, poco Milano perché era più Firenze in quel momento, e chiaramente si conoscono perché a quell'epoca era così piccolo il mondo della moda e industriali, rappresentanti, agenti di commercio, compratori e padroni dei negozi si conoscevano tutti. Un'azienda di Lucca in cui noi vendevamo molto bene, la Florentin flower, va in crisi nel senso che perde capacità: i suoi prodotti rimangono fermi nei negozi, non si vendono più bene perché probabilmente c'era stato un calo di creatività, un calo di spinta ed era diventata ripetitiva. E questo fatto di conoscersi tutti invoglia il titolare dell'azienda, Ezio Nicosia, di Lucca, il suo agente Massimo Govini un ragazzo di Roma a dire "Cosa facciamo, come ci scuotiamo?" E chiedono a Gianni di fargli la collezione. Era gennaio- febbraio del '72. Io avevo appena finito di fare l'ufficiale di cavalleria, nel gennaio del '72 ero tornato a casa con il militare dietro le spalle, e Gianni mi chiede... mi chiedono di fare questo. "Ti interessa? Ti piace?" Sì, proprio sarebbe un mio desiderio di fare questo. Il ragionamento è stato: la mamma c'è, Donatella incominciava ad avere 16-17 anni, io sono tornato, mi sono tolto gli impegni di leva e tutto il resto, quindi ci siamo, siamo più che sufficienti per le nostre attività: la sartoria ed il negozio. Poi presumevo che Gianni andasse e facesse, ma restasse fra Reggio Calabria e il nord. Il 5 febbraio '72, (ho la data segnata perché ero abbastanza preciso), prima di laurearmi in economia e commercio ho fatto ragioneria, Gianni parte e non torna più. Lui arriva a Linate, all'aeroporto di Milano, fortunatamente erano iniziati i voli regolari, sale sulla macchina e va a Valle Mosso, l'azienda Baruffa, scelgono i filati e fanno subito una collezione di Pronto Moda. Pensate che oggi, a febbraio sono quasi finite le consegne, allora le consegne erano in aprile e maggio e i saldi il 15 giugno, era più razionale il sistema dell'abbigliamento e della moda. Quindi Gianni incomincia con Florentin Flower. C'è un episodio straordinario di questa prima collezione. Il titolare dell'azienda che per rallentamento della sua attività temeva di dover... avrebbe dovuto vendere la barca oppure qualche appartamento per mettere delle finanze dentro la azienda, grazie a questo Pronto moda cambia la barca, la fa più grande e più nuova e fa a Gianni un regalo superiore al valore della consulenza. Gli regalò un maggiolone nero con il tettuccio bianco, per dire il successo di Gianni già al primo colpo. Poi si sposta a Milano perché Gianni capisce subito che la moda da Firenze... non è più la Toscana; è anche la Toscana, ma il posto principale diventa Milano.

Quindi si sposta a Milano per stare più al centro dell'attenzione e comincia a fare altre consulenze. Per i primi cinque anni fa Jenny, Callagan, Complici. La Complici è

proprio una linea che lui fa perché sentiva il bisogno di esprimere tutta la sua creatività in pieno e chiaramente segna un marchio nuovo perché le altre erano già collezioni tematiche, che avevano un loro tema e una loro identità. Nel '77, tra la fine del '76 e il '77 decidiamo di fare la Gianni Versace. Mi trasferisco definitivamente da Reggio Calabria a Milano, e chiaramente partiamo dalla Gianni Versace.

La Gianni Versace fu ipotizzata dall'inizio tra parte industriale, parte commerciale, parte creativa, parte comunicativa, con un insieme di società che si occupavano di tutte le situazioni. Chiaramente per la parte industriale i nostri produttori principali diventavano soci di maggioranza nelle società industriali. Arnaldo Girombelli per la Jenny di Ancona e Paolo Greppi per la Zama Sport di Novara. Il resto, l'azienda della creatività e della comunicazione era totalmente nostra, l'azienda commerciale era per la maggioranza Versace. Questa fu la formazione. Chiaramente fu un successo che in quegli anni, quando partimmo nel '77-'78 fu la prima presentazione era inimmaginabile per tutti noi. Io penso che nessuno di noi immaginava quello che sarebbe successo, i volumi che sarebbero arrivati, i successi straordinari, quello che saremmo riusciti a fare nell'arco di vent'anni perché in effetti se noi guardiamo storicamente a quello che è, succede dal '75-'76 al 95-'96, i vent'anni principali del made in Italy, perché fra l'altro per me la moda è prima e dopo il 15 luglio '97, ma se qualcuno si interessasse a leggere, capire e a fare, capisce che quella data è una svolta personale e familiare per me, ma è una svolta veramente forte per quanto riguarda Milano e dintorni per come si viveva la moda prima e dopo Gianni Versace. Per noi è stata una cosa straordinaria sviluppare la donna, per poi passare nell'uomo. Mi ricordo che Gianni, per quanto riguarda l'abito da uomo mi diceva: "Non ti farò mai il tailleur da uomo" perché lui sfotteva queste robe e le chiamava il tailleur da uomo. Facemmo l'accordo con la Zegni e facemmo degli abiti straordinari. Poi quando venne il momento di fare certi tipi di prodotti, di affrontare il mercato dei giovani con il jeans, quando fu il momento di allargare il comparto alla casa, ma tutte cose che nascevano dalla voglia di Gianni. Come nacque la linea jeans? Nacque dal fatto che i ragazzi, lui andava nelle università e parlava con i ragazzi... i ragazzi lo fermavano per le strade e gli dicevano: "Noi adoriamo le tue cose ma non ce le possiamo comprare". Facciamo la linea giovani, facciamo una cosa alla portata di tutti.

