

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica Museimpresa				
15	Prima Pagina Modena	20/08/2015	<i>TURISMO: PIU' CHE EFFETTO EXPO... EFFETTO FERRARI</i>	2
60/64	Turismo d'Italia	01/08/2015	<i>ALLA SCOPERTA DELL'ECCELLENZA</i>	4
Rubrica Cultura d'impresa				
72/73	Genova Impresa	01/08/2015	<i>FOTOGRAFIA E INDUSTRIA</i>	9
Rubrica Musei Aziendali				
88/95	Ruote Classiche	01/08/2015	<i>TRANQUILLI E' SOLO IL PRIMO PASSO</i>	11
52	La Nazione - Pisa	10/07/2015	DIECI AZIENDE E IL MUSEO PIAGGIO. VIDEO-SPOT E POI TUTTI A <<EXPO>>	19
15	Il Tirreno - Pontedera	09/08/2015	VERSO LA GRANDE FESTA PER I 70 ANNI DELLA VESPA	20

DISTRETTO | numeri ufficiali delle presenze sul territorio dovute all'Esposizione Universale non ci sono, ma il web parla chiaro

Turismo: più che effetto Expo... effetto Ferrari

Su TripAdvisor poche recensioni per arte e natura, tante per il Cavallino

di SIMONA LONERO

DISTRETTO

Effetto Expo 2015? E' ancora tutto da definire, almeno per quanto riguarda le visite nel Distretto Ceramicco. E' probabile però che i numeri mirabolanti ipotizzati in migliaia di presenze, al momento ancora non ci siano.

I pullman del tour Ferrari e Pavarotti land viaggiano praticamente vuoti. E il lancio del 'turismo industriale' annunciato dall'assessore sassolese Gregorio

Schenetti stenta a decollare.

Però, in attesa di numeri ufficiali su quanto sta accadendo, possiamo andare a vedere cosa succede nel

mondo virtuale del turismo, con i numeri del portale più noto a chi viaggia, ovvero TripAdvisor.

Le recensioni

Il record assoluto di recensioni è ovviamente del Museo Ferrari di Maranello, che forte delle sue 350 mila visite annuali, può contare su molta attenzione, a prescindere da Expo 2015, e sulla popolarità mondiale: sono 1507 i commenti lasciati dagli utenti di TripAdvisor. Ed anche le recensioni seguono questa logica: sono da tutta Italia, ed alcune anche dall'estero. Non manca una notevole quantità di commenti di visitatori locali e regionali.

Al secondo posto

Sono 118 le recensioni, molto positive per il Palazzo Ducale, mentre sono solo 7 quelle per gli scavi di Montegibbio.

Altro punto di interesse della città è sancito dalle 63 le recensioni per Balnea, e 13 sotto la voce Terme della Salvarola.

Se passiamo a Fiorano Modenese, troviamo le 89 recensioni per le Salse di Nirano mentre sono 18 per il Castello di Spezzano, e diventano solo 4 per il Santuario della Madonna del Castello.

Mentre a Formigine, il punto di maggiore interes-

se registrato da TripAdvisor è il Castello con 58 recensioni. Sono tre le recensioni per la Pieve di San Giacomo a Colombaro.

In tutti i casi, comunque, prevalgono largamente le recensioni locali, della zona, della provincia, talvolta della regione, e poco altro.

Insomma, almeno su TripAdvisor, non pare esserci stato un effetto Expo sulle

mete locali.

Effetto Ferrari

Quello che certamente c'è, è l'effetto Ferrari: se si scende fra le mete più commentate della provincia sul portale turistico, troviamo il Duomo di Modena, con quasi 700 commenti, e con una decina di meno, il Mef-Museo Enzo Ferrari di Modena, di nuovo. Nessuno poi si avvicina a tali numeri. La galleria Estense non arriva che a poche decine. Mentre chi si difende è la Rocca di Vignola con più di 200 commenti. Insomma, la provincia di Modena su TripAdvisor è rappresentata fondamentalmente dalla Ferrari.

E se poi vogliamo tornare al tema del turismo industriale, ecco che sui portali www.museimpresa.com e www.turismoindustriale.it ancora una volta il colore che domina è il rosso Ferrari. A buon intenditor...

■ Sono bel 1507 le recensioni sul portale dedicato al turismo per il Museo di Maranello

■ Il palazzo Ducale di Sassuolo è stato recensito da 118 persone, le salse di Nirano da 89.



