



Richard Branson

"Spesso mi chiedono per quale motivo io intraprenda le grandi sfide dei record mondiali di motonautica o di volo in pallone. Mi fanno osservare che sono un uomo ricco, di successo e che ho una famiglia felice, per cui dovrei smetterla di rischiare la vita e godermi quel che la fortuna mi ha regalato. Naturalmente tutto questo è vero, non posso non essere d'accordo. Amo la vita, amo la mia famiglia, sono terrorizzato all'idea di morire. Al contempo, però, mi sento irresistibilmente attratto dal desiderio di provare nuove avventure e di mettermi alla prova per scoprire i miei limiti. Riflettendoci con più attenzione, forse posso dire che nella vita mi piace sperimentare quante più cose possibili. Le avventure fisiche a cui ho partecipato mi hanno fatto conoscere un dimensione particolare che alimenta a sua volta la passione con cui affronto il lavoro. Sono convinto che, se avessi rifiutato di provare il paracadutismo, il volo in pallone o le traversate oceaniche in barca, la mia vita sarebbe stata più spenta e monotona. Non penso mai di morire

in un incidente, ma se dovesse accadere l'unica cosa che potrò dire è che mi sono sbagliato, mentre avevano ragione i realisti inveterati che tengono sempre i piedi per terra: però, almeno ci avrò provato. Oltre al brivido dell'avventura in sé, amo anche la fase della preparazione. Quando ci prepariamo per affrontare una sfida, nel team si crea un senso fortissimo di cameratismo, e quando rincorriamo un record, oltre alla sfida tecnologica, entra in gioco anche un profondo senso patriottico sostenuto dalla partecipazione del pubblico. In passato il mio Paese ha avuto molti grandi esploratori, tutti fedeli alla migliore tradizione dell'esploratore antartico Robert Scott; io sono orgoglioso di seguirne le orme".

Chi si esprime in questo modo è una persona eclettica ed istrionica che con i suoi stravaganti record figura varie volte nel 'guinness' dei primati'. Nel 1986 con l'Atlantic Challenger 2', un'imbarcazione piccola e veloce, si aggiudicò il 'nastro azzurro' e il 'trofeo Hales' per aver attraversato l'Atlantico e precisamente il tratto

di mare che separa la nave-faro Ambrose sulla costa americana dal faro Bishop Rock al largo delle isole Scilly, in soli tre giorni otto ore e trentadue minuti su una rotta di oltre tremila miglia. Nel 1987 assieme allo svedese Per Lindstrand è stato il primo ad attraversare l'Oceano Atlantico in mongolfiera e sempre con il pallone aerostatico nel 1991 ha sorvolato l'Oceano Pacifico dal Giappone al Canada. I suoi record più recenti risalgono a questi ultimi anni e sono stati ottenuti in uno sport acquatico di recente invenzione il kitesurfing, nato come variante al surf e che consiste nel farsi trainare da un aquilone che usa il vento come propulsore. Nell'estate del 2012 è stata la persona più anziana ad attraversare lo Stretto della Manica in kitesurf, nel 2013 alla guida di trecentodiciotto kitesurfer ha percorso un miglio e nel 2014 è entrato per l'ennesima volta nel 'guinness dei primati' cavalcando in contemporanea con tre amici una tavola di kitesurf.

Forse lo avrete riconosciuto, non sto parlando di un atleta o di un avventuriero, bensì di uno dei più ricchi imprenditori britannici, con un patrimonio stimato in circa cinque miliardi di dollari, sir Richard Branson. Quella del tycoon inglese, 64 anni portati gagliardamente, è la classica vita del 'self made man', ovvero dell'uomo che con la sola propria tenacia, caparbia e costanza riesce ad imporsi in un ambiente competitivo qual è il mondo del business e riesce anche a ritagliarsi un posto di assoluto rilievo nell'olimpo degli imprenditori più facoltosi d'Europa. Il suo modo di fare affari è stato studiato, analizzato e talvolta anche criticato dai suoi colleghi come si evince dagli articoli che importanti giornalisti e mass media gli hanno dedicato. Un ritratto inedito ed attendibile di Richard Branson è quello che lui stesso tratteggia nel libro 'Richard Branson. Il business diverte. L'autobio-

