

M A T T E O M A R Z O T T O

intervista di Simone Gismondi

foto di Sandro Michahelles

Ho incontrato Matteo Marzotto nel suo *headquarter* milanese in una soleggiata giornata di dicembre ... ecco quello che mi ha raccontato.

Per favorire la competitività italiana, dalla fusione tra Fiera di Rimini e Fiera di Vicenza, è nato Italian Exhibition Group, di cui lei è vice presidente esecutivo. Anche in questo settore per competere ed essere un 'player' globale è fondamentale l'aggregazione? Qual è lo scopo di questa nuova realtà?

La nostra è una piccola grande organizzazione. Abbiamo fatto questa unione per primi in Europa, nonostante le organizzazioni fieristiche siano espressione dei territori. Malgrado l'Italia soffra spesso di localismi, sono certo che questa operazione abbia portato un grande vantaggio competitivo.

Abbiamo integrato due società sane, redditizie, ben patrimonializzate, capaci, ma soprattutto proprietarie di eventi fieristici

che rappresentano filiere del Made in Italy formidabili. Abbiamo fiere con un'altissima reputazione internazionale, espressione di comparti molto importanti sia per il numero degli addetti sia per la creatività che esprimono; mestieri molto belli in assoluto.

E rispetto ai vostri competitori, come vi muovete?

La vera differenza rispetto ad altri nostri competitori è che noi, oltre ad affittare il metro quadro, lo riempiamo di contenuti nostri, per prodotti che gestiamo noi direttamente. Naturalmente, come in tutta l'economia del mondo, c'è il cliente finale, al quale noi forniamo i contenuti mettendogli a disposizione tutto un sistema tale che, sia nei giorni di fiera sia nei collegamenti durante tutto il resto dell'anno, possa essere facilitato nel creare operazioni di business.

Una fiera non si fa semplicemente avendo un bel quartiere espo-

sitivo, ma si fa avendo tante idee e una certa autorevolezza.

Sviluppando questi 'players' del settore fieristico l'Italia può diventare un hub importante del settore fieristico, dalle manifestazioni più di nicchia a quelle più di massa.

Nel caso di Vicenza Oro curiamo molto i dettagli e la ricerca di prodotti eccezionali, infatti, può essere considerata la 'boutique della gioielleria'; mentre Sigep - Salone Internazionale di Gelateria, Pasticceria, Panificazione Artigianali e Caffè che si svolge nel polo espositivo di Rimini - è la manifestazione del settore più grande al mondo anche dimensionalmente. Diciamo che un organizzatore come noi deve essere un 'player' industriale, un organizzatore di prodotti e deve metterli in campo nel modo migliore, per servire al meglio le filiere dell'Italia.

Considera che il 70% dell'export italiano è intermediato da mo-





menti fieristici, e tra questi sono comprese le *fashion week* e il Pitti Uomo.

Ci sono analogie tra il settore orafa e quello della moda? Il cliente finale è lo stesso?

Io credo che sia obbligatorio continuare a stimolare l'industria della gioielleria affinché si senta a tutti gli effetti ed a pieno diritto parte integrante del fashion. Non c'è un oggetto più di moda del monile o del decoro di se stessi, in particolare con metalli e pietre preziose. Io sono stupito che sia così lento da raccontare, forse per disabitudine, che la gioielleria

sia un prodotto di moda. Se consideriamo un prodotto di piccola pelletteria o una borsa, un prodotto di grande moda, come si fa a non considerare di moda degli orecchini, un *collier* o un anello?

Però ancora si è poco propensi a considerare il gioiello come un oggetto di moda.

Io credo che la filiera della moda parta dai filati e arrivi ai prodotti finiti più belli, che vanno sulla persona come una sorta di miglioratori di vita, per poter esprimere se stessi in un certo modo. Quello che è incomprensibile è come la filiera del gioiello non sia sempre

stata nel sistema della moda. Adesso con questo termine sono considerate prevalentemente le sfilate di abbigliamento, invece la moda è fatta di tante cose; anche saper mettere insieme gli oggetti rende le persone di moda.

Riallacciandoci al discorso delle aggregazioni, in Italia non si è riusciti a fare un polo del lusso, della moda come Oltralpe. È un problema come diceva prima di 'campanili' oppure è mancata una visione più ampia.