MUSEO L'ex Galleria Ferrari, punto di massima attrazione turistica della provincia, a destra le salse di Nirano



PALAZZO Sopra la residenza Ducale di Sassuolo, a destra il Castello di Fomigine



MADE
IN ITALY*Tendenze*

Alla scoperta dell'eccellenza

Il TURISMO INDUSTRIALE è sempre più diffuso, per conoscere le imprese del territorio e i luoghi della produzione, per scoprirne i segreti, la cura e l'impegno che portano le nostre eccellenze nel mondo

DI SILVANA PIANA

Un patrimonio dentro a un patrimonio. Il turismo e l'impresa si fondono per dare nuovo appeal all'Italia e spronare

l'inventiva nel settore dei viaggi.

Alla galassia di grandi industrie e piccole aziende che hanno fatto la storia e il futuro della Penisola viene finalmente riconosciuta la capacità di attrarre la curiosità e l'interesse dei traveller, sempre più assetati di autenticità, di storie di genti e identità culturali. Dalle industrie dai trascorsi luminosi, ma dal presente segnato dalla crisi, alle pmi che da sempre costituiscono l'ossatura della produttività nazionale, siamo di fronte a una vera e propria potenza di fuoco che la filiera turistico-ricettiva vuole e deve sfruttare per immettere sul mercato

un'offerta incoming solida e ad alto valore aggiunto. Inoltre, per il segmento alberghiero il turismo d'impresa è un'occasione per partecipare in prima persona alla promozione di eventi e iniziative legati al mondo delle aziende,

Il circuito *Made in Piemonte* si pone l'obiettivo di far conoscere le eccellenze dell'industria e dell'artigianato regionali



predisponendo visite o pacchetti ad hoc integrati, destinati a utenze diverse: professionisti, appassionati o, più semplicemente, curiosi...

Made in Piemonte

Le imprese aprono dunque le porte ai turisti per far conoscere i loro segreti, ed entra nel vivo il progetto *Made in*



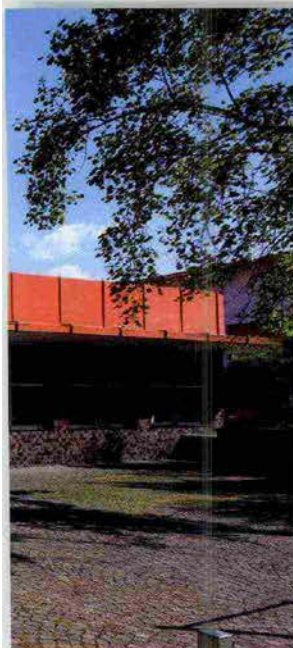


Foto: Fondazione Piaggio Onlus

Qui sopra, il Museo storico Alfa Romeo di Arese (Mi). A destra, il Museo Piaggio di Pontedera (Pi) e il Design Museum di Milano. In apertura, la Galleria Campari e l'ingresso del Museo Kartell nell'hinterland del capoluogo lombardo

Piemonte, che ha l'obiettivo di comunicare l'identità della regione valorizzando le eccellenze dell'industria e dell'artigianato, con la volontà di coinvolgere il turista facendolo diventare protagonista di un'esperienza culturale innovativa. La proposta comprende 51 visite guidate in altrettante realtà dei settori lusso, design e agroalimentare, per conoscere e osservare i processi produttivi delle aziende. Ma le visite sono anche un'ottima occasione per fare shopping negli spacci aziendali, per scoprire l'enogastronomia e il patrimonio storico-artistico della zona, attraverso percorsi tematici e attività varie. L'iniziativa si inserisce nell'ambito di un progetto transfrontaliero Italia-Svizzera finanziato dall'Unione europea per contribuire alla diversificazione e alla destagionalizzazione dell'offerta. «Nei nostri territori il turismo è anche e soprattutto impresa, quale fattore congiunti e mischiato nella realtà



regionale», ha sottolineato Antonella Parigi, assessore alla Cultura e al Turismo della Regione Piemonte, capofila del progetto in partnership con Unioncamere Piemonte. «Nostro obiettivo, partendo dal Piemonte orientale, è di estendere questo progetto a tutto il territorio regionale».