Come nasce l'accordo della casa? Il fatto che a Gianni ad un certo punto venne la voglia e l'idea di dire: "Io a questo punto, oltre che a vestirle, voglio prendermi le persone, voglio che anche le loro case, anche la loro vita sia più Gianni Versace ancora". Quindi passammo a toccare argomenti o cose che Gianni desiderava toccare, non fu mai un discorso economico la nascita di una nuova linea o la nascita di un nuovo segmento o l'allargamento della situazione... era sempre la voglia di un creativo, di un artista che voleva prendere nuove sfide. Per lui la sfida più importante fu quella di costumista teatrale. Gianni, quando nell'81 venne Russillo che era un innamorato delle cose di Gianni, a chiedergli... prima chiese se poteva incontrare Gianni, poi chiese se gli faceva i costumi per un balletto per la Scala, per una prima alla Scala, per una prima mondiale...., Gianni era entusiasta. Josephine Russillo temeva che Gianni le dicesse di no ma Gianni prese quest'altra sfida tanto è vero che dopo negli ultimi anni con il teatro e con tutto diceva che si divertiva più a fare il

teatro che a fare la moda... e poi Bejart e tutti i teatri del mondo, quindi un incrocio di situazioni straordinarie. Poi chiaramente il successo fu una moltiplicazione, l'apertura dei negozi, tutto quello che è più visibile, che a voi viene più facile vedere, però cosa sta dietro a tutto questo? Una grandissima organizzazione, un grande lavoro perché a Gianni quando chiedevano: "Il tuo successo?" lavoro, lavoro, lavoro. Il tuo successo: piacere di fare, gioia di vivere, allegria. Essere un rivoluzionario perché Gianni nella moda è stato un rivoluzionario. Io mi ricordo cosa scrisse la direttrice di Vogue in Germania nel '94 nel presentare la mostra di Gianni, la mostra sul lavoro di Gianni, sul teatro e tutto, per quanto riguardava il lavoro di Gianni Versace. Angelica Bretnics scrisse che Gianni Versace aveva fatto vedere alle donne che era possibile realizzare i sogni, ma aveva anche fatto vedere alle donne che si poteva andare ad altri sogni perché Gianni era andato a fare cose che erano oltre i sogni delle donne. A questo punto mi fermo, continuiamo e poi andiamo avanti con le domande. Grazie.

Giovanni Puglisi: Io vorrei ringraziare innanzitutto Vittadini e tutta l'organizzazione della Compagnia delle Opere per avermi consentito oggi di essere qui insieme al mio amico Santo Versace. Ed è oggi questo momento un po' difficile prendere la parola dopo l'intervento di Santo che ha dato una dimostrazione concreta di come si possono toccare le corde dell'eccellenza anche in un momento di quotidianità. Riprendere il discorso parlando di bellezza, di contemplazione della bellezza, di sentimento delle cose, di eccellenza all'interno di queste categorie è molto difficile dopo l'intervento di Santo. Lo faccio partendo da una citazione: "... se mai un momento della vita di uomo merita di essere vissuto, è quello che egli vive quando contempla la bellezza in sé." Questa citazione è tratta dal Simposio di Platone. Platone è noto, è più noto, è noto nelle scuole per essere colui che ha condannato l'arte, che ha condannato quindi tutto ciò che esprime creatività e genialità. Questo è sostanzialmente falso. Platone, almeno in due opere, nel Simposio e nel Fedro, ha esaltato la bellezza e nel passo che ho letto è evidente, ha esaltato la contemplazione: sembra tratto dal Simposio di Platone una parte del tema del Meeting di Rimini. La contemplazione della bellezza in sé. Ciò che respingeva Platone era l'imitazione, si direbbe che Platone temeva la cosa, le cose. La percezione delle cose come allontanamento dell'essenza della bellezza.

Il convegno, questa settimana riminese sembra riassumere splendidamente questi temi della classicità platonica. L'essenza della ricerca estetica della bellezza. Nella tradizione classica la bellezza era tutto: era la trama, era la struttura stessa della vita. Cito tre momenti di comune sentire, di grande conoscenza per dare concretezza a questa mia affermazione. Nell'antica Grecia, ricorderete tutti, almeno nella Grecia di Sparta, coloro che non erano belli, coloro che erano deformati, venivano buttati giù dalle rupe Tarpea. La bellezza era una caratteristica essenziale per la conquista della virtù, e che fosse questo l'ideale dell'antica Grecia e che si mescolasse la bellezza con la bontà, lo si ritrova nella teoria della cosiddetta calocagazia, cioè quella teoria che esprime la bellezza come epifania della bontà, non si può essere buoni se non si è belli, non si può essere belli senza essere buoni. Questo in qualche modo esprime