Richard Branson conquista un nuovo record con il kitesurf

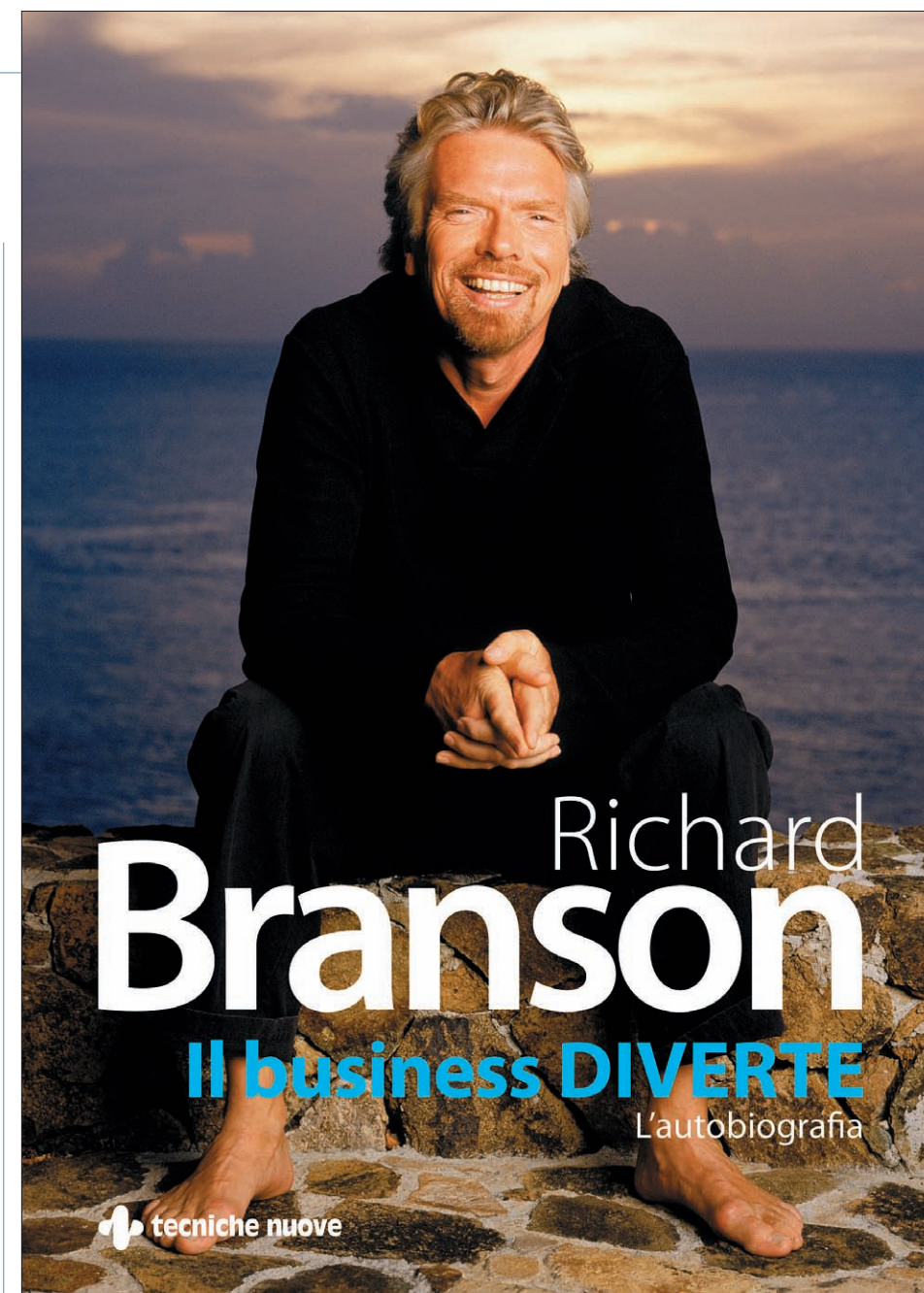


grafia' (ed. Tecniche Nuove S.p.A. - euro 29,90); libro, che con l'autorizzazione della casa editrice, ripropongo per stralci. Richard Branson nasce a Shamley Green nel Surrey nel Regno Unito il 18 luglio 1950 da una famiglia della middle class britannica. "Per me l'infanzia è un ricordo lontano e sfocato, dal quale emergono però con chiarezza alcuni episodi particolari - rammenta Richard Branson nell'autobiografia - Per esempio, ricordo benissimo che i miei genitori mi spingevano di continuo a mettermi alla prova. Il grande desiderio di mia madre era rendermi indipendente. Un giorno, quando avevo quattro anni, fermò l'auto a qualche chilometro da casa e mi disse di proseguire da solo a piedi, trovando la strada in mezzo ai campi: io mi persi. Un'altra volta mia

madre decise che dovevo andare in bicicletta fino a Bournemouth: mi preparò qualche panino, una mela e mi disse di trovarmi l'acqua lungo la strada. All'epoca abitavamo a Shamley Green, nel Surrey, esattamente ad ottanta chilometri da Bournemouth. Io non avevo ancora dodici anni, ma lei era convinta che in quel modo avrei capito l'importanza di avere un bel fisico robusto e avrei imparato a orientarmi. Le prove erano fisiche più che accademiche, e ben presto iniziai ad impormele da solo... Non ricordo momenti della vita in cui non abbia sentito l'amore della mia famiglia. Saremmo stati disposti a tutto pur di aiutarci, e lo siamo ancora adesso. Mio padre e mia madre si adoravano, credo di non averli quasi mai sentiti litigare. Mia madre Eve era una donna

