



GRAN BRETAGNA

I T A L I A N I

N E L M O N D O

Amata regina

di Lichena Bertinato

La morte della regina Elisabetta II ha lasciato una grande tristezza e un profondo senso di affetto nella maggioranza dei cittadini inglesi. Un sentire condiviso da tutte le comunità del Regno Unito, compresa quella italiana che solo a Londra e a Manchester conta 470 mila iscritti all'Aire (Anagrafe degli italiani residenti all'estero). Per tanti di loro è come se fosse venuta a mancare una persona di famiglia, «una parente sorridente, buona, protettiva», dice Marco Camisani Calzolari, professore di comunicazione digitale e divulgatore scientifico, che annota come da tanti commenti e dalle reazioni sui suoi profili social traspaia tutto l'affetto degli italiani verso *the Queen*.

Alessandro Belluzzo, presidente della Camera di commercio italiana nel Regno Unito, a Londra da quindici anni e cittadino britannico dal 2018, riconosce in Elisabetta «una presenza sempre molto attenta a tutti, e vicina alla popolazione

a prescindere dalla provenienza», che «ha fatto sentire tutti noi parte del Regno Unito», identificando così la figura della monarca con quella della nazione stessa. Nei dieci giorni successivi alla morte della sovrana, culminati con il solenne e grandioso funerale di stato, «tutti hanno seguito rispettosamente il periodo di lutto» per empatia nei confronti del dolore della famiglia reale e del popolo britannico, sottolinea Camisani Calzolari. C'è chi ha portato i fiori davanti a Buckingham Palace o a Green Park per ringraziare la regina, o chi ha lasciato le condoglianze scritte negli appositi *books of condolences*. Oppure, come Cristina Cellini Antonini, direttrice artistica della charity «WeRestart» e de «Le Dame Art Gallery», ha fatto otto ore di fila per dare l'ultimo saluto a sua maestà. «Ho avuto la fortuna di accedere alla camera ardente» racconta Cellini Antonini, «un momento storico che rimarrà impresso nella mia memoria».



AB PROFESSIONAL PHOTO

Ora per re Carlo III si apre il difficile compito di ereditare la corona, di interpretare un ruolo che risulterebbe impegnativo per chiunque al suo posto. Nessun dubbio sulla sua competenza nell'esercizio del potere, piuttosto sulla sua capacità di entrare nel cuore delle persone come aveva saputo fare sua madre. Secondo il termometro dei social, Carlo «in generale non piace» riporta Camisani Calzolari, che sottolinea anche come questo sia probabilmente dovuto al fatto che la gente non conosce bene il nuovo re. Ci vorrà tempo perché Carlo esprima la sua personale interpretazione del ruolo ereditato, e si guadagni uno spazio di

visibilità. Una vera sfida, prosegue Calzolari, anche perché «la statura della regina è ineguagliabile. Soprattutto perché ha dimostrato di essere coerente per tutti questi anni. Cosa che Carlo non potrà eguagliare, anche solo per ovvie ragioni temporali».

Se la regina è sempre stata una grande estimatrice dell'Italia e del made in Italy, Belluzzo è certo che il nuovo re «non mancherà la vicinanza all'Italia, e dimostrerà una maggiore conoscenza di alcuni

aspetti del nostro Paese, come ha già fatto in occasione della sua presentazione della moda ecosostenibile». Il nuovo re è da tempo attento e sensibile alla causa ambientalista, ad esempio con la sua «Duchy Organics», marchio creato 31 anni fa, che promuove la produzione di alimenti biologici da agricoltura ecosostenibile. Oppure con le sue proposte per il ripensamento della mobilità urbana presentate in occasione del G20 a Roma nel 2021, e che potrebbero indicare una via per uscire dall'attuale crisi climatica. Un re «verde» potrebbe essere la guida per imprimere un cambiamento positivo, finalmente in sintonia con la natura.

L'affetto degli italiani

Alessandro Belluzzo, presidente della Camera di commercio italiana in Gran Bretagna. E Cristina Cellini Antonini, direttrice artistica della charity «WeRestart» e de «Le Dame Art Gallery».