Milano, nel cuore del Made in Italy

I musei d'impresa di Milano e hinterland sono la testimonianza

di come la città e il suo vasto territorio circostante siano stati fulcro della crescita economica del Nord Italia, con un lascito di marchi che hanno dato lustro al passato e reso importante il futuro. Luoghi che ospitano la genialità e l'intraprendenza, che racchiudono la storia di un marchio, di una passione, di uno stile. Testimoni del made in Italy, rappresentano un patrimonio che la Provincia di Milano ha voluto valorizzare creando la rete dei musei d'impresa, in cui vale la pena entrare per conoscere come siano stati



Expo Veneto

L'imprenditoria veneta si mette in mostra a Expo 2015 con **expoveneto.it**. Il portale, promosso dalla Giunta regionale e dalle associazioni di categoria del mondo economico, è disponibile in 25 lingue e, oltre a elencare gli eventi dedicati alla manifestazione in programma sul territorio e i maggiori siti di interesse, mostra 1.500 imprese affiliate, che possono avere maggiore visibilità e invogliare i turisti a scoprire il panorama produttivo locale. «Attraverso questa piattaforma – spiega Luigi Brugnaro, ideatore dell'iniziativa – il Veneto si mette in rete per l'Esposizione Universale, sia facendo sistema tra le componenti del mondo produttivo e le istituzioni, sia sfruttando le potenzialità del web».

MADE
IN ITALY

Tendenze

fabbricati tanti oggetti di uso quotidiano, dei quali spesso si ignora l'origine o il percorso che li ha portati fino a noi. In particolare, il portale visitamilano.it segnala i centri di maggiore interesse e ne commenta le caratteristiche: si parte da Noviglio, a Sud del capoluogo lombardo, dove sorge il Museo Kartell, «custode e narratore di uno dei più ricchi e affascinanti capitoli della storia del design italiano – sottolinea il sito web –, con una collezione di oltre mille oggetti tra complementi d'arredo, lampade, casalinghi e mobili».

Il percorso prosegue poi verso un mito italiano: a Rodano infatti sorge il museo scooter e Lambretta, nato dalla passione di Vittorio Tessera, collezionista del popolare mezzo di trasporto che ha fatto concorrenza alla Vespa Piaggio.

«Dalle due alle quattro ruote con il Museo Alfa Romeo di Arese – suggerisce visitamilano.it –, dove sono esposte oltre 110 automobili, che coprono quasi l'intera produzione dal 1910 ai giorni nostri». Elegante e originale è anche la Galleria Campari a



L'Umbria Fashion Tourism è un percorso che include una speciale card per i viaggiatori interessati alla moda realizzata nel territorio



Sesto San Giovanni, dove il percorso espositivo traccia

la storia del marchio di uno dei prodotti italiani più apprezzati nel mondo. La tradizione tessile dell'alto milanese, invece, trova la sua massima espressione nella Zucchi Collection a Rescaldina, che raccoglie 12mila disegni dal 1785 al 1935, con le mode più varie e ricercate. I consigli proseguono con la visita alla Triennale, qui il Design

Museum di Milano – che si sviluppa su circa duemila metri quadrati – espone oggetti, dal Dopoguerra ai giorni nostri, che ruotano nell'esposizione ogni 18 mesi e che raccontano la storia del design italiano.

Umbria Fashion Tourism

Dal Nord al cuore dell'Italia, il viaggio fa tappa per conoscere una nuova realtà: *Umbria Fashion Tourism*, iniziativa che punta ad aggiungere un intrigante tassello alla scoperta di una regione già ben nota per la bellezza del territorio, per lo straordinario patrimonio artistico e per la bontà della sua cucina. Qui i viaggiatori possono scoprire la moda a chilometro zero e visitare otto aziende di maglieria e confezione. Il portale web umbriafashiontourism.it, con i profili social correlati, è il fulcro dell'iniziativa: il sito infatti mette in relazione le principali mete turistiche dell'Umbria con i fashion store delle aziende del circuito, suggerendo nuovi itinerari e piacevoli diversioni all'insegna della moda e della qualità, perfetti per un fine settimana in famiglia, in coppia o con le amiche. Umbria Fashion Tourism prevede inoltre iniziative speciali per premiare chi sceglie questo nuovo modo di scoprire le bellezze del territorio, con un'apposita fidelity card e omaggi scelti fra le specialità enogastronomiche del territorio umbro. L'idea è suggerire una tappa

THE EXTRAORDINARY COMMONPLACE



L'eccellenza industriale italiana sotto i riflettori anche nelle politiche governative, con l'obiettivo di far conoscere la grande realtà manifatturiera ai grandi mercati internazionali. Ha così debuttato, in Inghilterra, Stati Uniti e Canada, il video