esuberante che mi spronava di continuo, mio padre Ted era un tipo calmo a cui piaceva fumare la pipa e leggersi il giornale in santa pace, ma tutti e due avevano la passione per l'avventura... In famiglia c'era un forte senso di collaborazione. Non appena io e mia sorella entravamo nell'orbita di mamma, dovevamo far qualcosa; se cercavamo di sottrarci dicendo che avevamo altri impegni, lei ribatteva con decisione che eravamo degli egoisti. Così siamo cresciuti mettendo sempre gli altri al primo posto... all'età di otto anni i miei genitori mi mandarono in collegio alla 'Scaitcliffe Preparatory School' di Windsor Great Park, successivamente frequentai la 'Cliff View House' nel Sussex ed infine mi trasferii alla 'Stowe', una grande scuola privata del Buckinghamshire. La mia carriera scolastica fu abbastanza scialba. In realtà ero dislessico. A quell'epoca la dislessia non era una malattia riconosciuta: rappresentava un problema soltanto per chi ne soffriva. La dislessia, un disturbo dell'apprendimento che colpisce la comprensione della lettura, fu un problema che mi accompagnò per tutta la vita scolastica. Non riuscivo sempre a seguire quello che succedeva perciò non trovavo interessanti le lezioni e cominciavo ad essere distratto. I miei insegnanti pensavano che fossi solo pigro perché allora la gente non capiva molto della dislessia come, invece, accade oggi. Ho lasciato la scuola a sedici anni, in parte anche a causa della dislessia. In uno dei miei ultimi giorni di scuola il preside mi disse che sarei finito in prigione oppure sarei diventato un milionario. Quella fu una predizione davvero impressionante, ma per certi aspetti aveva ragione su entrambi i punti! Oggi per fortuna grazie agli esercizi di concentrazione, le difficoltà più gravi le ho superate, anche se a volte ho ancora qualche problema con lo spelling. Forse però la dislessia infantile mi ha reso più in-

tuitivo. Sembrava che io pensassi in modo diverso dai miei compagni di classe, e lo avevo fatto fin da piccolo. Durante gli anni della mia adolescenza ero molto concentrato nel cercare di mettere in piedi un business e creare qualcosa. Nel lasciare la scuola dedicaí le mie energie a trasformare la rivista studentesca in una pubblicazione nazionale e in un'impresa redditizia... il mio socio Jonny ed io chiamammo la rivista da noi fondata 'Student'. Ci sembrava una buona scelta perché in quel periodo si parlava molto di 'student power'. Era l'epoca dei sit-in studenteschi, delle occupazioni e delle dimostrazioni nelle università e nei politecnici. Era un periodo entusiasmante per i giovani. Mia madre mi prestò quattro sterline come fondo cassa per le telefonate e le lettere, mentre il padre di Jonny ci fece stampare della carta intestata con il titolo 'Student - The Magazine for Britain's Youth'. 'Student' fu il mezzo ideale per darci un'autentica botta di vita. Poi arrivarono finalmente i primi traguardi concreti: la prima copia stampata, un assegno da duecentocinquanta dollari per uno spazio pubblicitario e Gerard Sharpe che accettò di disegnare una vignetta per noi e di farsi intervistare. Da un'idea fissa, 'Student' stava diventando una realtà... Peter Blake, il grafico che aveva illustrato la copertina dell'album 'Sergeant Pepper' dei Beatles disegnò la copertina per il primo numero di 'Student' che uscì nel gennaio del 1968. Forse perché eravamo troppo giovani e meno aggressivi dei professionisti che di solito li intervistavano, a volte i nostri ospiti rilasciavano commenti rivelatori, autentiche perle di rara acutezza... ci concessero un'intervista anche Mick Jagger e John Lennon, due autentici semidei per il popolo degli studenti... anche se all'epoca non me ne rendevo conto, le mie ambizioni giornalistiche iniziavano a venir meno di fronte all'imperativo di tene-



re in piedi la rivista. Jonny si occupava della parte editoriale, io gestivo il business, vendevo spazi pubblicitari e litigavo con gli stampatori. Diventavo imprenditore in modo del tutto naturale... capii più tardi che il business può realmente essere un'attività creativa. Se pubblichi una rivista, significa che cerchi di creare qualcosa di originale, che si distingue dal resto, qualcosa capace di durare nel tempo e, auspicabilmente, di rendere un servizio utile. Soprattutto, vuoi creare qualcosa di cui sentirti orgoglioso. Questa è da sempre la mia filosofia professionale. Posso dichiarare molto onestamente di non aver

mai assunto iniziative di business con il puro scopo di fare denaro. Se quella è l'unica motivazione, allora, ne sono convinto, è meglio lasciar perdere. Il business deve essere coinvolgente, divertente, deve mettere all'opera la creatività personale. 'Student' nel frattempo iniziava ad acquisire un alto profilo. Fino a quel momento avevo visto nel denaro soltanto un mezzo per garantire il successo di 'Student', ma a un certo punto mi accorsi di una straordinaria opportunità di business. Quando seppi che, nonostante l'abolizione dell'accordo sui prezzi imposti, non c'era un solo negozio che avesse ridotto i

Aerei 'Virgin Atlantic' e 'Virgin Galactic'



prezzi dei dischi, mi balenò l'idea di avviare una ditta di distribuzione discografica. Ormai noi di 'Student' eravamo circa una ventina ... considerando il prezzo elevato dei dischi e il tipo di persone che acquistavano la rivista, mi domandai se, tramite questa, non potessimo pubblicizzare un nostro sistema di mail-order per vendita di dischi a prezzo ridotto per corrispondenza ... per la ditta di mail-order decidemmo di trovare un altro nome; un nome diverso, che rimanesse impresso a tutti e che non fosse più orientato esclusivamente agli studenti ... tirammo fuori un bel po' di idee. Una delle proposte che più ci piaceva era 'Slipped Disc'. Ci trastullammo un po' con quell'idea, poi una delle ragazze si fece avanti e disse: ho trovato. Che ve ne pare di 'Virgin'? In questo mestiere siamo tutti vergini, o no? E visto che qua di vergini non ne sono rimaste molte, commentò ridendo un'altra, averne una almeno di nome non guasterebbe affatto. Grande, dissi all'istante. Vada per 'Virgin'. E così diventammo 'Virgin'. Se ripenso a come, da allora, abbiamo usato quel nome, mi dico che la scelta è stata giusta ... la rivista 'Student' morì di una serena morte naturale e io, per il momento, misi da parte i progetti per il futuro. Da allora tutte le nostre energie si concentrarono su 'Virgin Mail Order'. La vendita per corrispondenza andava bene, ma richiama principalmente un pubblico di amatori che cercavano dischi rari. Un'espansione, quindi, era poco probabile. La strategia migliore per ampliare il business e incrementare gli utili ci parve quella di aprire dei negozi ... noi volevamo che il negozio 'Virgin Records' fosse un'estensione di 'Student', un luogo in cui i giovani andassero non per compiere una semplice operazione di acquisto, ma per ritrovarsi e ascoltare musica insieme. Volevamo che si fermassero, che chiacchierassero con il personale, che condividessero

l'interesse per i dischi che acquistavano. Volevamo che il negozio 'Virgin Records' fosse un luogo piacevole in un'epoca in cui chi acquistava dischi veniva trattato in modo sbrigativo. Volevamo instaurare un rapporto cordiale con i clienti, non trattarli con sufficienza; e volevamo offrire prezzi migliori degli altri. Non era certo un obiettivo facile, ma speravamo che il denaro investito per creare l'atmosfera giusta e vendere a prezzi ridotti potesse essere più che compensato dall'aumento delle vendite ... così insieme a Nik, avviai un serio



piano di espansione. Nell'ultimo periodo del 1971 e per tutto il 1972 l'obiettivo era di aprire un negozio al mese. A Natale del 1972 avevamo quattordici negozi: alcuni a Londra e uno in tutte le grandi città del Paese ... conoscevo molto poco il settore discografico, ma da quanto potevo osservare nei nostri negozi, era un business meravigliosamente informale e privo di regole fisse. Aveva un potenziale di crescita illimitato: una nuova band poteva conquistare da un giorno all'altro la nazione intera e riscuotere un enorme successo ... il

business musicale è una curiosa combinazione di asset materiali ed immateriali: i gruppi pop sono marchi in sé, e a un certo punto del loro percorso il loro nome diviene garanzia sufficiente ad assicurare il successo dei dischi. È però anche un settore in cui poche band di successo sono eccezionalmente ricche, mentre la maggior parte resta nell'oscurità e deve sopravvivere come può. Il business del rock è uno dei massimi esempi del capitalismo più spietato ... noi vivevamo però soltanto sui margini di vendita, che erano modesti, mentre il vero potenziale per fare denaro, cosa che non mi era sfuggita, stava nelle case discografiche ... al capo opposto della filiera produttiva, vale a dire negli studi di registrazione, avevo sentito dire che si lavorava con la massima formalità ... l'ambiente ideale in cui produrre dischi, mi dicevo, era piuttosto una comoda casa di campagna in cui gli artisti potessero trasferirsi per qualche settimana e registrare nel momento in cui si sentivano più ispirati, il più delle volte verso sera. Nel 1971 iniziai quindi a cercare una casa di campagna da poter trasformare in studio di registrazione ... se avessimo potuto offrire agli artisti uno studio di registrazione (a pagamento), avremmo potuto pubblicare i loro dischi (traendone degli utili) e promuoverli e venderli attraverso la nostra catena di negozi (applicandovi un margine di profitto). Le tre attività erano compatibili fra loro e avrebbero garantito dei vantaggi anche alle band, in quanto avremmo potuto offrire prezzi più convenienti per la registrazione (la base produttiva) e incrementare la promozione (la fase di vendita), pur mantenendo i nostri utili. Un mio collaboratore, Simon, firmò un contratto in cui si impegnava a fondare e dirigere la nuova casa discografica, la 'Virgin Music' ... il 25 maggio 1973 'Virgin Music' metteva in commercio i suoi primi

quattro album: 'Tubular Bells' di Mike Oldfield, 'Flying Teapot' dei Gong, 'Manor Live', una jam session registrata al Manor sotto la guida di Elkie Brooks, e 'The Faust Tapes' dei Faust, una band tedesca ... diventammo ricchi oltre ogni aspettativa perché 'Tubular Bells' vinse il disco d'argento, d'oro, di platino, il doppio platino e sfondò fino a superare il milione di copie vendute. Diventammo uno dei grandi attori dell'industria musicale e i diretti concorrenti di 'Island Records'. Le royalty riconosciute a Mike Oldfield e alla 'Island' cambiarono nel tempo, e pure il prezzo dei dischi, ma 'Tubular Bells' arrivò a vendere milioni di copie e ne vende ancora oggi in ogni parte del mondo. Il rischio corso nell'assumere la promozione ci portò i primi veri, grandi guadagni".

Da lì a pochi anni, le band e gli artisti che la 'Virgin' mise sotto contratto aumentarono in modo esponenziale, con nomi di rilievo del panorama musicale contemporaneo: dai 'Sex Pistols' di Sid Vicious, icona del punk inglese, sino ai 'Culture Club' e ai 'Simple Minds', passando per artisti importanti come Phil Collins, Bryan Ferry e Janet Jackson, e concludendo con i mitici 'Rolling Stones' di Mick Jagger e Keith Richards. Ma a far conoscere al grande pubblico l'etichetta di Richard Branson, furono proprio gli scatenati 'Sex Pistols', messi sotto contratto dalla 'Virgin' esattamente nel 1977. "I 'Sex Pistols' segnarono il nostro punto di svolta, erano la band che cercavamo da tempo - afferma Richard Branson nella sua autobiografia e aggiunge - rimisero 'Virgin' nel firmamento della case discografiche, un'etichetta capace di generare enormi volumi di pubblicità ma anche di gestire il punk rock". Nel 1979 chi avesse analizzato dall'esterno la situazione di 'Virgin' avrebbe concluso che fosse un curioso insieme eterogeneo di aziende diverse. La stessa impressione l'avrebbe avuta a metà de-



gli anni Ottanta. "Oltre alle quattro società principali, 'Virgin Music', i punti di vendita 'Virgin Records', 'Virgin Vision' e la nuova compagnia aerea 'Virgin Atlantic', esisteva ormai una fitta schiera di piccole nuove imprese che operavano sotto l'ombrello 'Virgin' - spiega Richard Branson e continua - avevamo 'Top Nosh Food', che effettuava la distribuzione di alimentari nei distretti industriali, 'Virgin Rags', una linea di abbigliamento, 'Virgin Pubs' e 'Vanson Prosperity, un'immobiliare che si occupava delle nostre proprietà e al contempo realizzava notevoli guadagni acquistando terreni e rivendendoli dopo avervi costruito". Nel 1987, la casa discografica inglese sbarca negli Stati Uniti e nasce la 'Virgin

Records America'. A partire dagli anni Novanta cominciano ad arrivare le fusioni con altre società e gli investimenti negli altri campi dell'economia. Ma, soprattutto, arriva la cessione da parte di Richard Branson della sua geniale creatura, venduta alla Thorn EMI nel 1992 per un cifra di circa cinquecentosessanta milioni di sterline. "A me sembrava la morte di un figlio. 'Virgin' l'avevamo creata dal nulla, l'avevamo tenuta in piedi anche nei momenti in cui sembrava che non dovesse farcela, l'avevamo reinventata a ogni nuova generazione musicale perché restasse sempre l'etichetta discografica più importante del mercato. Mi ci volle tempo per realizzare lucidamente le potenziali

conseguenze di quella vendita. Per la prima volta nella vita avevo tanto denaro da soddisfare i miei bisogni più impossibili. Il futuro immediato non mi concedeva però il tempo di indugiare in questi pensieri. Io detesto vivere nel passato e soprattutto non volevo lasciarmi sopraffare dal ricordo delle amicizie perse. Finalmente mi ero liberato di quell'enorme peso psicologico e in fondo sapevo che anche il gruppo 'Virgin' avrebbe potuto muoversi liberamente in qualunque direzione... il 1993 fu un anno che segnò una svolta fondamentale per il gruppo 'Virgin'. Da quel momento in poi, e per la prima volta, godevamo del lusso del denaro, e con 'Virgin' possedevamo un marchio forte che si prestava a una grande quantità di iniziative di business. Ci trovavamo di fronte a un territorio vergine, finalmente potendo permetterci di seguire il nostro istinto anziché logorarci nel continuo tentativo di convincere gli altri a lasciarcelo fare. Naturalmente, arrivato a quel punto, avrei potuto ritirarmi dall'attività. La gente mi chiedeva: ma perché adesso non ti diverti un po'? Ecco, non aveva capito: per me quello era divertimento. Divertirmi è l'aspetto essenziale del mio modo di fare business e tutto ciò che ho sempre fatto, fin dall'inizio. Il segreto di 'Virgin' è soprattutto il divertimento... negli ultimi anni il gruppo 'Virgin' è cresciuto e si è ampliato parecchio, forse più rapidamente

di qualunque altro gruppo europeo, e in questo processo ha fatto delle scelte ben precise. Può darsi che il nostro modo di fare business sia rimasto sempre lo stesso, ma il contesto è cambiato enormemente. Dopo la vendita di 'Virgin Music' e la vittoria su 'British Airways' nel gennaio del 1993 capii che, per la prima volta nella mia vita professionale, avevo superato il muro e potevo finalmente guardare da lontano la terra promessa. Non sempre era stato possibile. Per chiunque inizi senza avere alle spalle una solida copertura finanziaria, la linea che separa il successo dal fallimento è molto evanescente. La grande priorità è sopravvivere".