anche una verità, al di là dell'espressione che oggi suona abbastanza forte in una società della sussidiarietà anche umana, ed esprime la verità per cui la bellezza non è l'epifania della bellezza corporale, la bellezza a cui si fa riferimento nella tradizione classica è la bellezza dell'anima, è la bellezza in sé, è quella bellezza in sé di cui parlava Platone nel Simposio. La percezione delle cose quindi, secondo Platone e secondo la percezione classica, correva il rischio di allontanare dalla bellezza in sé e quindi la bellezza in sé costituiva qualche cosa, e vorrei dire costituisce qualche cosa, che in un certo senso è il punto di arrivo di un percorso di vita quotidiana che si esprime attraverso le cose belle. E' una cosa diversa parlare della bellezza, e una cosa ancora diversa parlare delle cose belle: la bellezza coglie l'unità, coglie la totalità della fruizione del bello, mentre le cose belle colgono il dettaglio. L'idea platonica della bellezza, la bellezza in sé, esprime la totalità dell'essere, e qui vorrei spezzare una lancia a favore del mio amico Marcello Pera: mi dispiace, non è vero quello che esprime Sartori quando dice che nella tradizione filosofica platonica non esiste l'idea di totalità, non esiste forse l'espressione "totalità", però tutta la dottrina platonica è ispirata all'idea di totalità, la stessa idea platonica in quanto tale è un momento della posizione della totalità, le idee di Platone esprimono un'unità sostanziale che poi nella prassi si rivela come un momento totalizzante dell'azione, quindi assolutamente corretta la posizione di Pera ed è assolutamente tendenziosa e faziosa la posizione di Sartori. Mentre le cose belle colgono il dettaglio e il dettaglio buca la sensibilità, buca nell'espressione della stampa, penetra la verità dell'essere. Il dettaglio è qualche cosa che in qualche modo ci avvicina alla moda, il dettaglio è un momento essenziale della costituzione della soggettività. Ambart, il semiologo francese, quando parlava della moda diceva che la moda consiste nell'imitare ciò che in un primo momento si presenta come inimitabile. Ecco qua l'esempio di vita vissuta che ci ha dato un momento fa Santo parlando di Gianni Versace. Gianni Versace è l'espressione concreta, vissuta di qualche cosa che nella sua immediatezza appare come inimitabile, ma nella tensione all'eccellenza diventa il simbolo vivente di un modello da imitare. Il nostro tendere all'eccellenza vuol dire due cose essenzialmente: avere coscienza della propria virtù, virtù nel senso greco, nel senso dell'aretè, l'aretè intesa come ricchezza interiore che si esprime attraverso la capacità di essere forti nell'azione, e insieme, la seconda caratteristica, quella di superare il gap tra teoria e prassi, tra fare e sapere fare. Gianni Versace è stato, da questo punto di vista, un modello emblematico, di colui che ha saputo mettere insieme il fare con il saper fare. Fare e saper fare non costituiscono due cose alternative, sono due facce della stessa medaglia: nella tradizione greca l'artista, il tecnites, non era diverso da chi faceva, la tradizione greca non conosce per l'espressione arte un'espressione diversa da tecne, l'arte era la tecne, era la tecnica, l'artista era il facitore, era colui che riusciva a creare mettendo insieme il modello che era nella sua mente con la capacità manuale della sua operatività. L'università italiana io credo che debba riuscire, se vuole tendere all'eccellenza, oggi debba riuscire a diventare una palestra che coniuga questi due poli. Eccellenza nell'università italiana vuol dire metodo e ricerca, metodo e ricerca sono i due assi cartesiani della formazione. Stare nell'università, si diceva un tempo, l'espressione antica latina era: "non scolae sed vitae discimus", oggi potremmo dire

che stare nell'università ha un senso soltanto se l'università riesce a darti delle coordinate essenziali per la tua vita morale, insieme soprattutto a quello che riesce a fare la famiglia, e prima a monte la scuola; e nello stesso tempo riesce a darti quella capacità di inserimento professionale che è la condizione per poterti situare nel viale dell'eccellenza. L'Italia è in fondo il paese dell'eccellenza, Santo ha ricordato il mondo della moda, ha ricordato Gianni, Armani, Zegna, Ferragamo; il nostro è un paese, io nella mia attività nell' UNESCO mi occupo dell'UNESCO in Italia, uso dire, è un paese che è un museo a cielo aperto. L'Italia è l'eccellenza nella musica, pensate che cos'è la lirica italiana nel mondo; l'Italia è un paese dell'eccellenza nel cinema, il cinema italiano è stato ed è un punto di riferimento sostanziale e non solo formale, spettacolare della tradizione cinematografica mondiale. Pensate che cos'è l'eccellenza mondiale nella letteratura, non vado molto lontano, non vado ai grandi, ai Dante ai Petrarca o ai Manzoni, cito alcuni nostri contemporanei da Pirandello a Sciascia, da Calvino a Gadda, da de Lampedusa a Vittorini, e che dire poi dell'eccellenza nel campo della filosofia? Noi abbiamo ormai l'abitudine, quando parliamo di filosofia, di ricordare quella che oggi si presenta come filosofia, quella dei filosofi d'assalto della sinistra contemporanea, eppure non ricordiamo che il 1903, e quindi un secolo fa, l'Italia ha visto pubblicato per i tipi dell'editore Sandron, l'Estetica di Benedetto Croce; e che dire poi di un personaggio poco noto come filosofo, più noto come pontefice in questo paese, papa Montini? Quanti ricordano che Montini è stato colui che ha aperto la cultura filosofica del nostro paese alla cultura maritainiana, alla cultura della persona? I tre riformatori di Maritain furono tradotti in italiano da Mons. Giovanni Battista Montini. Poi anche nel mondo della scienza l'Italia è stata ed è un punto di riferimento nell'eccellenza e nel patrimonio dell'umanità: da Marconi a Volta, a Meucci, ma anche nel campo della scienza della politica, da De Gasperi ad Altiero Spinelli. E infine anche nel campo delle esperienze personali di vita nostre: sono patrimonio dell'umanità sicuramente personaggi come Francesco d'Assisi, Papa Giovanni, Padre Pio, noi spesso ci dimentichiamo che sono anche espressione di una tradizione, di un'eccellenza italiana che riesce a coniugare la ricchezza e la mirabilità dell'eccellenza dell'individuo con la esemplarità di un percorso di vita. Io vorrei concludere questa mia breve introduzione ricordando una citazione di Santa Iana: "Percepire la bellezza è meglio che capire come arriviamo a farlo, possedere immaginazione e gusto, amare le cose migliori, essere trasportati dalla contemplazione della natura ad una vivida fiducia negli ideali: tutto ciò è più, molto di più di quanto qualsiasi scienza possa aspirare ad essere. I poeti e i filosofi che esprimono quest'esperienza estetica e che attraverso il loro esempio risvegliano la stessa funzione in noi, compiono un servizio all'umanità più grande e meritano l'onore più alto dei rilevatori di verità storiche. Il piacere più grande che otteniamo della riflessione deriva dall'esperienza sulla quale riflettiamo". Con queste parole che traggio da "Il senso della bellezza" di santa Iana, vorrei concludere questa mia prima sortita con quest'intervento dicendo che è questa l'eccellenza che vogliamo, a cui puntiamo e per cui lavoriamo. Grazie.



