

**EMOZIONI/1**

QUANDO IL TEMPO DIVENTA ETERNO

di Paolo Gobbi

# PER IL SOLO PIACERE DELL'ANIMA

I GIOVANI TALENTI E  
L'AMORE PER IL BELLO.  
REBECCA IRVIN CI  
RACCONTA L'ALTRA  
FACCIA DI **ROLEX**



**D**a quando il fondatore Hans Wilsdorf realizzò il sogno di creare un orologio da polso preciso ed elegante - all'inizio del XX secolo (epoca in cui l'orologio da taschino era la norma) - **Rolex**, leader nell'industria orologiera svizzera, ha sempre incoraggiato l'eccellenza individuale e la ricerca della perfezione. Proseguendo questa tradizione di lunga data, il marchio apporta un sensibile contributo al mondo dell'arte sponsorizzando una gran varietà di programmi e attività. L'impegno di **Rolex** per la cultura risale agli anni '70, quando il soprano neozelandese Kiri Te Kanawa, che cantò al matrimonio del Principe Carlo e Lady Diana Spencer nella Cattedrale di St. Paul a Londra, divenne il primo testimonial del marchio nel campo dell'arte.

Nel corso degli anni, **Rolex** ha esteso il proprio sostegno ad altri meritevoli artisti in settori specifici. Nelle arti liriche, il tenore spagnolo Plácido Domingo, ormai legato a **Rolex** da oltre 30 anni, il soprano Renée Fleming, il mezzosoprano Cecilia Bartoli e i tenori Jonas Kaufmann, originario della Germania, e Rolando Villazón del Messico, sono tutti testimonial del marchio. **Rolex** è inoltre impegnata ad aiutare i giovani artisti a esprimere le loro potenzialità tramite programmi come Operalia, una competizione di canto internazionale, fondata da Plácido Domingo, che si tiene con cadenza annuale.

Il **Rolex** Mentor and Protégé Arts Initiative è il programma filantropico che "scova" giovani talenti e, per un intero anno, favorisce la loro collaborazione creativa con grandi artisti in



*Il mezzo-soprano Sarah Jane Lewis  
durante il concerto  
della Georg Solti Accademia  
tenutosi a L'Andana  
a Castiglione della Pescaia*

GALILEUS

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

043330

www.ecostampa.it

**IL PROTAGONISTA**

**GEORG SOLTI ACCADEMIA**  
www.georgsoltiaccademia.org

Nata nel 2004 per preservare la memoria del leggendario direttore d'orchestra Sir Georg Solti, l'Accademia a lui intitolata rappresenta oggi una tra le più eloquenti ed esclusive realtà di formazione per giovani cantanti lirici e maestri collaboratori (répétiteurs) giunti a un momento di svolta della propria carriera. Dalla sua fondazione ad oggi, l'Accademia ha formato oltre cento promettenti talenti, molti dei quali hanno già intrapreso importanti carriere professionali ottenendo ingaggi di rilievo ad alcuni dei festival più rinomati (Glyndebourne e Santa Fe) o presso importanti case d'opera internazionali



una sorta di "insegnamento privato". Per comprendere appieno l'impegno filantropico di **Rolex**, ce lo siamo fatti illustrare direttamente dall'Associate Director Head del **Rolex** Institute, Rebecca Irvin. L'abbiamo incontrata proprio durante uno degli eventi patrocinati da **Rolex**, nella stupenda cornice dell'Andana, a Castiglione della Pescaia, dove si trovava per un concerto della Georg Solti Accademia.

TUTTI PENSANO CHE **ROLEX** SIA SOLAMENTE OROLOGI E OROLOGIAI. PER LEI NON È ESATTAMENTE COSÌ.

No (sorridente), in effetti io mi occupo delle attività filantropiche curate da **Rolex**, quindi de-

gli sponsoring non-commerciali, per i quali noi del **Rolex** Institute sviluppiamo degli appositi programmi, come il **Rolex** Mentor and Protégé. Inoltre ci occupiamo anche di sponsorizzare iniziative dedicate specificamente all'educazione dei giovani artisti emergent, ma anche dei giovani scienziati, esploratori, studiosi...