Richard Branson è sopravvissuto alla grande. Il capitalista hippie, come viene anche chiamato, sempre negli anni Novanta, si dedicò ad un altro dei suoi grandi amori, oltre la musica, ossia il volo. Così, dopo aver creato nel 1996 la 'V2 Records', la quale si ritagliò subito un posto di rilievo nella discografia mondiale, rivolse quasi tutto il proprio interesse verso la sua compagnia aerea, la quale nacque proprio in quegli anni: la 'Virgin Atlantic Airways'. Di lì a poco nasceranno, oltre all'Atlantic, dedicata ai viaggi intercontinentali, anche la sorella low cost europea, la 'Virgin Express', e le due 'Virgin Blue' e 'Virgin America', rispettivamente in Australia e negli U.S.A. Anticonformista, ribelle, avventuroso, non c'è campo in cui

Richard Branson non abbia investito. È leader incontrastato di un vasto impero – il 'Virgin Group' – che opera nei più disparati settori: finanza (banche, assicurazioni, ...), ristorazione (alberghi, resort di lusso, prodotti alimentari, bevande, ...), elettronica (telefonia mobile, televisione, ...), cultura e sport (organizzazione di festival, etichetta musicale V2, team di Formula 1), mobilità (trasporti aerei, ferroviari, navali, ...) e molti altri.

"La mia visione di 'Virgin' – rammenta Richard Branson nella sua autobiografia – è stata sintetizzata in modo assai efficace da Peter Gabriel, che una volta mi disse: Adesso è troppo! 'Virgin' è ovunque. Ti svegli la mattina con 'Virgin Radio', ti vesti con i 'jeans Virgin', vai al 'Virgin Megastore', bevi la 'Virgin Cola', vai in America con 'Virgin Atlantic'. Tra poco si saranno anche i battesimi, i matrimoni e i funerali 'Virgin'. Sì, potresti chiamarla 'dalla culla alla tomba': 'Virgin' ti accompagna dall'inizio alla fine. Come sempre Peter, che oltre a essere un musicista di grande talento è anche un businessman accorto, si è avvicinato molto alla verità. Allora non sapeva che avevamo circa duecento persone a Eastbourne che stavano lavorando a una gamma di cosmetici 'Virgin', mentre un altro team disegnava una linea di abbigliamento, né che stavamo lanciando un'offerta di acquisto per due linee ferroviarie di British Rail con cui sa-

remmo diventati il maggior operatore ferroviario della Gran Bretagna. Nonostante un organico complessivo di circa quarantamila individui, 'Virgin' non è un grande gruppo, ma è un grande marchio costituito da una moltitudine di piccole società. La strategia di 'Virgin' è stata quella di crescere in modo organico attraverso la continua creazione di nuove alleanze strategiche nei settori più diversi ed innovativi".

Fedele a questa sua filosofia aziendale Richard Branson il 17 ottobre 2011 ha inaugurato nel deserto del Nuovo Messico, negli Stati Uniti, lo 'Spaceport America', il primo aeroporto spaziale della storia firmato dall'architetto britannico Norman Foster. È dal 2004 che la 'Virgin Galactic' vende biglietti da duecentocinquanta dollari l'uno per chi vorrà, l'anno prossimo, sfiorare la cima dell'atmosfera terrestre, godersi una breve assenza di gravità e ammirare la Terra, seduto in una poltrona bianca e argentea. Richard Branson punta tuttora sul turismo d'alta quota per chi dispone di redditi stratosferici. Ha scelto di commissionare i suoi 'SpaceShipTwo' a un ingegnere eccezionale, Burt Rutan della 'Scaled Composites', disinvolto con le norme di sicurezza a terra ma con il più alto punteggio di rientri senza guai dai voli suborbitali. Richard Branson non è solo interessato al turismo spaziale ma investe soldi e energie anche nelle operazioni oceaniche. Nel 2011 ha lanciato il progetto 'Virgin Oceanic'. Col suo 'Deepflight Challenger' cercherà di esplorare cinque delle fosse oceaniche più profonde, cominciando dalla Fossa delle Marianne.