Moderatore: Adesso, dopo questo primo giro che ci ha permesso di vedere un percorso e capirne anche i fattori di giudizio, come dicevo, facciamo un primo giro di domande ai due nostri ospiti, per cui c'è il microfono e chi alza la mano, può chiedere. Facciamo un gruppo di domande, poi dopo...

Domanda: Io sono Paolo Massobo, sono un giornalista e mi occupo del made in Italy attraverso il gusto. Ho letto una sua dichiarazione, la domanda è a Santo Versace, in cui diceva che la bellezza è un contributo per la pace. Io ho conosciuto un ragazzo del Brasile che è uscito dalle favelas e mi ha raccontato che lui si è riscattato da questa condizione, dove molti suoi compagni erano destinati alla violenza, alla droga ecc. stando davanti al gusto del vino: è diventato un sommelier, oggi lavora in un grande ristorante e lì ho capito nel mio campo, quello del gusto, cosa voleva dire quello che lei ha dichiarato, che il gusto è per la pace nel mondo. Nella moda, cosa vuol dire?

Santo Versace: Quando noi puntiamo al bello, nel momento in cui si guarda al bello, alla natura, a qualunque cosa, saltano fuori gli elementi positivi di ognuno di noi, ci si eleva: e in quel momento la negatività sparisce, perché dentro ognuno di noi molto spesso ci sono tante strade, e dipende dai fattori personali, ma dipende anche dai fattori contingenti; però se lavoriamo veramente per il bello...E quando dico il bello intendo, più di ogni altra cosa, la bellezza interiore, perché oggi ripetutamente la domanda: che cos'è la bellezza? La bellezza è un fatto interiore, è l'equilibrio, è l'essere in pace con se stessi, è avere la gioia di vivere, è il piacere di lavorare. Inteso in questi termini, che allarga il concetto, nel momento in cui si punta alla bellezza e ai fattori della bellezza, sicuramente la persona esprime solo i fattori positivi, cancella le proprie negatività e questo, chiaramente, è un contributo alla pace.

Domanda: Io mi chiamo Emanuele, sono un volontario del Meeting. Oggi sono rimasto particolarmente colpito, e sono molto curioso di capire da dove nasca, che cosa voglia dire quello che ho trovato scritto in una scheda che in conferenza stampa ho avuto occasione di leggere, nella quale è citata una poesia di Peguy che penso dottor Versace abbia scelto perché era appunto una scheda di presentazione di quest'incontro. Questa poesia, di cui leggo proprio un brevissimo brano, mi ha colpito molto e volevo capire per quale motivo l'ha scelta e che cosa vuole dire: "Un tempo gli operai non erano servi, lavoravano, la gamba di una sedia doveva essere ben fatta, era naturale, era inteso, era un primato. Non occorre che fosse ben fatta per il salario o in modo proporzionale al salario, non doveva essere fatta per il padrone, né per gli imprenditori, né per i clienti del padrone, doveva essere ben fatta per sé, in sé, nella sua stessa natura". Ecco, in particolar modo per un imprenditore, quando la poesia dice di un modo di lavorare, di un'idea di lavoro che mi ha colpito e mi interessa. Mi piacerebbe capire che cosa vuol dire, perché appunto lo ha scelto.

Santo Versace: Qui le frasi dicono abbastanza chiaramente quello che si vuole intendere, però il concetto più chiaro è che è l'amore per il lavoro, il piacere di lavorare, il piacere di realizzare, un termine che adesso usiamo essere professionista fino in fondo. Il concetto della bottega dell'artigiano del Rinascimento, dove si

andava per imparare e per apprendere e si ringraziava, ma l'ho preso anche per un altro concetto, perché in questo momento c'è qualcosa che, non dico che mi turba, però non mi piace, ci sono in questo momento troppe tensioni, troppi scontri, e un po' secondo me derivano dal fatto che si è voluto fare dell'imprenditore il nemico, si è voluto fare dell'azienda il nemico, e si è creato un meccanismo dove praticamente alla gente si è detto per tanti anni: il lavoro è una roba brutta, chi ti dà lavoro non va amato, va odiato. Insomma ragazzi, non voglio esagerare però in certi momenti ci si mette a riflettere, abbiamo spinto la gente a odiare il lavoro, a odiare chi gli dà il lavoro, questo è troppo grave, è una cosa che non posso assolutamente accettare.

