

Bonomi: «Leonardo genio del fare impresa»

Il docufilm «Atlantico» presentato alla Martin Luther King Jr Library

Marco Valsania



Il documentario, "Atlantico" è il racconto della mostra "Imagining the Future. In the mind of an Italian genius"

WASHINGTON

Abbiamo voluto «raccontare l'impresa italiana al pubblico statunitense». Celebrare Leonardo quale straordinario Ambasciatore dell'eccellenza del Paese, «tra le figure che meglio incarnano il desiderio e l'ambizione di fare impresa».

Il presidente di Confindustria, Carlo Bonomi, ha descritto così il suo ritorno alla Martin Luther King Jr. Library in occasione della presentazione nella capitale americana di "Atlantico", il docufilm che ha ripercorso «il viaggio Oltreoceano delle tavole di Leonardo» protagoniste della mostra "Imagining the Future. Leonardo da Vinci: In the mind of an Italian genius". Una mostra pensata da Confindustria e che - grazie al contributo della Veneranda Biblioteca Ambrosiana e del direttore della Pinacoteca Monsignor Alberto Rocca e con il sostegno dell'Ambasciata italiana e di numerosi partner aziendali - era stata inaugurata nove mesi or sono da Bonomi proprio presso la grande biblioteca pubblica di Washington. Per dare eco ad un messaggio che intrecciasse, per un più vasto pubblico, cultura e impresa.

Il luogo prescelto, per la mostra e adesso la proiezione del cortometraggio, non è stato casuale: «La Martin Luther King Public Library è un luogo simbolo di aggregazione sociale e apprendimento - ha spiegato Bonomi -. Uno snodo culturale vivace e stimolante che Confindustria ha scelto perché riflette perfettamente quella concezione di "cultura" aperta a tutti in cui credono gli imprenditori italiani».

All'evento è intervenuto il direttore esecutivo della biblioteca, Richard Reyes-Gavilan. «Mai avrei immaginato di poter esporre disegni di Leonardo in questo edificio», ha dichiarato, affermando che la mostra, ora chiusa, «l'anno scorso ha

attirato 25mila visitatori». La biblioteca ha anche organizzato attività per i bambini legate ai progetti del genio rinascimentale italiano.

L'iniziativa, la prima mostra monografica di Leonardo negli Stati Uniti, ha fatto arrivare a Washington 12 tavole selezionate tra le 1.119 del Codice Atlantico. Il docufilm, a sua volta promosso da Confindustria per la regia di Marcello Pastonesi e Carlo Furgeri Gilbert e di recente presentato anche in Italia, segue la "trasferta" delle opere. Ma soprattutto, ha sottolineato Bonomi, vuole testimoniare «lo spirito e le ragioni che hanno spinto Confindustria a portare oltreoceano il grande Maestro, simbolo del saper fare italiano e della cultura di impresa». Ancora: «Vuol essere una riflessione sulla società contemporanea, sul valore degli scambi culturali, sul rapporto tra arte, scienza ed economia. La storia di un viaggio in cui si interseca il richiamo profondo del messaggio di Leonardo che dall'Europa arriva in America, un vero e proprio ponte culturale che abbatte ogni barriera».

Narrazione e immagini mostrano come «il pensiero e l'intuizione del grande artista abbiano preso forma nei suoi disegni, entrando nella vita quotidiana delle famiglie americane che, dopo l'incontro con Leonardo, hanno raccontato le emozioni di chi, il genio italiano, fino a quel momento lo aveva solo sognato». In sala per l'evento due delle famiglie che hanno considerato la mostra una "ispirazione" e hanno partecipato al documentario, LaJoy Johnson-Law e la figlia dodicenne Abria, originarie della capitale, e Ashley e Brian Wie con il figlio di sei anni Liam, della vicina Fairfax in Virginia.

Quello con l'America è oggi un "ponte" che Confindustria ha rafforzato anche sotto il profilo del business, in omaggio ad una duratura scommessa sulle relazioni transatlantiche e sul ruolo del made in Italy nello strategico mercato americano: dal giugno scorso ha aperto un ufficio di rappresentanza a Washington, parte del disegno Confindustria nel mondo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA