



# COMPANY PROFILE

## INDICE

1. LA STORIA DELLA FONDAZIONE
2. LA MISSION DELLA FONDAZIONE
3. ATLANTE DI BELLEZZA
4. IL MODELLO DI ADOZIONE A SCOPO DIVULGATIVO
5. I NUMERI DELLA FONDAZIONE
6. I PROGETTI ADOTTANTI
7. I PATROCINATI
8. IL FORUM
9. LE PERSONE/LA FONDAZIONE

FONDAZIONE  
**ITALIA: PATRIA DELLA BELLEZZA**



## 1. STORIA

La Fondazione Italia Patria della Bellezza nasce da un'analisi sull'Identità competitiva del nostro paese che se da una parte, per ragioni storiche fatica a concepirsi unito, dall'altra, da Aosta a Catania, condivide **una pluralità di "bellezze"** a tavola, nelle vetrine di moda e design, nei palazzi e nelle piazze di borghi e città o nei luoghi d'arte. La bellezza è il patrimonio identitario che ci distingue nel mondo.

Maurizio di Robilant, imprenditore e presidente della Fondazione, nel 2013 inizia a lavorare all'idea di valorizzare questo immenso talento come "un unico sistema" per farlo diventare "la leva reputazionale competitiva" del Paese, chiamando attorno a sé un gruppo di partner che con lui condividono la visione e si impegnano a lavorare per gettare le basi della sua realizzazione. Il 10 luglio 2014 la Fondazione viene ufficialmente costituita, definendo una precisa mission.

La strategia e le conseguenti azioni della Fondazione da oggi sono state quelle di:

- 1) Mappare selezionando il **maggior numero di realtà culturali e produttive meritevoli di attenzione** con un programma di patrocinio.
- 2) Creare un **Atlante** di luoghi di eccellenza (**oggi + di 400**), simbolo di una bellezza meno nota al grande pubblico.
- 3) Organizzare un bando per dare la possibilità a queste realtà di ottenere un contributo economico per la comunicazione o il supporto gratuito da parte di note agenzie di comunicazione.
- 4) Lanciare un programma di azioni per coinvolgere tutti coloro che per lavoro si occupano di narrare, comunicare o informare per sensibilizzarli sull'importanza di **portare alla luce** le "bellezze" italiane di cui nessuno parla.
- 5) Creare un network di queste realtà che concretamente valorizzano il nostro paese.
- 6) Creare un network di giornalisti che hanno raccontato i progetti.
- 7) Lanciare un **Modello dell'Adozione a scopo divulgativo** che permette ad aziende **del settore della comunicazione** di adottare un museo o un progetto con l'impegno di promuoverlo gratuitamente con strumenti di visibilità.
- 8) Organizzare un **Forum annuale** per condividere i risultati.



La Fondazione Italia Patria della bellezza si avvale di un Advisory Board di esperti provenienti da mondi ed esperienze differenti e da una Commissione Affari Istituzionali.

*I FONDATORI sono Maurizio di Robilant, Giovanni Lanzone, Matteo Farneti, Marco Fanfani, Paolo Anselmi, Diego Maria Visconti, Andrea Illy, Edoardo Andreoli.*

## 2. LA MISSION DELLA FONDAZIONE

La Fondazione identifica, sostiene e fa crescere le realtà virtuose che già operano nei territori, con progetti di tutela, valorizzazione e creazione di Bellezza.

L'Italia è il paese che ha il **maggior numero di siti riconosciuti dall'UNESCO** (dati dal manifesto) e la Fondazione ha l'ambizione di creare nei Cittadini e nelle Istituzioni la consapevolezza che l'esperienza di Bellezza offerta dall'Italia sia unica al mondo, e che in quella promessa risieda la grande opportunità per competere a livello globale. Per raggiungere questo obiettivo di "lungo termine" la Fondazione ha deciso di agire "dal basso" promuovendo e valorizzando tutta la bellezza che quotidianamente si sviluppa nel paese attraverso il lavoro dei musei, dei parchi archeologici, dei progetti di rigenerazione urbana e di marketing territoriale, di conservazione e di sviluppo delle aree interne, al fine far emergere tutta quella meraviglia che risveglierà la consapevolezza a cui puntiamo.