Domanda: All'origine della vostra intrapresa c'è stata sua madre, che voleva fare il medico, ma poi l'ha fatto in un altro modo, vestendo le persone. Come è stato determinante questo nella vostra vita e come oggi vi sostiene quest'educazione?

Santo Versace: E' stato determinante perché chiaramente Gianni secondo me era un genio e a volte si dice anche di qualche grande atleta che eccelle nello sport, che avrebbe dovuto eccellere anche in altri sport. Quindi Gianni comunque resta un genio. E' stato instradato verso la moda, verso l'abbigliamento, verso il vestire perché chiaramente si è ritrovato in quell'humus, come sappiamo quel terreno fertile genera il clima e in certe situazioni certe piante nascono in un certo modo. Chiaramente mia madre e mio padre sono stati determinanti in una maniera straordinaria su di noi, ma per un fatto che, non ne ho quasi mai parlato ma è straordinario, perché erano due persone che amavano il lavoro sopra ogni cosa. Cioè mio padre fino al 1970, cioè prima che io partissi militare, lavorava tutti i giorni della settimana poi gli proibirono di lavorare la domenica, ma era forse il giorno di maggior lavoro per lui la domenica. Chiaramente si fermava a Ferragosto, a Natale, cioè non arrivava a 10 giorni di fermo l'anno. Noi abbiamo avuto una grande fortuna che quando nacque la mia prima sorella, che è morta giovane a 10 anni nel '53, una figlia di una sorella di mia madre venne a vivere con noi in casa per aiutare mia madre che aveva il lavoro e tutto il resto, e non è più uscita di casa nostra. È entrata in casa nostra prima che nascessi io, oggi è l'unica persona che vive in casa nostra a Reggio Calabria, la casa in cui c'erano mia madre e mio padre, io, Donatella, Gianni e tutti. E la casa, siamo scesi di numero, la casa, la stessa casa è aperta solo per lei. Quindi ho avuto anche questa fortuna di aver avuto anche un'altra persona in terra che ci curava e permetteva di vedere mia madre lavorare sempre cioè arrivare a mezzanotte e alzarsi alle 5 del mattino, non fermarsi mai perché bisognava fare, bisognava rispettare gli impegni. Quindi questo è stato un esempio incredibile. È una cosa su cui scherzo sempre e dico sempre che ci sono rimasti pochi testimoni, e fra un po' non ci sarà più nessuno. Il dicembre '50, molti anni fa, il dicembre '50 io feci 6 anni e mio padre mi disse: "adesso sei grande puoi cominciare a lavorare" è chiaro che andavo a scuola, è chiaro che facevo le altre cose, ma nel tempo libero andavo in negozio da lui, e la tabellina del 6, che era il prezzo al chilo del carbone vegetale a quell'epoca al dettaglio, perché facevamo anche l'ingrosso, fu la prima tabellina quella che sapevo più facilmente.

Per cui io ho cominciato a lavorare 52 anni fa e sinceramente non mi sento per niente sfruttato. Sono grato a mio padre per questo.

Moderatore: Vorrei fare una domanda che sembra frivola ma mi sembra abbia a che fare con il tema della bellezza. Come nasce la moda? Come una grande casa immagina cosa può piacere alla gente e cosa può essere un bene per la gente, come abbiamo detto prima, nel vestirsi?

Santo Versace: mi farebbe piacere che a questa rispondesse Giovanni Puglisi. Perché lui praticamente lo può vedere a 360°. Quando finisce lui poi ti parlo vista da Gianni Versace.

Giovanni Puglisi: Ringrazio Santo ma certamente lui dal di dentro potrebbe essere più efficace di me che studio la moda accademicamente. Quindi sono meno esperto del di dentro. Però posso provare a dare una risposta. La moda non è mai un qualcosa che si stabilizza nel tempo. La moda ha la caratteristica della fugacità. E la fugacità della moda si determina proprio dall'osservazione della realtà che la circonda, perché la moda è l'espressione del suo tempo e spesso registra le evoluzioni del tempo. L'abbigliamento, se voi considerate che cos'è l'abbigliamento di oggi e cos'è l'abbigliamento degli uomini del '600 o del '700, ognuno di questi due si situa in tempi diversi. Le realtà esprimono le loro mode. Le mode condizionano le realtà del loro tempo. La moda nasce dalla curiosità di cambiare, nasce dal bisogno di imitare, nasce dallo sforzo di eguagliare. Spesso la moda, almeno in un certo periodo, è stata il tentativo di classi meno agiate di imitare ciò che facevano le classi agiate. La moda ha sempre dato un qualche cosa in più a quello che era il gusto di quel tempo portandolo un tantino più avanti. E quindi da questo punto di vista la moda rispecchia il proprio tempo ma fa sempre un passetto avanti rispetto al tempo in cui è. Il passetto avanti non è detto che poi non sia qualche volta un ritorno al passato. C'è una splendida filastrocca che dice che ciò che un anno è azzardato 10 anni dopo è di moda, 20 anni dopo è fuori moda, 50 anni dopo è gustosamente di ritorno di moda 100 anni dopo è stupendo. Ecco quindi lo stesso oggetto può diventare nel tempo la registrazione del passare del tempo. In fondo la moda non è nient'altro che la registrazione del tempo che passa. Tant'è vero che un filosofo tedesco Theodor Wisengrund Adorno dovendo parlare di una forma musicale, il jazz, dovendola definire nella sua continuità atemporale, senza tempo, la definì moda senza tempo. Dire una moda senza tempo significa dire qualche cosa che si colloca senza mutazioni. La moda di per sé è la mutazione nel tempo delle mutazioni dei gusti dei costumi delle abitudini delle culture delle intelligenze e anche delle genialità degli stilisti.

