

La stanza dei bottoni

a cura di Carlo Cinelli e Federico De Rosa

Quell'artista mancato di Bianchi Rizzi

L'avvocato e i suoi 7 mila ospiti del giovedì. Adesso Guerra veste alla Marchionne



Più concentrato Silvio Scaglia.
A sinistra, Andrea Guerra
e Augusto Bianchi Rizzi

Irlanda, Francia, Italia, Usa, Gran Bretagna. Certo che per una start-up cinque sedi non sono poche. Soprattutto in tempi di crisi. Ma quando ha fondato Babelgum, la tv via web, **Silvio Scaglia**, non aveva badato a spese. D'altra parte aveva appena venduto la sua quota agli svizzeri di Swisscom per quasi 700 milioni. La crisi ha imposto però sacrifici un po' a tutti. E così il manager ormai cittadino londinese ha deciso di

chiudere bottega a Dublino e Nizza, per concentrare tutte le attività del suo gruppo su Milano, Londra e New York.

La regola è: sempre di giovedì e non più di 80 persone alla volta. Possibilmente non della finanza. Seguendo questa formula, l'avvocato d'affari **Augusto Bianchi Rizzi**, partner storico dello studio Bonelli, Errede, Pappalardo, ha visto passare nel suo salotto milanese quasi 7 mila per-

sone negli ultimi vent'anni. Da **Vittorio Gassman** e **Dario Fo** a **Paco Ignacio Taibo**, da **Stefano Rodotà** e **Armando Cossutta** fino ad **Enrico Letta** e **Antonio Albanese**. L'avvocato ha una predilezione per l'arte: ha recitato per **Luchino Visconti** in *Rocco e i suoi fratelli* e scritto commedie teatrali. Oltre a un libro, appena dato alle stampe: *La guerra di Nene*. Di cui però, Bianchi Rizzi non vuole se ne parli nei suoi giovedì sera. E così, per

presentarlo ai suoi amici, a gennaio trasferirà per una volta il suo salotto a Palazzo Cusani.

Gli imprenditori, ovviamente, c'erano. Così come la nomenclatura locale. E anche molta gente comune, arrivata sabato scorso ai Magazzini del Cotone, nel Porto antico di Genova, per ascoltare **Luca di Montezemolo** e le sue idee per l'Italia Futura. Ma, approfittando della

presentazione della sua Fondazione nel capoluogo ligure, il presidente della Fiat si è ritagliato uno spazio in agenda per un appuntamento lontano dai riflettori. Nel primo pomeriggio ha fatto visita al presidente della Cei, l'arcive-

sco di Genova, **Angelo Bagnasco**.

Il suo stile di *management* ha sicuramente fatto scuola. Ma nessuno aveva pensato finora di imitare anche l'abbigliamento di **Sergio Marchionne**. Ossia il maglioncino nero. L'idea è venuta all'amministratore delegato di Luxottica, **Andrea Guerra**, che già una volta si era presentato a un'assemblea della Confindustria a Genova in pullover marrone. La scorsa settimana ha fatto il bis, salendo sul palco del convegno più *glamour* dell'anno, il Milano Fashion Global Summit organizzato dal Gruppo Class, in maglione blu.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