Non saprei. Ad un certo punto sembrava che almeno due o tre gruppi di dimensioni ragguarde-

voli riuscissero ad aggregarsi ancora, tra cui anche noi in certi momenti della storia della società, ma non è avvenuto. Lo dico con una punta di agrodolce: credo che gli italiani siano degli incorreggibili individualisti e non penso sia stata questione di ambiente di riferimento, di norme, di sistema bancario se nessuno ci è riuscito. Io credo che tra gli italiani ci sia sempre un buon tasso di competitività e un buon tasso di autonomia. Tutti parlano da anni di sistema, senza che nessuno in realtà lo faccia. Non saprei dare un parere diverso da questo, che, mi rendo conto, è un po' generico. Gli italiani sono quelli che hanno inventato prima e con maggior efficacia il sistema moda e dagli anni '60 in poi siamo stati più bravi, più prolifici, più fertili, anche nella creazione dei brand della moda, rispetto ai francesi. Poi però loro hanno voluto e saputo prendere il pallino in mano e creare grandi poli del lusso a livello globale, e in particolare mi riferisco a due grandi visionari, due uomini geniali, che ammiro molto; come ammiro del resto tutti gli imprenditori che negli anni hanno saputo creare valore.

La sua esperienza professionale è radicata nel mondo del tessile e della moda, si completa con incarichi istituzionali uniti a un forte impegno sociale. Qual è il progetto lavorativo di cui va più fiero?

Il tempo all'interno del Gruppo Marzotto, di Valentino, è stato un tempo meraviglioso ricco di sfide incredibili in un mondo molto diverso da quello di adesso, seppur siano trascorsi solo nove anni. Anche questi ultimi quattro anni passati alla Fiera, anche se più istituzionali, sono stati molto significativi. Per fortuna ho potuto lavorare con un taglio da imprenditore, avendo degli ottimi azionisti che ti permettono di lavorare molto avendo una visione e degli obiettivi da raggiungere.

Il miracolo della mia vita, quello che sto vivendo tutti i giorni è stato probabilmente la crescita della Fondazione per la Ricerca sulla Fibrosi Cistica. È vero che è un tema familiare, ma non è automatico il fatto che se uno ci mette tanto affetto, ricordi, amore poi funzioni così in modo straordinario come di fatto funziona. Un'altra esperienza formidabile è stata vedere la nascita e poi il successo del Premio Gaetano Marzotto per l'innovazione per quelle che io chiamo 'neo aziende creative italiane', fatto nel ricordo di mio nonno e di mio zio.

Poi c'è anche Dondup ...

Questo *turn around* di Dondup è meraviglioso, con un progetto fantastico. L'azionista di riferimento è L Catterton, un fondo internazionale, dove io ho trovato persone che hanno completamente stravolto il concetto di finanziere, con degli ottimi manager con una visione industriale. Io ho investito con loro e quando vorranno continuerò a farlo. Poi nei miei investimenti personali mi piace fare cose belle e utili, come ad esempio un piccolo investimento in una *start up* di biotech medicale ad alto rischio, ma che se funziona è uno *step up* importante nel mondo dell'oncologia e quindi può portare benefici a tutta la collettività.

L'attività a cui è più affezionato e che la vede impegnarsi in prima persona è quella della Fondazione per la Ricerca sulla Fibrosi Cistica.

Nella Fondazione mi spendo anima e corpo, perché credo abbia un senso rispetto alla storia di mia sorella e rispetto a tutti quei ragazzi malati ed alle loro famiglie. Quando abbiamo iniziato nel 2008, in piena crisi, raccoglievamo un milione e 580 mila euro, nel 2017 siamo arrivati vicini a 4 milioni. Dal 2008 ad oggi il paese ha

perso 12-13 punti di PIL, si sono stravolte le fasce sociali, ma noi abbiamo aumentato la raccolta di 2,5 volte. Abbiamo tantissime attività dedicate alla raccolta fondi e raccogliamo circa 600 mila euro con il 5x1000. I risultati sono avvenuti con grandissimo impegno e grazie all'autorevolezza nella parte scientifica.

Qual è il ruolo dell'imprenditore oggi?

Mio nonno, che è stata la persona che ho più ammirato per il coraggio, per la visione che ha avuto, in tempi assolutamente diversi da quelli che stiamo vivendo, ha detto e scritto per una vita che l'imprenditore ha l'obbligo di creare ricchezza affinché sia distribuita, ma ha il diritto di guadagnare bene. Questa lezione non l'ho mai dimenticata.

Io penso che chi rischia il proprio lavoro, i propri soldi e alimenta una visione, se questa è positiva e genera ricchezza, debba essere condivisa. L'imprenditore che crea benessere dovrebbe continuamente creare nuove *venture* affinché la filiera dei beneficiari di questo valore si allarghi. Il mecenate vero dà un esempio, rilascia cultura, rilascia un modo di vivere che può essere d'esempio per i giovani.

Gli uomini che si spendono per rilasciare qualcosa di positivo sono uomini che si meritano di essere raccontati, piccolo o grande che sia il racconto.

Poi io credo che ognuno di noi sappia dove finisce il saper stare al mondo e inizi la vanità, e dove finisce la vanità buona, quella positiva e simpatica. Ognuno di noi dovrebbe avere l'orgoglio di camminare a testa alta.

