

# No Martini, no party



La notizia è di pochi mesi fa. La finanziaria Hines Italia, che ne aveva fin qui condiviso la proprietà insieme ad altri investitori, ha annunciato il 27 febbraio scorso che i grattacieli milanesi dell'area di Porta Nuova sono stati interamente acquisiti da QIA (Qatar Investment Authority), il Fondo sovrano facente capo all'omonimo emirato. Senza entrare nel merito delle questioni finanziarie, soffermiamoci sul modo in cui la cosa è stata annunciata dai media generalisti.

La notizia suonava all'incirca così: "Un altro pezzo pregiato di Italia prende la via dell'estero", allegando nomi celebri del *Made in Italy* – da Valentino a Gucci a Lamborghini, per citarne solo alcuni – che già da tempo sono finiti in mani straniere. L'assunto implicito in questo tipo di annunci è che l'operazione Porta Nuova equivale, anche simbolicamente e culturalmente, alla cessione di una delle *griffes* che danno lustro all'Italia nel mondo. Si tratta di un assunto credibile? Riteniamo di no.

Al di là del significato che si può loro riconoscere o meno, al di là dei prezzi di listino inaccessibili, i miti merceologici nostrani sono tali proprio perché rispondono a coordinate di gusto e di stile chiare e riconoscibili, a prescindere dal portafogli di cui il potenziale acquirente dispone. Non così gli edifici, esclusivissimi ma dozzinali, di Porta Nuova. Quali che siano i capitali e la forza lavoro che vi si nascondono dietro, quale che sia, italiana o (più spesso) straniera la clientela che le acquista e ne fruisce, le grandi *griffes* italiane sono sempre facilmente riconducibili all'italianità. Proprio come la villa (non il condominio, nemmeno se extra-lusso) abitata sulle rive del Lago di Como dall'attore George Clooney.

*In alto: Renzo Mongiardino (su progetto di), studiolo di Casa Sharp, 1989, tarsie lignee, New York (foto © Massimo Listri).*