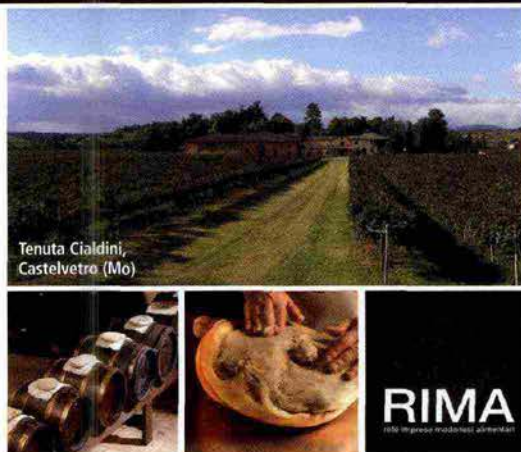
online *The Extraordinary Commonplace*, campagna web realizzata dal Ministero dello Sviluppo economico in collaborazione con Ice-Agenzia, supportata da video sui siti di testate economico-finanziarie quali *Financial Times*, *Wall Street Journal* ed *Economist*, e dal portale ad hoc extraordinarycommonplace.com. Quest'ultimo, suddiviso in due sezioni principali, *Pride&Prejudice* ed *Extraordinary Stories*, illustra i principali dati e le informazioni sul nostro sistema economico e manifatturiero, evidenziandone eccellenze e solidità. Tra gli obiettivi della campagna, quello di raggiungere, anche attraverso la promozione su YouTube, 20 milioni di visualizzazioni del video.



A Milano è stato da poco inaugurato il museo Armani/Silos, che ripercorre il lavoro di Giorgio Armani dagli anni 80 a oggi



Il turismo industriale crea un contatto diretto con le fabbriche e i prodotti e, tramite questi, con i territori dove sorgono le aziende



Tenuta Cialdini, Castelvetro (Mo)



Una pagina del sito Discover Ferrari & Pavarotti Land, a cui appartiene l'omonimo itinerario che si snoda tra Reggio Emilia, Modena, Sassuolo e Maranello

in più nella scoperta dell'Umbria e dei suoi tesori, da vedere, da fotografare e da condividere fra itinerari di arte, buon cibo e moda. Fra le tante varianti, ciascuno può disegnare il proprio itinerario secondo stile e tempo a disposizione, imparando a conoscere le origini e le tradizioni artigianali e produttive del territorio e approfittando di prezzi

speciali permessi dalla vendita diretta. I fashion store di Umbria Fashion Tourism sono all'interno delle aziende produttrici che hanno così scelto di aprire le proprie porte per raccontarsi ad un nuovo e più vasto pubblico.

Modena punta all'agroalimentare

Modena invece pensa ai buongustai.

Quattro aziende di eccellenza dell'agroalimentare aprono le porte ai turisti con visite, assaggi ed eventi dedicati. Una sinergia nata per Expo 2015, il cui tema centrale è l'alimentazione, ma destinata a proseguire in futuro. Un poker di realtà produttive che hanno stretto alleanza per dare vita ad altrettanti punti d'interesse

Dal tornio al design, sul Lago d'Orta

Fa ormai parte dei miti l'omino coi baffi che nel Carosello degli anni '50 pubblicizzava la Moka Express Bialetti, inventata negli anni '30 da Alfonso Bialetti. Oggetto di culto per gli amanti del design anni '60 è invece la pentola a pressione Lagostina, e non

meno celebri e ricercati capolavori delle arti applicate sono le linee Calderoni o Alessi, che hanno rivoluzionato il gusto degli utensili domestici grazie anche all'apporto di grandi designer quali Achille Castiglioni, Aldo Rossi ed Ettore Sottsass. Teatro di

tutte queste innovazioni, che hanno contribuito a scrivere la storia del disegno industriale italiano nell'ultimo secolo, è il Cusio, come illustra la collezione permanente del Forum di Omegna, centro polivalente sorto sulle strutture di una vecchia acciaieria.

Nell'ambito del Forum, la Fondazione Museo Arti e Industria promuove la ricerca sulla storia industriale cusiana attraverso il recupero di fonti e reperti significativi e due ampi saloni ospitano le mostre temporanee dedicate alla storia industriale del Distretto del Casalino.