Comunicare e raccontare al mondo il talento tutto italiano per la bellezza, nella sua accezione più ampia e universale, come parte indissolubile della nostra identità.

Il programma di finanziamento e supporto per i progetti selezionati, è focalizzato alle attività di comunicazione, promozione e branding, che sono oggi offerti dal partner Robilant Associati Spa.

## 3. L'ATLANTE DI BELLEZZA

Catalogare le meraviglie del nostro paese per vivere la bellezza e usarla come un modello di sviluppo. Chiedere aiuto ai modelli esistenti per diffondere il loro esempio. È stata seguita una linea mediana, progetti né troppo grandi, né troppo piccoli, progetti significativi per il loro senso e il loro uso; progetti che hanno sempre alle spalle una comunità d'opera. Atlante di Bellezza™ è un Database unico nel suo genere che La Fondazione propone gratuitamente a



Istituzioni, Associazioni, Imprese e cittadini, con lo scopo di diffondere le tante attività che promuovono la Bellezza nel nostro Paese.

Le informazioni sono categorizzate, facili da selezionare e in continuo sviluppo e aggiornamento, per offrire il patrimonio di Bellezza, spesso nascosto, che viene creato dalla cultura dei Territori e dalle Persone che vi risiedono. È questa una testimonianza che aggiunge un tassello all'idea che l'Italia sia la Patria della Bellezza.

#### 4. IL MODELLO DI ADOZIONE A SCOPO DIVULGATIVO

Con la Fondazione Italia Patria della Bellezza si può, per esempio, adottare un museo con l'impegno di comunicarlo professionalmente attraverso strumenti di visibilità per almeno un anno.

Ecco come funziona:

**Un'agenzia di comunicazione**, un'azienda oppure un ufficio stampa si può candidare per offrire la propria competenza al servizio di un museo, di un progetto culturale, di un borgo, di un percorso naturalistico, di un festival.

Una volta confermata l'idoneità, i candidati possono scegliere tra i **migliori** progetti culturali indicati dalla Fondazione che hanno **partecipato al** bando per l'anno in corso e chiedere di **poterne adottare** uno.

Ogni realtà da adottare ha delle specifiche esigenze di comunicazione e bisogni di visibilità.

La Fondazione segue l'adozione presentando entrambe le realtà e guidando la collaborazione sino a quando la relazione non prende il via in modo indipendente.

Reportistica e aggiornamento sui risultati permettono di valutare la bontà dell'adozione e il suo andamento.

Si tratta di un modello win-win di stampo anglosassone, che permette anche piccole realtà culturali di essere supportate da **medie** e grandi agenzie e permette **loro** di contribuire a tutelare la bellezza italiana e di poterlo comunicare come asset **aziendale**.

#### 5. I NUMERI DELLA FONDAZIONE

In questi ultimi tre anni, attraverso il bando hanno partecipato oltre 350 progetti italiani: i vincitori sono stati 13 con un valore erogato di oltre **500mila euro** cui si aggiungono altri 33 progetti selezionati dalle agenzie e imprese creative della comunicazione che li hanno affiancati, per un valore totale di oltre **1.5 milioni di euro**.



E questi numeri sono destinati ad aumentare visto che il bando 24 è quasi giunto alla sua conclusione e il 10 aprile saranno decretati i vincitori tra oltre 200 partecipanti.

## 6. I PROGETTI SOSTENUTI

A partire dal 2021, una call della Fondazione alle agenzie di comunicazione ha visto aderire alcune realtà strategiche che hanno accolto la sfida, selezionando e “adottando” uno dei progetti che hanno partecipato al bando sul branding e la comunicazione.

La sfida della Fondazione prosegue anche per il 2024. Oltre alle agenzie che la supportano dalle precedenti edizioni, quest’anno hanno aderito nuovi importanti player nel campo della comunicazione che, a loro volta hanno scelto un progetto da adottare e metteranno a disposizione le proprie competenze gratuitamente al servizio del territorio.

