

Storia, eventi, sport l'arte e il business del duca fotografo

CHARLES MARCH ESPONE A ROMA I SUOI SCATTI MOLTO APPREZZATI. ARTISTA MA ANCHE IMPRENDITORE HA TRASFORMATO LA TENUTA DI FAMIGLIA IN UN RESORT PER ULTRARICCHI, TRA CORSE DI CAVALLI E DI AUTO D'EPOCA

Bettina Bush

Milano

Un fotografo di sangue blu che diventa imprenditore di un'azienda da 100 milioni di sterline di fatturato, con una crescita del 9% solo nel 2017, creando un nuovo modello di business che coniuga storia, sport, cultura e turismo, sembra una favola. Ma ricostruendo la vita di Charles March, 11° Duca di Richmond, ogni scelta diventa la mossa precisa di una visione a lungo termine. L'animo ribelle e non convenzionale appare presto, quando a soli 16 il giovane decide di lasciare la prestigiosa scuola di Eton, quella dove ogni inglese sogna di andare, per seguire il cuore, ovvero la passione per la fotografia. Sul set del film *Barry Lindon* comincia la prima delle nuove vite di Charles March lavorando ac-



canto a un genio del cinema, Stanley Kubrick: «Sono sempre stato ossessionato dalle immagini e ho sempre avuto la passione per la fotografia - spiega Charles March - a 18 quando lavoravo sul set come fotografo per Barry Lindon ho imparato da questo grande maestro che non esiste l'arte del compromesso».

Charles March si chiamava Settrington, poi alla morte del nonno, come nella tradizione nobile, eredita il titolo di Lord March. Molti lo conoscono con entrambi i nomi

mentre diventa fotografo pubblicitario, vince premi, una sua foto è in collezione permanente al Centre Pompidou: «Negli Anni Ottanta non c'era il digitale - sottolinea March - negli studi di posa mi divertivo a manipolare, facevo effetti, creavo un mondo che era magico». Si rivela un maestro in questo settore, sa come disegnare sogni, emozioni e desideri, e decide di trasferire questi concetti nella sua tenuta di Goodwood, quasi 5 mila ettari di splendida campagna inglese che appartengono alla famiglia, i Du-



Charles March e, a sinistra, una delle sue fotografie in mostra a Roma; nell'altra foto, una delle gare di auto d'epoca che si tengono nel circuito di Goodwood

chi di Richmond dal lontano 1697, famosa per le incredibili gare automobilistiche e per le corse di cavalli a cui la Regina non rinunciava mai. Capisce che può sviluppare un nuovo modello di business partendo da quel passato per rilanciare l'azienda investendo sulla sua storia, creando ancora eventi di sport e divertimento in modo decisamente innovativo: «Ho cominciato ad occuparmene negli anni Novanta, volevo sviluppare le sue potenzialità esattamente come si fa con un brand, volevo tirar fuori il meglio della sua vera storia. Goodwood era stata famosa per gli eventi sportivi, i miei erano grandi appassionati di motori e di cavalli, nel 1802 avevo fatto la prima corsa di cavalli, nel 1702 la prima gara di cricket, nel 1914 hanno realizzato un campo da golf disegnato dal grande campione James Braid. Avevamo uno dei più importanti circuiti di motociclismo e automobilismo, tristemente chiuso nel 1966. Abbia-

mo voltato pagina nel 1993 l'abbiamo riaperto con una nuova idea, il Festival of Speed, un vero successo. Avevamo previsto 2.500 persone, ne sono arrivate 25 mila e oggi sono mediamente 200.000, siamo riusciti a portare il meglio delle macchine e dei campioni. Sono eventi che organizziamo con estrema precisione, con grande entusiasmo e lo trasmettiamo al pubblico che condivide con noi queste incredibili esperienze». Sempre in estate c'è il Qatar Goodwood Festival, la spettacolare gara dei migliori purosangue, in settembre il Goodwood Revival, un tuffo negli Anni 50 e 60 con macchine e costumi dell'epoca, seguita da un pubblico di 160 mila persone. Un modello di business unico a cui si aggiunge una delle più grandi aziende agricole biologiche dell'Europa, con ristorante, hotel da 91 camere, un Health Club; e accanto l'aerodromo, il golf, il cricket; infine c'è la Goodwood House, l'imponente re-

sidenza che custodisce anche due stupendi Canaletto. Oggi una tenuta dove lavorano oltre 800 dipendenti visitata da un milione di persone all'anno, inglesi e turisti che arrivano da tutto il mondo e di ogni classe sociale, che genera un indotto di 240 milioni di sterline (reputo dell'Università di Brighton). Intanto il Duca di Richmond non si ferma, e sta pensando ai nuovi settori da sviluppare. Il prossimo è il digitale: «Nel 2017 i nostri video su Goodwood hanno raggiunto 120 milioni di visualizzazioni», spiega il Duca - ci hanno portato sponsor come MasterCard, Montblanc, IWC, Jaguar, Lan Rover, con investimenti che raggiungono il 21% delle nostre entrate, adesso vogliamo sviluppare le nostre piattaforme digitali aspirando a una crescita delle sponsorizzazioni intorno al 10-15% all'anno». Un tuffo nel futuro che non ha fatto dimenticare al duca il suo passato: fino al 30 giugno torna fotografo e le sue foto saranno esposte nella sua prima mostra italiana a Roma, a Palazzo Borghese, nella Galleria del Cembalo, circa 90 opere che per gli appassionati costano dalle 4 mila alle 50 mila sterline.

© REPUBLICA/LORENZINI