Nell'abbigliamento esiste uno stile Matteo Marzotto?

Prevalentemente mi vedrai con una giacca, con un blazer. Spesso indosso dei vestiti gessati perché mi piacciono e, molto spesso, i

vestiti sono doppiopetto. Per la mia storia personale e per i lavori che ho fatto, ho maturato una mia sensibilità e naturalmente ho una certa conoscenza dei tessuti e dei volumi. Difficilmente mi si vedrà vestito in modo appariscente. Per esempio c'è molta gente che durante le varie *fashion week* o le grandi manifestazioni della moda che siano a Firenze, Parigi, Londra, New York oppure a Milano, vuole esagerare; è improbabile che mi si veda farlo o seguire la moda del momento. Io sono curioso, ma sono abbastanza confortevole in alcuni panni e non in tutti. Direi che saprei consigliare come vestirsi ad un mio amico.

Nel suo bagaglio a mano cos'è che non manca mai?

Il blazer, le calze scure, meglio se blu, poi onestamente non manca mai una cravatta e delle camicie che possono avere anche delle micro fantasie.

Cravatte milanesi, napoletane o entrambe?

Non ho preclusioni per nessun tipo. Ad esempio Genova ha una tradizione di eleganza maschile fantastica ed in particolare ha dei cravattifici storici molto conosciuti per chi ricerca una certa eleganza. Tradizionalmente 'il genovese' è un nodo piccolo, come quello che ho oggi. Non bisogna essere rigidi, non esistono diktat. Il concetto per cui trovo la moda affascinante è come proietti la tua immagine all'esterno, questa deve essere confortevole. Ad esempio oggi indosso un blazer doppiopetto con i bottoni in madreperla, ma non lo metto tutti i giorni. Il fondo (dei pantaloni ndr) è 19,5, in certi periodi vedi la gente che ha 18 scarsi, ma io non biasimo nessuno, dico quello che diverte a me. Questi sono dei pantaloni che avranno 25 anni, perché io degli abiti tengo tutto non butto mai via niente.

Quindi i suoi pezzi iconici ...

Il pezzo iconico per eccellenza è il blazer. Sono più interessato all'utilizzo dei tessuti; io prediligo quelli battuti e abbastanza pesanti. D'estate puoi avere anche un tessuto di lana più pesante in valore assoluto, se però il tessuto ha avuto una certa lavorazione – con i filati molto torti, con molti giri di rotazione oppure strutture di un certo tipo come ad esempio le tele – saranno più freschi degli abiti leggeri che fanno tanto moda, ma che a fine giornata sono tutti stazzonati.

I principi cardine dell'eleganza classica rimangono immutati?

Ci sono uomini oggettivamente eleganti, ma un'altra persona nei loro panni non farebbe la stessa figura. Il bello di questo mondo sono proprio le sfumature, i particolari che a volte non riesci neanche a spiegare. Oppure a volte si vedono uomini in begli abiti blu, con le calze giuste, delle scarpe meravigliose, eppure non hanno armonia, c'è qualcosa che stona. Il saper indossare e sentirsi a proprio agio è altrettanto importante.

Il concetto di lusso è ancora legato agli oggetti oppure anche ad altri valori, come ad esempio il tempo?

Potremmo parlarne per settimane. Quando si parla del tempo si fa l'esempio tipico, ancorché banale, sul fatto che la cosa esclusiva è necessariamente lussuosa, perché c'è poca offerta, quindi la domanda cresce e il prezzo cresce unitariamente con essa. Quando si dice che il lusso sarebbe avere tempo e stare in silenzio, è perché non ce l'abbiamo, ed ecco la risposta!

Ad esempio, se tutti noi avessimo lo stesso paio di scarpe, magari anche costose, questo non sarebbe vero lusso; perché questo è dato anche da una certa quantità limitata sul mercato. Quindi biso-

gna che ci sia allo stesso tempo una certa eccezionalità nella qualità del prodotto, ma anche un filo di esclusività. Non c'è nessuno, anche tra i grandi brand, tra coloro che hanno costruito società fantastiche, che dirà se, come o quando hanno iniziato a 'diluirsi'. Rispetto al mercato globale di vent'anni fa, dove erano presenti Europa, Usa, Corea del Sud e Giappone, adesso sono entrati qualche miliardo di consumatori in più ed i marchi che iniziavano ad essere già meno esclusivi, che si stavano diluendo nel loro mercato di riferimento, hanno trovato spazi enormi e tutti sono cresciuti, chi più e chi meno a seconda della bravura.