**MADE
IN ITALY**

Tendenze

per il turismo d'impresa: il Museo della salumeria di Villani Salumi, a Castelnuovo Rangone; la tenuta agricola Cialdini e la cantina di Cleto Chiarli, a Castelvetro; le botti secolari di aceto balsamico tradizionale dell'Acetaia Malpighi, a San Donnino; l'azienda agricola biologica Hombre con annesso museo delle auto e moto storiche Panini, a Marzaglia. Insieme, le quattro aziende hanno costituito Rima - Rete imprese modenesi alimentari - aprendo i propri stabilimenti produttivi ai visitatori attraverso l'allestimento di aree di accoglienza, la realizzazione di visite guidate e tante degustazioni di prodotti, che ovviamente si possono anche acquistare.

Da segnalare: le aziende Rima saranno anche tappe del circuito *Discover Ferrari & Pavarotti Land*, itinerario turistico che collega musei, aziende e centri storici.

Design e produzione: i musei di impresa

Come vedete le idee e le iniziative non mancano. Per avere un quadro completo delle mete del turismo industriale in Italia si può anche consultare il portale www.museimpresa.com: un'autentica enciclopedia dalla A alla Z, che conduce il turista alla scoperta dei musei e degli archivi che custodiscono la storia di realtà aziendali dai nomi altisonanti, dalla Alessi all'Alfa Romeo, dalle mitiche Penne Aurora ai leggendari cappelli Borsalino. E ancora, dal design immortale delle poltrone Cassina alle Ducati e alle Fiat, passando per Piaggio e Lamborghini... il viaggio nell'industria italiana può davvero diventare infinito. ✖

Sopra, uno scorcio del Museo del Cappello Borsalino ad Alessandria e una sala del Museo Lamborghini a Sant'Agata Bolognese



Aprire le porte delle industrie

Nasce con questo messaggio il progetto di un top photographer che ha dato forma artistica a spazi, attimi e persone nelle angolazioni più segrete di colossi industriali, grandi fabbriche, medie e piccole aziende italiane. «Attraverso la fotografia - svela **Niccolò Biddau** - ho avuto la possibilità di far conoscere la complessità dell'industria, del processo produttivo, di far capire quanto è complessa la logistica e quante risorse differenti ci lavorino».

Il suo credo: trasmettere la cultura d'impresa come realtà composta da tanti diversi elementi, secondo un concetto che va al di là e che rafforza la mera apertura delle porte al pubblico.

I suggerimenti: non limitarsi al marketing fine a se stesso, ma attuare iniziative strutturate, capaci di far conoscere il cuore pulsante di un'azienda, far emergere gli aspetti storico-culturali ed economici che stanno alla base dei distretti industriali nati nel tessuto urbano. «Gli oggetti di uso comune che adoperiamo ogni giorno non piovono dal cielo! - dice Biddau - Occorre anche sapere dove e perché sono nati, chi li ha progettati e come sono stati prodotti». Da qui l'idea di usare la foto «non come strumento autoreferenziale per l'impresa, ma come legame con il territorio». Una relazione, quest'ultima, che accomuna aziende di ogni dimensione.



CULTURA
& SOCIETÀ
di Mario Orlando

Fotografia e Industria

L'importante iniziativa di Fondazione Ansaldo per la salvaguardia e la valorizzazione delle fonti fotografiche del mondo dell'industria e del lavoro.



Fondazione Ansaldo, uno dei principali archivi storici d'impresa in Italia dedicato ai temi della cultura economica e industriale, ha avviato nel gennaio 2015 un ambizioso progetto di recupero della memoria storica attraverso la riscoperta e la valorizzazione della documentazione fotografica, al fine di sottolineare la centralità della fotografia industriale nell'ambito della **cultura d'impresa**. La valorizzazione del patrimonio fotografico industriale, in

questo senso, contribuisce a porre la giusta attenzione sull'importanza rivestita dalla **cultura d'impresa** nel panorama storico nazionale.

La rilevanza culturale della fotografia industriale va ricercata innanzitutto nella capacità di aver rappresentato per la prima volta una modalità comunicativa innovativa che, attraverso un racconto per immagini, ha illustrato quel mondo della produzione e del lavoro che si andava svi-

luppando alla fine dell'ottocento: una dimensione fatta di macchinari, uomini e fabbriche che ha trovato grazie alla fotografia una propria rappresentazione sociale condivisa e immediatamente comprensibile dal pubblico.

In questo senso è possibile affermare che la fotografia industriale abbia efficacemente contribuito a costruire e diffondere nell'immaginario collettivo il concetto di progresso e modernità.