"Le imprese avventurose in barca, in mongolfiera, in aereo, in sottomarino, mi avevano aiutato a far conoscere 'Virgin', a far conoscere me e a incamerare dei ricordi memorabili da raccontare un giorno ai nipotini. Con la sorte, però, avevo



giocato abbastanza. A quel punto potevo sfruttare la posizione privilegiata in cui mi trovavo per fare qualcosa di realmente utile. Sì, volevo sfruttare la posizione e il potere che avevo raggiunto per cercare di realizzare il mio sogno iniziale, che coltivavo fin da quando, a quindici anni, avevo fondato la rivista 'Student' e scrivevo il mio primo editoriale: provare a cambiare il mondo. Da tempo cercavo di sostenere le organizzazioni umanitarie. Quel che avevo sempre pensato era che 'Virgin' non dovesse limitarsi a essere una macchina per fare soldi e che, disponendo del patrimonio di una piccola nazione, potesse utilizzarlo per affrontare i grandi problemi sociali con maggiore determinazione che in passato. Il mondo delle imprese ha la responsabilità di farlo... L'ultima volta che ero stato in Sudafrica avevo visitato alcuni ospedali, soprattutto quelli di Soweto. Fu devastante constatare

quante persone abbiano avuto la vita distrutta dall'HIV/AIDS, e fra queste i milioni di orfani che erano diventati capofamiglia all'età di nove anni! Dopo aver lanciato 'Mates' in Gran Bretagna, 'Virgin' aveva continuato a sostenere altre organizzazioni attive nel mondo nella lotta contro l'HIV/AIDS. Quel viaggio però mi fece giurare che, in un modo o nell'altro, avremmo fatto ancora di più per impedire che questa malattia spazzasse via intere generazioni. In Africa sono anche sostenitore di un'organizzazione che si batte affinché la parte del territorio che attualmente è protetta per la fauna selvatica passi dal due al quattro o al cinque per cento, incrementando le aree a disposizione per le migrazioni degli animali. Nella vita ho imparato ad aspettarmi che può sempre accadere di tutto. Sembra banale, ma tutto ciò che è successo a me, alla mia famiglia e a 'Virgin' mi ha insegnato che bi-



sogna essere sempre pronti ad affrontare i fatti più inattesi. Si impara semplicemente ad accettare quel che viene con atteggiamento sereno, senza prenderse la troppo ... In questi quarant'anni ho lavorato sodo per fare di 'Virgin' un grande gruppo globale. Lungo questo percorso abbiamo raccolto importanti successi, ma abbiamo anche affrontato difficoltà che, fortunatamente, sono sempre state compensate dal divertimento. Per anni tutto questo è sembrato più che sufficiente, ma io ho sempre sentito la necessità di assumere un ruolo socialmente responsabile e, forse perché sto invecchiando e sto diventando più saggio, sento di dover fare molto di più, e su scala assai più ampia, per aiutare la gente. La fondazione di 'Virgin Unite' è stato uno dei passi che ho compiuto nel campo dell'imprenditoria sociale. Uno dei primi viaggi che ho intrapreso per 'Virgin Unite' è stato un volo in Sudafrica in compagnia di Brad Pitt nell'ambito della nostra campagna per la lotta contro l'HIV/AIDS".

Nel primo decennio del 2000 Richard Branson, condivide le battaglie ambientali di Al Gore, investendo sulle energie rinnovabili e appassionandosi alle tematiche per la difesa dell'ambiente e contro i cambiamenti del clima ... "Fin da bam-

bino, forse per l'influsso del mio prozio Peter Scott, il fondatore del World Wildlife Fund, ho sempre provato interesse per l'ambiente – afferma Richard Branson nella sua autobiografia e prosegue – a 'Virgin' conoscevo i pericoli legati allo spreco delle risorse naturali e all'uso indiscriminato dei combustibili fossili ma, per molte ragioni, anche fra i più verdi dei verdi non si era mai avvertito una reale senso d'urgenza. Io temo di avere prestato vera attenzione al problema soltanto nel momento in cui ne sono stato coinvolto in prima persona ... nulla riesce però a risvegliarti la coscienza quanto il vicepresidente degli Stati Uniti che viene personalmente a casa tua per tenerti una lezione sull'argomento ... Al Gore guardando proprio me disse: Richard lei è conosciuto in tutto il mondo. Potrebbe aiutarmi a condurre una campagna per affrontare il cambiamento climatico. In mancanza dei politici ci servono dei leader del mondo imprenditoriale che possano assumere la guida ... tre mesi più tardi mi telefonò Bill Clinton per chiedermi se fossi disposto ad assumere un impegno per la sua 'Global Initiative' ... a seguito della conversazione con Bill Clinton, due mesi più tardi mi recai a New York per partecipare alla 'Clinton Global Initiative'. Il 21 settem-