Perché un conto è un oggetto bello e di eccezionale qualità, un altro è un oggetto di eccezionale qualità che non ha nessuno, diverso ancora è un oggetto bello, di eccezionale qualità che piace a me, perché ha una particolare *allure*. Se tu mi chiedessi qual'è il brand dei miei sogni, quello che è sopra le nuvole, per la percezione che offre di sé; io ti risponderei Hermès. Adoro molti dei grandi brand del lusso, ma verso Hermès ho un approccio compulsivo. Se tu mi chiedessi cosa ti piace di loro, ti risponderei: tutto. Anche quando guardo le vetrine mi viene da pensare quanto siano bravi. Hermès è uno dei primi tra i grandissimi che, seppur con le loro dimensioni, e nonostante l'ingresso di centinaia di milioni di nuovi consumatori in questi ultimi anni, ha detto da subito che avrebbe aperto solo pochissimi negozi ogni anno. Hermès è un brand sempre specchiato. Altri che mi impressionano, seppur meno, ci sono, ma altri nomi non ne faccio.

Ha una città nella quale si sente a casa o nella quale va a ricaricarsi, insomma un *buen retiro*?
Nella cittadina di Valdarno dove ho una casa che mi piace molto,



a mia misura. L'ho fatta costruire come l'ho pensata io; è molto silenziosa, vicino ad un bosco, dentro la natura. La città del lavoro, che mi ha sempre accolto con affetto e mi dà grande soddisfazione è Milano, città nella quale abito ormai abbastanza stabilmente da almeno ventitre anni. Sono molti i luoghi dove mi sento a mio agio; tra le città che ho battuto più frequentemente per motivi di lavoro vado molto volentieri a NY, a Parigi, con tutti i sapori diversi che hanno queste città.

Sua madre è stata un personaggio pubblico incredibile, quali sono stati gli insegnamenti che le sono più serviti e quelli che ha avuto più difficoltà a mettere in pratica?

Per primo, quello di essere sempre se stessi, poi non perdere mai la curiosità e mantenere l'energia alta. Un altro grande insegnamento è stato quello di rinascere dai propri errori, dalle proprie sconfitte, come un araba fenice. Mia madre ogni giorno mangiava la vita ferocemente, è stata la più grande donna che abbia conosciuto; poi lei aveva questa capacità di mischiarsi, di avere intorno a sé sempre una gran quantità di persone, le più diverse tra di loro.

Anche a me riesce abbastanza comunicare, però quando faccio i miei sport o quando sto a casa

mi piace stare in silenzio, in pochi, oppure a volte mi piace stare anche da solo. Mi piace ricaricarmi sul serio, mentre mia madre doveva aver sempre casino intorno, stare sempre in mezzo alla gente, fare mille cose, sentirsi costantemente nel flusso. Io mi sento molto bene nel flusso stando tranquillo. Questa è un'altra differenza rispetto al tipo di immagine che mi è stata affibbiata nel corso degli anni. Io in una settimana faccio quello che molte persone fanno in un mese, perché faccio tre mestieri diversi tra di loro, che richiedono anche luoghi diversi.

Io ho una vita fortunata, ma non mi sono risparmiato mai. Naturalmente non ho sempre vinto, anzi ho al mio attivo delle terribili sconfitte, ma credo che queste siano un elemento della vita e con pazienza vadano anche metabolizzate, capite e fatte diventare tesoro.

Diceva che a volte le hanno appiccicato un'immagine diversa ...

Sì, esatto. Ho avuto una fase in cui nell'iperattività non ero a mio agio in certe cose ed ho iniziato a farmi delle domande. Mi sono dato delle risposte con un taglio spirituale; io sono un cattolico osservante e non esiste vita senza fede. In questo sono stato dipinto in modo molto diverso da come credo di essere. Nella vita si cambia e grazie a Dio si può sempre affermare di stare crescendo ed

io spero di farlo. Sicuramente da questo punto di vista, l'aiuto più importante che ho avuto e sto avendo lo trovo in quell'ambito lì. Ad esempio l'incontro con la Comunità Nuovi Orizzonti e con Chiara Amirante è stato, secondo me, una specie di salvataggio. La Comunità opera nel disagio sociale, ma è anche un modo di vivere, di agire la Fede in un certo modo. Ci sono mondi e modi di vivere che fanno solo prendere, dopodiché ti senti prostrato, mentre invece ci sono situazioni come quelle che danno completamente.

Ha fatto quello che sognava da bambino?

Non del tutto, ne ho fatta una parte, ne ho assaggiata una parte. Poi non è detto che quando assaggi quello che sognavi da bambino, cioè abbia il sapore che ti immaginavi. Per esempio avrei voluto fare lo sport in modo professionale, ma non mi è riuscito. Comunque la vita ha un suo flusso, c'è un disegno maggiore, ed io ho fatto tante cose belle non posso lamentarmi.

Se fosse un supereroe chi vorrebbe essere?

Mi piacerebbe essere quello un pò matto, quello che vola in un modo pazzesco, quello forte, lo scienziato, quello un po' guascone e simpatico: Iron Man ●