Il progetto "Fotografia e Industria" è parte delle attività svolte da Fondazione Ansaldo nell'ambito della propria mission di tutela, gestione e valorizzazione del patrimonio archivistico prodotto da significative realtà economiche e industriali attive nel territorio genovese e nazionale nell'arco degli ultimi due secoli: un patrimonio storico sottratto alla dispersione e al deterioramento a seguito di complesse vicende aziendali.

L'iniziativa, della durata di un anno, ha ricevuto un finanziamento della Compagnia di San Paolo, già partner di Fondazione Ansaldo in altri importanti progetti di salvaguardia della memoria storica dell'industria e del territorio come "La Liguria del saper fare si racconta®", con la costituzione dell'archivio audiovisivo delle fonti orali relative al mondo dell'impresa e del lavoro, "La Storia nel Futuro" e "Cinema & Industria", con il restauro e la digitalizzazione di filmati originali a tema economico e industriale, conservati nella Cineteca della Fondazione Ansaldo.

Tale finanziamento copre parte dei costi del progetto; la quota rimanente è coperta direttamente dalla Fondazione, mediante l'utilizzo delle risorse messe a disposizione dai Soci Fondatori e Sostenitori.

Il progetto "Fotografia e Industria", riconoscendo alla fotografia industriale d'epoca l'importanza di bene artistico-culturale e il valore di fonte storica, si articola in differenti attività che vanno dalla salvaguardia della documentazione originale conservata presso la Fototeca di Fondazione Ansaldo, alla schedatura secondo le norme e gli standard catalografici condivisi dalla comunità archivistica a livello nazionale e internazionale, alla digitalizzazione e messa in sicurezza del materiale, allo sviluppo di una piattaforma informatica per la gestione di contenuti multimediali e la fruizione di documentazione digitale sul web.

Quella della Fototeca di Fondazione Ansaldo è un'esperienza archivistica unica nel nostro Paese sia sul piano dell'eterogeneità della documentazione e dei supporti originali acquisiti, sia della enorme quantità del materiale conservato, sia della continuità nel tempo dell'attività di salvaguardia e tutela.

Il progetto prevede il trattamento nel corso del 2015 di 10.000 negativi fotografici originali su lastra, su supporto di vetro ai sali d'argento e su pellicola, tipologie di materiali che proprio in base alla fragilità degli elementi che li costituiscono si trovano, in alcuni casi, a forte rischio di degrado chimico-fisico, determinando la necessità di procedere alla loro opportuna conservazione attraverso l'utilizzo di materiali specifici e l'adozione di procedure che ne garantiscano appropriate condizioni di tutela e sicurezza.

Le fotografie oggetto dell'iniziativa sono state prodotte tra la seconda metà dell'Ottocento e la prima metà del Novecento in ambito industriale e provengono da fondi archivistici che documentano le attività produttive, econo-

miche e sociali relative a importanti aziende presenti sul territorio genovese, quali Ansaldo e Ansaldo San Giorgio, o relative a singoli individui e note famiglie di imprenditori, come i Perrone. I fondi presi in esame sono stati notificati dalla Soprintendenza Archivistica per la Liguria a dimostrazione del loro rilevante interesse storico per la collettività. Le fotografie selezionate nel progetto si rivelano essere fonti importanti per la ricerca storica, poiché contribuiscono a documentare e illustrare un secolo di attività industriale, innovazione tecnologica, organizzazione del lavoro, avvenimenti politici e sociali, trasformazioni del paesaggio urbano che hanno visto coinvolta Genova e il suo territorio negli ultimi due secoli.

Attraverso la navigazione di un portale web dedicato al progetto, sarà possibile sfogliare un album di immagini relative alle attività siderurgiche, alla produzione elettromeccanica, alla cantieristica navale, ai prodotti ferroviari e aeronautici; immagini riconducibili al sistema industriale nella sua complessità che documentano la vita dell'impresa in ogni suo aspetto come le cerimonie aziendali, le attività ricreative del dopolavoro e le colonie estive e relative a eventi politico-sociali che hanno caratterizzato la storia del nostro Paese come manifestazioni culturali, scioperi e agitazioni operaie.

L'ambizioso e appassionante obiettivo che si pone il progetto "Fotografia e Industria" è di rendere disponibile ai genovesi un pezzo della loro storia industriale e sociale, fornire alla comunità scientifica nuove fonti per lo studio della storia economica italiana nel periodo di fine ottocento-metà novecento e allo stesso tempo quello di mettere a disposizione del sistema formativo una ingente quantità di materiale fotografico finora inedito e rappresentativo dei principali comparti produttivi nazionali.