Santo Versace: Io ho girato subito la domanda perché ho letto e riletto i "Modi della Moda" un libro che regalo spessissimo. Un libro che ho letto, che ho fatto leggere a mia figlia e che praticamente regalo costantemente perché è di facile lettura e di facile comprensione. Ma tornando all'aspetto pratico, perché l'aspetto culturale è già

stato anticipato, l'aspetto pratico come nasce? Nasce chiaramente, noi abbiamo un bellissimo lavoro per far vedere ai nostri direttori per farli entrare dentro come nasce la scarpa. E addirittura abbiamo visto ieri sera il filmato, ma ancora non è pubblico, per cui praticamente abbiamo visto il processo che nasce dall'idea della direzione artistica in azienda, il passaggio agli assistenti, agli stilisti, ai disegnatori, il passaggio del prodotto alle persone, il passaggio ai tecnici che vedono di trasformare, perché l'idea dello stile può essere inapplicabile, quindi va trasformata. I tecnici dell'azienda devono vedere se è realizzabile, realizzabile nel senso del tendere all'eccellenza, della qualità. Perché uno può avere un'idea genialissima fantastica, ma non realizzabile o realizzabile come pezzo unico. Quindi ci sono dei limiti nel fare la moda, perché noi quando parliamo di moda intendiamo il pret à porter, le robe ripetibili, l'artigianato industrializzato. Questa è stata la grande forza dell'Italia e questa è stata l'eccellenza dell'Italia: la capacità di fare tutto con una qualità superiore a tutti gli altri. Non ci scordiamo un fatto perché molto spesso parlando dell'Italia, di Milano poi ci si confronta con Parigi: la maggioranza dei prodotti che portano i marchi francesi e che i francesi poi vendono nel mondo è fatta in Italia. Ma anche di tanti americani importanti. Questo è molto importante, questo fa vedere la cultura vista come capacità di fare, come manualità, è un fatto, è un primato straordinario. Sta a noi mantenerlo e per mantenerlo bisogna far sì che la gente torni ad amare il lavoro, torni ad amare al vita. Perché il lavoro è la vita.

Giovanni Puglisi: Dovendo il Ministero degli Esteri italiano decidere un tema da affidare agli istituti italiani di cultura per lanciare l'immagine, l'eccellenza dell'italianità nel mondo per il 2003, 2004 ha deciso proprio di lanciare la moda italiana nel mondo. Cioè è stato il primo anno che il Ministero degli esteri ha dato un tema alle sue rappresentanze culturali nel mondo e ha ritenuto di dare proprio il tema della moda come primo tema. Perché la moda mette insieme creatività e profitto, intelligenza ed economia, cultura e design. Cioè la moda è quella caratteristica tipica dell'italianità, ed è stata l'ultima battuta di Santo che mi ha fatto venire in mente questa questione della proposta italiana della moda nel mondo. Cioè la moda è di tutte le diverse tipologie di creatività e di genialità italiana quella che più emblematicamente rappresenta l'incontro tra la cultura, l'impresa, la creatività e il profitto. Questo proprio perché la nostra immagine nel mondo, è nota per la cucina, è nota per il cinema, ho citato nel mio primo intervento un elenco di campi per cui noi siamo noti, però nel mondo contemporaneo, dal Giappone agli Stati Uniti, dalla Svezia ai paesi del Nord dell'Africa cioè perlomeno nelle parti più raffinate di quei paesi, la nostra presenza si caratterizza proprio per la creatività di moda. Dove la creatività non è soltanto il segno del tempo che passa, ma è anche il segno della creatività italiana, nel tempo che passa, di riuscire sempre a tenere dritta e ferma la barra dell'eccellenza. Nella moda l'Italia è sempre stata la prima e continua ad esserlo nonostante i tentativi del mondo americano, del mondo francese, di altri mondi che vengono anche in qualche caso dall'Estremo Oriente di essere competitivi. Ecco quindi la grande eccezionalità della moda. Tendere all'eccellenza proprio nella moda emblematicamente raggiunge l'obiettivo numero uno. Tant'è vero che

poi sempre il Mistero degli Esteri per l'anno successivo ha proposto le culture regionali. Cioè tutto ciò che caratterizza la diversità italiana nella sua unità di proposta. Però il primo anno è stata la moda. Perché la moda almeno negli ultimi '50 anni per quanto riguarda l'Italia non è mai tramontata.

Domanda: Mi è parso evidente dalla vostra storia, dai vostri interventi, che il tema dell'eccellenza è nato da una sensibilità alla bellezza. È scontato che la moda educi a questa sensibilità? E se non è scontato voi come fate a tenere d'occhio questa sensibilità o comunque questo tipo di educazione, questo obiettivo? Perché altrimenti è facile andar dietro a quello che il gusto vuole o il mercato vuole.