MI PERMETTA UNA DOMANDA TUTT'ALTRO CHE SCONTATA: PERCHÉ **ROLEX** FA QUESTO?

Perché possiamo! (il sorriso si fa ora ancora più aperto e sereno). Non siamo obbligati, non "dobbiamo". Abbiamo una tradizione filantropica e ci troviamo nelle condizioni di poterla



---

PERCHÈ **ROLEX** (PRODUTTORE OROLOGIERO) FA  
DEL MECENATISMO VERSO DEI GIOVANI ARTISTI?  
«SEMPLICE, PERCHÈ POSSIAMO!»

---

**EMOZIONI/1**

QUANDO IL TEMPO DIVENTA CITTADINO



Sopra, Rebecca Irvin, Associate Director Head of the Rolex Institute. Accanto a lei Matthias Stiefel, presidente e fondatore di WSP International/Interpeace



Rolex  
Oyster Perpetual Datejust II,  
versione completamente  
rivisitata di un grande classico.  
Cassa acciaio e movimento di  
manifattura. Costa 5.850 euro



«PENSIAMO CHE LE AZIENDE NON SIANO FATTE SOLO PER FARE SOLDI E VENDERE I LORO PRODOTTI, MA ANCHE PER SVOLGERE UN RUOLO NELLA SOCIETÀ E CONTRIBUIRE AD ESSA IN MODO POSITIVO» R. IRVIN

In queste due pagine alcune immagini del Concorso Lirico Internazionale Operalia, tenutosi al Teatro alla Scala di Milano  
Nella pagina accanto. Il primo premio voce femminile Sonya Yoncheva (Bulgaria). In questa pagina. A destra il Maestro Placido Domingo. Sotto, il premio del pubblico e il premio Zarzuela voce femminile, Rosa Faola (Italia). In basso. Il primo premio voce maschile Stefan Pop (Romania).



rispettare e onorare. Inoltre pensiamo, anzi siamo certi, che sia una "cosa buona" da fare.

Pensiamo che le aziende non siano fatte solo per fare soldi e vendere i loro prodotti, ma anche per svolgere un loro ruolo nella società e contribuire al suo sviluppo in modo positivo.

**PURA FILANTROPIA?**

Sì. Non c'è nessuna problematica che stiamo cercando o vogliamo risolvere. Altre aziende, ad esempio, seguono dei programmi socialmente responsabili, perché hanno dei problemi di correzione di immagine. **Rolex** ha una lunga tradizione, un'immagine senza ombre e, al contempo, uno stretto legame con individui eccezionali, nella scienza, nell'esplorazione, ma anche nel campo dell'arte e della cultura..

**QUINDI IL MECENATISMO È NEL DNA STESSO DI ROLEX?**

Sì, è importante ribadirlo. **Rolex** è una fondazione e questo la rende unica nel suo gene-

re. Con lo stesso impegno con cui curiamo la nostra parte produttiva e commerciale, ci facciamo carico delle nostre attività filantropiche. Un'altra cosa "fuori dal comune" è che siamo noi che abbiamo creato, in totale autonomia, i nostri programmi e tutti rispecchiano un'idea comune.

**QUALE?**

Non supportare mai le istituzioni ma le persone. L'individuo e le sue prestazioni sono sempre e unicamente al centro delle nostre attenzioni. Certo, alcuni di noi lavorano a dei master culturali presso le istituzioni, ma ciò che principalmente la nostra azienda fa è di aiutare gli individui, investendo su di loro. Mi sembra che sia una cosa insolita e anche bella.

**NON VI SENTITE UN PO' RIVOLUZIONARI IN QUESTO?**

Non so se tutto ciò sia davvero rivoluzionario. So bene invece che si tratta di una scelta importante per il futuro e questo ci basta.