A livello tecnologico il progetto potrà avvalersi dell'output delle attività svolte nell'ambito del progetto "La memoria come Risorsa" (2012-2013), elaborato da Fondazione Ansaldo con il supporto di Finmeccanica, e del progetto "R.I.C.E.R.C.A. Risorse Industriali Culturali: Estrazione e Raccolta dei Contenuti per Accessibilità" (2013-2015), realizzato dal consorzio formato da Fondazione Ansaldo, CNR - IMATI (Istituto di Matematica Applicata e Tecnologie Informatiche) e Softeco Sismat, che ha avuto per obiettivo lo sviluppo di tecnologie informatiche per la gestione di materiali multimediali e sistemi di "data retrieval" avanzati, al fine di potenziare la consultazione di documentazione digitale e il contesto informativo a essa collegato, offrendo strumenti di ricerca semplici e intuitivi per la navigazione online di risorse archivistiche da parte di un pubblico numeroso caratterizzato da livelli culturali ed esigenze estremamente eterogenee.

L'attività sviluppata nel corso del 2015 rappresenta la prima fase di un più ampio progetto, che prevede complessivamente la digitalizzazione di 40.000 immagini in tre anni; la realizzazione delle ulteriori fasi del progetto, che non può prescindere dal supporto finanziario della Compagnia di San Paolo e dei Soci Fondatori e Sostenitori della Fondazione, renderà disponibile alla comunità scientifica e alla collettività uno dei più importanti archivi storici industriali fotografici digitalizzati del nostro Paese. ■

Mario Orlando è Direttore di Fondazione Ansaldo

S I LUOGHI DEL CULTO LA MACCHINA DEL TEMPO - MUSEO STORICO ALFA ROMEO



Speed
A legend is born



Ritorno nel "tempio"

Suggerimenti di luci, suoni e proiezioni evocano il mondo delle corse, ossia la Velocità. Insieme con la Timeline e la Bellezza (foto in alto) è uno dei temi scelti per far raccontare al museo di Arese la storia dell'Alfa Romeo: un allestimento completamente nuovo all'interno delle sale originarie.

LA CASA DEL BISCIONE RIAPRE DOPO 4 ANNI

TRANQUILLI È SOLO IL PRIMO PASSO

69 auto contro oltre 100, ma c'è più spazio tra una e l'altra. La scansione tematica anziché temporale? Frutto del lavoro di un pool di esperti che hanno selezionato i pezzi più rappresentativi della storia. Forse con qualche lacuna, dovuta però solo alla fretta per rispettare i tempi. E per chi si domanda se i capolavori continueranno a farsi vedere nelle gare, Lorenzo Ardizio, nuovo responsabile dell'esposizione, rassicura: sono macchine, non quadri, continueranno a girare e a farsi sentire

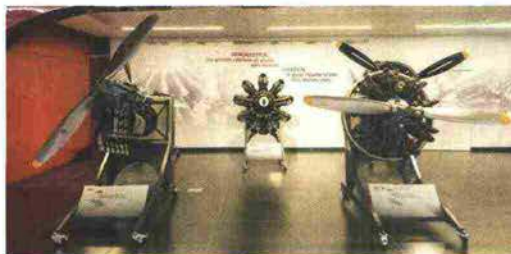
Testo e foto di Alessandro Barteletti

ocità
Speed


 AGOSTO 2015 **RUOTECLASSICHE** 89

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 081231

I LUOGHI DEL CULTO LA MACCHINA DEL TEMPO - MUSEO STORICO ALFA ROMEO

L'evoluzione del Biscione

Centocinque anni di storia raccontati attraverso l'evoluzione del marchio: è lo stemma a dare il benvenuto ai visitatori. Nella stessa sala anche i motori aeronautici, che rappresentarono una delle principali voci della produzione Alfa Romeo tra gli anni Trenta e Quaranta.

Il Museo Storico Alfa Romeo di Arese ha riaperto le porte al pubblico: è successo lo scorso 30 giugno e la notizia è tra le più importanti dell'anno. Non soltanto

per gli appassionati che dal 2011, anno della chiusura, mai hanno davvero creduto di poter perdere il loro "tempio", ma perché è un segnale tangibile di come il gruppo FCA abbia deciso di valorizzare la Casa milanese. Un investimento importante (40 milioni di euro di lavori su 20 mila metri quadri in sette mesi) per creare un punto d'incontro tra tradizione e futuro nel luogo più congeniale all'Alfa Romeo: Arese, appunto. Non è un caso che una settimana prima della riapertura, il 24 giugno 2015, a 105 anni esatti dalla fondazione del marchio, la struttura abbia ospitato la presentazione della nuova Giulia, punto di ripartenza del Biscione.