Giovanni Puglisi: Io credo che la moda non abbia il compito di educare. La moda registra, stimola, suggerisce, provoca; che poi tutto questo abbia come effetto secondario il suscitare nelle coscienze individuali fenomeni che in qualche modo possono richiamare a processi educativi questo non lo escludo. Ma la moda in quanto tale non ha una funzione educativa. La funzione educativa poi la possono avere le grandi griffe, le università, le accademie di moda che svolgono attraverso una alta qualificazione del personale, che inseriscono nei processi produttivi della moda un prodotto di qualità che poi induce a riflessioni su determinati fattori, ma non credo che la moda abbia una funzione di per sé e autenticamente educativa. È il rispecchiamento nella bellezza che induce una riscoperta educativa del fenomeno della moda, ma non è di per sé. È nella dimensione del rispecchiamento, questa è la mia opinione perlomeno.

Moderatore: Volevo fare un'ultima domanda a Santo Versace, perché conoscendolo sono rimasto colpito, data pure questa questione che è stata detta adesso, dalla statura oserei dire morale della persona, dell'impegno civile, della passione umana. E in particolare volevo fargli una domanda un po' interessata, perché ho sentito alla conferenza stampa che ha detto, sentendo anche quello che ha detto Arbore, che anche a lui piacerebbe che suo figlio fosse di CL, facesse parte di questa realtà. Allora quello che volevo chiedergli è perché di questa frase? Cioè che cosa sente come sintonia nella passione ideale che abbiamo noi nel fare un lavoro che è un lavoro come quello che lui fa?

Santo Versace: senza prendere la canzone "se stasera sono qui...". Arbore ha espresso chiaramente quello che potrebbe essere lo spot di come vedo io i ciellini. Li vedevo prima a maggior ragione li vedo adesso che ho trascorso un giorno e mezzo qui tra di voi. Ho detto prima che mia madre e mio padre ci hanno dato un esempio straordinario di lavoro, di grinta, di impegno, gioia di vivere e di allegria. E questo è quello che vedo nei ciellini io. Cosa vedo? La voglia di fare. La voglia positiva, non la protesta, il fare, non la rabbia, il desiderio. Quindi tutti obiettivi positivi. Praticamente, l'ho detto prima ma diventa di Arbore perché l'ha espresso pubblicamente, ma io privatamente in occasioni diverse ai ciellini ho ripetuto sempre questo concetto: perché vengo a Rimini? Perché ho sentito l'etica, la morale, il

piacere, la gioia di vivere, l'allegria. E più le cose sono difficili, più la gente soffre più vanno trasmesse l'allegria e la gioia di vivere. Quindi è per questo che ho detto stamattina che condivido quello che ha detto Renzo Arbore in pieno.

Domanda: Io sono Benedetta mi sono appena laureata all'istituto Marangoni per l'abbigliamento e volevo fare una domanda. Io nell'ambiente che ho trovato a scuola, per quello che ho potuto vedere dell'ambiente moda rispetto all'educazione posso dire che è mancata proprio un'educazione al bello. Ci hanno proprio educato a fare qualcosa che facesse scena, a lavorare facendo meno fatica possibile. Volevo chiedere, poi nella vita reale, poi nel mondo conta ancora questa voglia di trasmettere qualcosa di bello, di comunicazione o si è proprio ripiegati a una questione di mercato e di vendita?

Santo Versace: il discorso è molto lineare. Per fare le cose belle ci vuole impegno e ci vuole grinta e per far lavorare bene, per ottenere dei risultati o il successo, come dicono alcuni, bisogna farle proprio belle e creative. Poi è chiaro che devono essere compatibili, ci sono degli equilibri. Poi è chiaro che anche all'interno degli equilibri del pret a porter c'è una parte della collezione, si può aggirare intorno al 10-20% che è meno facile, è più bella, più creativa ma fatta in numeri minori. Però non si rinuncia al bello e al creativo e non si appiattiscono le collezioni, altrimenti si sparisce dal mercato e si passa in un altro tipo di target. Cioè non facciamo confusione fra chi punta soltanto a fare numeri o altro e chi ha piacere ancora di creare. Quindi non so cosa avete fatto voi di specifico all'interno, sai ogni cosa è relativa, però sinceramente senza la spinta al bello, senza la spinta alla creatività non se ne fa molta di strada.

Giovanni Puglisi: Questa mia riflessione nasce dall'ultima battuta di Vittadini verso Versace. Io è la prima volta che vengo al Meeting di Rimini e debbo confessare che sono rimasto davvero entusiasta. Io sono stato educato negli anni '50 e '60 per tutta la mia formazione fino alla fine del liceo dai Salesiani. Erano anni difficili quelli. Erano anni nei quali abbiamo vissuto e abbiamo sentito esperienze drammatiche. Ricordo fra tutte ancora come se fosse oggi l'invasione dei carri armati in Ungheria, l'invasione sovietica. E allora quello che ci teneva fermi e uniti era una forte convinzione che in fondo il mondo avrebbe potuto essere migliore. In quegli anni qualcosa ci è mancato, però, e ci è mancato qualcosa che ho ritrovato invece oggi qui tra di voi. Ci è mancata la coralità. Allora stavamo più chiusi nelle nostre classi, nelle nostre chiese, nelle nostre scuole. Ci è mancata quella forza morale di fare, e la determinazione al fare che voi oggi avete. E anche questa è eccellenza. Non perdetela mai, non acquistate mai il gusto dello stare dalla parte di chi governa, mantenete sempre il gusto di stare dalla parte di chi non governa. Perché è la parte che riesce a cogliere e a vedere il senso e la dimensione dell'umanità, e riesce a vedere anche l'eccellenza sempre come una meta. Riesce attraverso la percezione delle cose a cogliere costantemente la contemplazione della bellezza. È questo il grande scarto e

la grande forza di Comunione e Liberazione. Ecco da parte di chi per la prima volta vi incontra in questo modo fatevi dire che vi ringrazio e vi ammiro.