### *Adozioni 2023*

- Jakala adotta Fondazione Isaia
- M&C Saatchi adotta l’Antoniano
- MINT LIST adotta Il Festival del Paesaggio
- Studio Tiss adotta Presidio Culturale Permanente negli Istituti Penali per Minorenni
- TBWA adotta Fondazione Rosa dei Venti
- Reflektor adotta Horti
- Ursula Borroni e Serena Poletto Ghella adottano Casa di Gesso
- R&P adotta Il Mare D’Inverno
- Studiomeme adotta Art Days – Napoli Campania
- The Branding Letters adotta Musica con Vista
- Encanto PR adotta La Fondazione Più Musicale di Venezia
- Strategic Footprint adotta Hypermaremma
- White Lady PR adotta YouTopic Fest
- Studiolabo adotta Firenze Greenway
- Encanto PR adotta Spazi Indecisi – Museo Diffuso dell’Abbandono

### *Adozioni 2022*

- Strategic Footprint adotta Hypermaremma
- TBWA adotta Il Golfo dei Delfini
- Crafted adotta Archipelago
- Reflektor adotta La Capitolare



- H-Farm Digital Marketing adotta Fuori Campo
- White Lady PR adotta YouTopic Fest
- The Branding Letters adotta Eolie Music Fest
- M&C Saatchi adotta AMACI
- Studio Tiss adotta SlowMachine
- IDEA – International – Design – Events – Architecture adotta Battistero della Cattedrale di Padova
- White Lady PR adotta Le Vie dei Medici
- Studiolabo adotta Firenze Greenway
- Encanto Public Relations adotta Spazi Indecisi – Museo Diffuso dell’Abbandono

#### *Adozioni 2021*

- Studio Tiss adotta Orto Botanico Corsini
- Studio Tiss adotta BLAST – Estetiche della violenza tra immagine, video e documento
- Nascent adotta Parco Archeologico Monte Bibele – Archeologia del Rito
- Strategic Footprints adotta Museo Diffuso dei Cinque Sensi di Sciacca
- Marta Pagani per Strategic Footprints adotta Festival NU
- IDEA – International – Design – Events – Architecture adotta Le Peschiere di Giulio Romano

## **7. I PROGETTI PATROCINATI**

### *Ambasciatori di Bellezza*

Nel 2021 la Fondazione Italia Patria della Bellezza ha attivato un programma di patrocinio selezionando alcuni progetti e attività di valorizzazione della bellezza in Italia. Si tratta di luoghi simbolo di una bellezza meno nota al grande pubblico, sostenuti da una comunità attiva. Questi progetti hanno il merito di rappresentare il talento tutto italiano per la bellezza, nella sua accezione più ampia e universale, come parte indissolubile della nostra identità. Un’idea di bellezza irripetibile e plurale, fatta di cultura, storia, cura del paesaggio, creatività, produzione e progettualità, eccellenza e talento: una vera e propria risorsa strategica da cui ripartire.

#### *Patrocinati 2023*

- AVANT Festival 2023
- Biennale Gherdëina



- Borgo Universo
- Cammino di Oropa
- CasciNet in tutti i sensi
- Distretto del Novese
- EDIT Cult Napoli
- Esseri Urbani
- Fondazione Enrico Isaia e Maria Pepillo
- Fondazione Pastificio Cerere
- Fondazione Polo del '900
- Hystrio Festival
- Linecheck Festival
- Lilliput
- Lost Music Festival
- Open Sound
- Orchestra Sinfonica di Milano
- Organica- Museo di arte ambientale nel Parco del Limbara
- PAW♦CHEW♦GO Festival
- Piano City Milano
- Poggiolo Rifugio Re\_Esistente
- ReA! Arte
- Tones Teatro Natura
- Viotti Festival
- XFarm- Agricoltura prossima
- The Bright Side
- The String Circle
- Una notte al museo – Club Silenzio
- Una perla rupestre di Fondazione Zétema
- Segni di Bellezza
- Solisti Aquilani