bre, secondo giorno della conferenza, mi unii a lui e ad Al Gore impegnandomi personalmente a versare tre miliardi di dollari per lo sviluppo dei combustibili puliti. Fu un impegno assunto con la massima convinzione, non soltanto per il bene del gruppo 'Virgin' ma anche per dare un esempio ad altre imprese. Sottolineai con forza che non si trattava di filantropia né di beneficenza. Non volevo che i media dessero l'impressione che si trattasse di una sorta di donazione a vantaggio delle cause ambientaliste, ma questo purtroppo accadde, e io fui dipinto come una specie di benefattore universale. Le donazioni a scopo benefico hanno una loro ragion d'essere, ma io giudico assai più sostenibile investire il denaro in nuovi start-up per produrre risorse economiche per il futuro che mantengano vivo il gioco e ci rendano più competitivi nei confronti delle compagnie petrolifere e carbonifere. Un esempio in tal senso è il 'Virgin Atlantic Global Flyer'. Per costruirlo non si era utilizzato metallo, ma un materiale composto al carbonio, molto leggero e tuttavia in grado di funzionare con la massima sicurezza a quote elevatissime per migliorare sensibilmente l'efficienza dei consumi ... vedendolo con i miei occhi volare in cerchio come una grandiosa aquila, a quindici metri di quota e con un consumo di carburante inferiore a quello di un veicolo terrestre a trazione integrale, provai una forte emozione. Quell'impresa ci aveva spinti alla creazione di 'Virgin Galactic' e a effettuare investimenti nel settore spaziale, l'ultima frontiera. Senza lo spazio e senza il lavoro di organizzazioni come la NASA non conosceremmo neppure, né potremmo comprendere, i dati del cambiamento climatico, né potremmo sfamare l'attuale popolazione del pianeta. I satelliti rinviavano dallo spazio informazioni grazie alle quali l'agricoltura può disporre di previsioni meteo di lungo periodo e pia-

nificare in modo più efficace le operazioni di semina e raccolto. Lo spazio fornisce anche la risposta al viaggio del futuro senza impatto atmosferico ... utilizzando come modello il 'Virgin Atlantic Flyer', la flotta 'Virgin Galactic' ha potuto adottare fin da subito precisi criteri di rispetto ambientale. Oltre allo speciale materiale utilizzato per la costruzione della navicella, il prototipo del sistema di lancio funziona con un carburante derivato da gas esilarante e gomma e permette di effettuare migliaia di lanci in più rispetto al sistema della NASA. La stessa 'Virgin' si era aggiudicata l'«X Prize», il premio istituito per incoraggiare il viaggio spaziale privato. Burt Rutan e Paul Allen avevano vinto dieci milioni di dollari mettendo a punto il prototipo 'SpaceShipOne', ed era stato proprio quel premio a indurci a effettuare altri investimenti per lo sviluppo dello 'SpaceShipTwo' insieme con Burt, che infine di aveva condotti alla creazione di 'Virgin Galactic' ... qualunque cosa il futuro ci riservi, sono curioso e in ansia di scoprirlo quanto lo sono sempre stato. A mantenermi sempre attivo è proprio il senso della curiosità e dell'avventura, il senso della sfida che oggi, di fronte a questioni come l'AIDS, il riscaldamento globale e la guerra, diventa sempre più urgente ... spesso mi chiedono fino a dove potrà arrivare il gruppo 'Virgin' e se non abbiamo già condotto il marchio oltre i suoi limiti di tolleranza. Con monotona puntualità, tutti mi fanno notare che non esiste altra impresa al mondo che metta il suo nome su una quantità altrettanto vasta di società e di prodotti. È verissimo, hanno ragione, ma per me questo resta un motivo di grande orgoglio che non mi impedisce, tuttavia, di riflettere su questa domanda. Ebbene la risposta non è semplice da formulare. Io ho sempre vissuto cercando di sfruttare al massimo le opportunità e la possibilità di vivere delle avventure. Spes-



Richard Branson con la madre

so le idee migliori emergono all'improvviso, e per comprenderne il potenziale è indispensabile mantenere una visione il più possibile aperta ...".

Da questi brani tratti dal libro 'Richard Branson. Il business diverte. L'autobiografia' (Edizioni Tecniche Nuove S.p.A. – euro 29,90) si evince come l'autore abbia fatto un'autoanalisi profonda, complessa ed apprezzabile. Assai più di una raccolta di memorie è la vita straordinaria di Richard Branson vista attraverso i suoi occhi, ma anche una guida completa di business che rivela la sua originale filosofia sul commercio, il successo e la vita. Richard Branson ripercorre la storia di 'Virgin', dalla piccola attività di vendita di dischi per corrispondenza alla creazione del grande marchio globale, per mostrarci come, in modo alquanto simile alle sue

avventure in pallone, non sia stata soltanto una storia di travolgente successo, ma di fatica, impegno e lotta per la sopravvivenza. Il 'patron' di 'Virgin' ci narra la storia intima dei suoi ultimi progetti nel campo della salute, dell'ambiente e dei media, e condivide con noi le riflessioni personali sulle sue avventure audaci e sulla vita familiare. Dai venticinque milioni di dollari dell'iniziativa 'Virgin Earth' al lancio di 'Virgin Galactic', è uno sguardo unico e coinvolgente nella vita di un'icona globale dell'imprenditoria. L'autobiografia di Richard Branson è certamente un libro da acquistare, da consigliare ad amici e conoscenti, da leggere tutto d'un fiato e da riporre con cura nella propria libreria.

GianAngelo Pistoia

Richard Branson con il kitesurf