Moderatore: Allora traggio tre conclusioni brevi da questo incontro, personali. Primo registro innanzitutto personalmente e a nome di tutti, la profonda sintonia umana con il prof. Puglisi e con Santo Versace. Mi è già capitato negli anni scorsi in incontri analoghi ma ogni volta è una cosa nuova. Pensavo all'incontro con Umberto Agnelli in cui ci parlò di suo figlio, e qui appunto con Montezemolo che ci parlò con entusiasmo della Ferrari. Il punto di partenza è questa sintonia umana. Capita sempre qualcosa, un incontro non è mai scontato. Quando capita così, questo è stato veramente un incontro. E un incontro è qualcosa che nessuna premessa può far prevedere. È una novità, è la nostra cultura, perché la nostra è una cultura, è anche un pensiero, non è vero che è una prassi, è la cultura dell'incontro, è la cultura dell'avvenimento. Due persone quando si incontrano generano qualcosa di assolutamente nuovo. Questa è la premessa fondamentale, perché se no c'è chi pensa che la novità sia il pensiero che vien dopo la realtà, come se la realtà fosse di meno. Per noi la realtà è sempre di più e il pensiero deve aiutare la realtà, e una realtà nasce da un incontro. Allora da queste tre cose, primo sintetizzando quello che è stato detto, il significato uno non lo può prendere da fuori. Si parlava a tavola: Marx parlava di alienazione. L'alienazione quando il significato uno lo vuole dai soldi, dal potere, dalla classe. Il significato lo voglio io come veniva detto nell'incontro. Il significato l'ho addosso io, il significato è qualcosa che mi porto io, nessuna lotta politica, nessun potere mi potrà dare un significato che io, come Io, come realtà traggo. Questo è il fattore per cui io non sia alienato dalla realtà. Secondo: da dove lo traggo? Questo significato lo traggo dalla realtà, dall'incontro, dal guardare questa realtà, tipica della moda perché, come si diceva anche prima a tavola e qui è venuto fuori: uno per inventare moda deve guardare, deve vedere; magari trova un particolare, lo prende, lo trasforma. Ma per guardare questa realtà e qui mi rifaccio al primo intervento del prof. Puglisi e a quello che diceva Santo Versace, devo aver dentro qualcosa perché uno che guarda ma ha una scamorza dentro al suo cuore non vede niente. Perché uno è un Versace e un altro è uno che non vede niente? Ma perché dentro ha qualcosa, perché è stato educato, perché il suo cuore è grande. Io tra l'altro traggo il fatto di questa meridionalità positiva che si vede. E qui, quindi, leggerò con attenzione questo libro, perché tutto il tema di cui ci ha parlato, di questa educazione al bello è ciò che vien prima. Allora voglio dire che questo significato non alienato è una corrispondenza che trovo nella realtà, qualcosa di cui son fatto e che rivedo, e la nostra cultura non può fare a meno né dell'uno né dell'altro. Né di ciò che porto dentro al cuore né di ciò che vedo. Se manca una delle due cose non c'è conoscenza, non c'è educazione alla bellezza. Ma la terza cosa è questo termine "lavoro" così caro anche alla nostra esperienza. Perché non sarebbe nulla una coscienza che non si sporca con la realtà: in fin dei conti anche noi diamo fastidio perché vogliamo sporcarci con la realtà. Vogliamo non limitarci a fare cesti di vimini o a fare poesie sul bordo di una collina mentre c'è il tramonto, ma parlare di economia, di banche, di lavoro, di giovani, di politica secondo quelle due caratteristiche che sono emerse:

questa positività per cui ti butti dentro. Tutto l'intervento di Versace era ricchissimo di questo desiderio di fare, di costruire, questo istinto positivo. Giussani una volta ha parlato "ingenua baldanza". Quella che abbiamo sentito oggi di questo aspetto. Anche noi sappiamo che la realtà è dura è faticosa e noi siamo pieni di errore, ma questa positività è il lavoro. Questa indomabilità, questo ricominciare. Chissà quante sconfitte, quante difficoltà in un'impresa come quella della moda. Eppure sempre ricominciare, sempre migliorare. Dall'altra parte l'ultima cosa detta dal prof. Puglisi, la coralità. In fin dei conti positività e coralità in questa manualità, creatività, profitto, in questa totalità: vuol dire che tutto noi è dentro il tentativo che la conoscenza che abbiamo avuto si muova nella realtà, cerchi di trasformarla, cerchi di migliorarla, tutto quello che abbiamo, poi dopo si può nel tempo capire quali sono i fattori. Ma è l'impeto di usare questa corrispondenza, questa bellezza che abbiamo nel cuore, questa positività che abbiamo, questo ideale, per rendere migliore qualunque cosa abbiamo: che uno faccia il cuoco, il garzone o che sia anche un creatore di moda. Allora io dico che queste tre caratteristiche un significato che è nostro, una corrispondenza e una trasformazione della realtà, queste caratteristiche di questo incontro sono anche quelle che ci accompagnano nella continuazione di questo Meeting in tutto il nostro agire. Un impegno che, giustamente diceva Versace, è così contrario ad una cultura che è fatta di dubbio, è fatta di nulla, è fatta di incertezze, è fatta di sporcare, come ha fatto oggi Scalfari, della propria nullità la ricchezza degli altri. Grazie.