#### *Patrocinati 2022*

- Lost Music Festival
- Conservatori di Futuro
- B.A. Film Festival XX
- Casa della Poesia e Festival della Poesia Paolo Prestigiacomo
- Premio +Bellezza in Valle
- Un Modello di Foundraising per il Circuito Lombardo Musei Design
- Comunicazione e valorizzazione del Museo di Palazzo d'Arco
- Costa d'Argento, Costa della Bellezza
- Mare Lovers
- Musica con Vista 2022
- Museo Diffuso di Sansepolcro
- Per-Formare la Bellezza / Performing Beauty
- SocialiCERs: mountain content first
- Ri-Specchio d'Acqua. Un progetto di risonanza, riverbero, riunione, rilievo, ritmo...
- La Casa Rossa di Alberobello – la Memoria diventa Presente
- Adelaide: 200 anni sulla scena
- Operaestate festival
- Progetto Sistema Parco
- Galleria Nazionale dell'Umbria
- Verdi OFF 2.0 – Nuove Sfide per Nuovi Percorsi
- Tocati, un programma condiviso per la salvaguardia dei giochi e degli sport tradizionali



- Itinerari dello Spirito – Il cammino di Oropa tra Biellese e Canavese
- GardaLo!
- Paratissima Factory – Progetto Residenze & Atelier 2022
- #tuoCarmine
- MINIMU, Museo dei Bambini di Trieste
- Wayfinding al Museo Egizio
- Borghi dei Tesori
- Girasoli Tour. Un viaggio nell'Italia che resiste
- Porta Romana Bella. Il rilancio del brand Carcano a servizio del quartiere
- Archivi e Collezioni, il Patrimonio di Triennale Milano verso il Centenario
- Nel paesaggio dell'arte
- La Stazione Rulli Frulli
- Visit Rione Sanità
- Fondazione Verona Minor Hierusalem
- Dance Well – Ricerca e Movimento per Parkinson
- 6 Dimore in cerca d'Autore
- elle22 l'impresa della bellezza
- Salmon Magazine
- NU Arts and Community 2022
- Villa Filanda Antonini
- Morro D'Alba, Scignano di Bellezza. Progetto per una valorizzazione del patrimonio
- Magistrature Fiorentine
- Mostra Internazionale Aqva Ischia Vita 2022 IV Edizione
- Borgoland

#### *Patrocinati 2021*

- Firenze Greenway
- Ostia: Antica Bellezza. Valorizzazione del Castello di Giulio Romano II
- Un Mondo a Parte, isole minori Italia
- Musica con Vista
- I custodi del bello
- Archeologia del Rito
- Generare Comunità
- Festival e Concorso Bottesini 2021
- Museo Diffuso dei Cinque Sensi di Sciacca
- NU arts and community
- Le Pescherie di Giulio Romano
- Wonder Grottole
- Procida Immagina
- Art Nouveau Week
- In Loco: Il museo diffuso dell'abbandono
- Martano Città dell'Aloe
- My Jewish Italy
- Swan Station
- Un Nuovo Design System per BASE Milano
- Design in Town – Ortigia 2021
- La Stagione dell'Orto 2021
- Nautoscopio per Palermo
- BLAST
- Memofest
- Metaponto



- Officine del Levante
- Palazzo Maffei
- Verona Altera Roma
- Prossima Generazione

## 8. IL FORUM DELLA BELLEZZA

Il Forum della Bellezza è una giornata dedicata a progetti virtuosi, attivi nella promozione del territorio, dei tesori artistici e culturali e del patrimonio umano e immateriale del nostro Paese. Un momento di condivisione, scambio e contaminazione che mette a confronto, attraverso dei tavoli tematici, quelle realtà che lavorano nei territori.

Un'occasione unica per fotografare lo stato dell'arte nei diversi settori della valorizzazione e cura del nostro paese, per condividere criticità e scambiare best practice.

## 9. LE PERSONE/ LA FONDAZIONE

MAURIZIO DI ROBILANT

*PRESIDENTE*

Maurizio di Robilant è Fondatore e Presidente di Robilant Associati, la prima branding agency italiana da lui fondata nel 1984 e che oggi è la realtà leader del settore in Italia. Dopo una lunga esperienza nella consulenza d'impresa intorno ai temi del branding e una lunga attività al sostegno del Made in Italy, delle sue imprese e delle sue eccellenze, nel 2014 decide di mettere la propria competenza al servizio del Paese ideando il progetto che sottende la costituzione della Fondazione Italia Patria della Bellezza: ossia costruire un'identità competitiva per l'Italia, per contribuire al rilancio del Paese, trasformando il suo straordinario potenziale di bellezza in una risorsa strategica di sviluppo economico e sociale: per fare dell'Italia la Patria della Bellezza!

ALESSIA DEL CORONA BORGIA

*DIRETTRICE*

Laureata in lettere moderne, si trasferisce a New York dove avvia l'ufficio americano di Friends of FAI – Fondo Ambiente Italiano. Dopo il Professional Certificate in Arts Administration alla New York University, lavora all'Assessorato alla Cultura del Comune di Milano occupandosi di promozione e valorizzazione.



Nel 2014 è co-fondatrice del distretto 5VIE a Milano, un progetto di marketing culturale e territoriale. Con questa esperienza si specializza nello sviluppo delle politiche territoriali e nella creazione di progetti culturali volti alla rigenerazione urbana. Coordina il progetto di valorizzazione della Basilica di Sant'Ambrogio ed è Assessora alla cultura e al marketing territoriale del Municipio 1 di Milano.

GIOVANNI LANZONE

*SEGRETARIO GENERALE E CONSIGLIERE*

Filosofo di formazione e consulente sui temi dell'innovazione, del design e delle strategie d'impresa. Nato nel 1947, vive e lavora a Milano. Si è, nel tempo, specializzato nella ricerca sugli scenari d'innovazione delle imprese italiane e del Made in Italy. Collabora con la Fondazione Italia Patria della Bellezza, che ha contribuito a fondare, con lo scopo di valorizzare e sostenere il sistema Paese e le sue risorse. È partner di Schola Italica, un'impresa legata alla Fondazione Bassetti, che si propone di diffondere i valori dell'Italicità in Italia e nel mondo. È stato assessore alle politiche del territorio del Comune di Milano dal 1988 al 1992. È giornalista professionista dal 1979.

ELEONORA NERONI

*PROJECT MANAGER*

Laureata in Linguaggi dei Media a Milano, lavora da oltre 15 anni nel mondo della comunicazione, prima in un'agenzia del gruppo Wpp, poi in ambito culturale per 5VIE, come advisor per il rilancio di un importante museo di Milano e infine come project manager per la Fondazione Italia Patria della Bellezza. Ha seguito programmi di incentivazioni al trade, si è occupata di concorsi on line e off line rivolti al consumo e di attività on field. Ha curato lanci in comunicazione di nuovi prodotti. Ha sviluppato il progetto di marketing territoriale di mappatura del territorio per 5VIE. Oggi oltre alla Fondazione, segue da consulente il progetto di valorizzazione museale della Basilica di Sant'Ambrogio a Milano.

ISABELLA SABATINI

*COMMUNICATION MANAGER*

Dopo una laurea in Antropologia a Londra e un Master in Gestione dei Beni Culturali a Lisbona, torna a Milano con l'obiettivo di intraprendere un percorso professionale nel settore culturale, in ambito di marketing, comunicazione e sviluppo. Nel 2018 inizia a lavorare per la Fondazione Giangiacomo Feltrinelli



come Fundraising Assistant. In seguito lavora nell'ambito di marketing e comunicazione per Feltrinelli Education. Oggi, oltre alla collaborazione con gli Horti del Collegio Borromeo a Pavia, coordina le attività di comunicazione per la Fondazione Italia Patria della Bellezza.

**Consiglieri:** Paolo Anselmi e Francois de Brabant

**Advisory Board:** Elena Sisti, Ludovico Benvenuti, Michele Brunello, Chiara Pasqualetti Johnson, Mario Pitto, Fulvia Ramogida, Viola Romoli, Federica Sala, Simple Flair, Fabio Cherstich, Orazio Spoto.

**Commissione Affari Istituzionali:** Magda Antonioli, Martina Gamboni, Matteo Farneti, Marco Fanfani.