L'attuale museo è frutto di un lavoro di aggiunte e di ammodernamento dell'originale del 1976. Le sale, infatti, come impone il vincolo dei Beni culturali (vedi il riepilogo dei fatti nel box a pagina 94), sono quelle storiche progettate ad hoc dai fratelli e architetti Vito e Gustavo Latis nei primi anni Settanta nel contesto del Centro Direzionale, punto nevralgico dello stabilimento di Arese: chi prendeva decisioni sul futuro della Casa poteva così tenere sott'occhio la sua tradizione.

L'architetto Benedetto Camerana, a cui è stata affidata la riqualificazione dell'area e della struttura, ha elaborato un progetto che mantiene il gioco degli originali sei "mezzi piani", con un percorso che inizia dal superiore e prosegue a scendere. La vera novità è il percorso espositivo che non segue più il filone cronologico ma si sviluppa su tre temi ritenuti i più rappresentativi della storia

Le forme del "DNA"

Al centro del vecchio lucernario è stata posta un'installazione che attraversa i sei "mezzi piani" del museo: nomi delle vetture, segni grafici e giochi di luce sintetizzano rispettivamente i tre temi portanti del nuovo museo (Timeline, Bellezza, Velocità).





Un secolo di modelli

Dalla 24 HP del 1910 alla coupé 8C degli anni Duemila, decennio dopo decennio, vetture e motori raccontano nella Timeline l'evoluzione dell'industria milanese e del suo prodotto non solo dal punto di vista automobilistico ma anche sociale e culturale.

e del carattere Alfa Romeo: la Timeline, ossia un racconto di come è evoluta la vettura di produzione e di conseguenza l'industria stessa; la Bellezza, quindi lo stile; la Velocità, cioè le corse. Ma soprattutto, come ha dichiarato lo stesso Camerana, la nuova struttura è la casa dell'Alfa Romeo a Milano, uno spazio che al museo unisce possibilità ricreative con un concessionario e una pista dove provare le vetture in produzione, un bookshop, un ristorante e aree multimediali. Un progetto che riporta la mente al 19 giugno del 2008 quando l'allora responsabile marketing del gruppo Luca De Meo, in occasione della presentazione della Mito all'interno del Castello Sforzesco, svelò l'intenzione di re-



LA STORIA

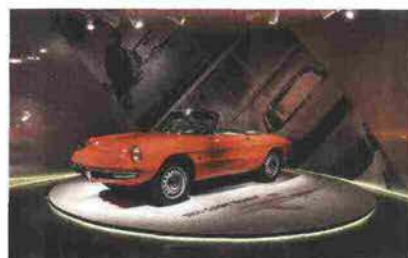
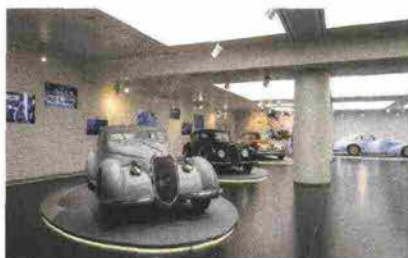
UN'ANTICA TRADIZIONE

Ha origini lontane la storia del museo dell'Alfa Romeo ed è di appena una trentina d'anni più giovane di quella della Casa del Portello: l'idea di raccogliere manufatti prodotti dall'Alfa Romeo venne infatti nel 1942 all'allora direttore generale Ugo Gobbato. Nonostante il difficile momento storico, siamo nel pieno della seconda guerra mondiale, Gobbato manifestò la specifica volontà di dare un senso alla già gloriosa, seppur ancora breve, storia del marchio. Incaricò quindi il capo del personale e già direttore sportivo della Scuderia Ferrari Nello Ugolini di costituire un museo aziendale, la raccolta di auto e materiale d'archivio venne formalizzata nel gennaio del 1945 adibendo un'area specifica del Portello. Si partì con un archivio di circa duemila fotografie e tre vetture: una Darracq 8 HP (appena acquistata in Svizzera) che rappresentava le origini dell'Alfa, una Tipo B (P3) ottenuta a seguito di uno scambio con il conte Carlo Biscaretti di Ruffia e la P2 campione del mondo 1925, auto sempre rimasta di proprietà del Portello. Un'eccezione, visto che fino ad allora c'era stata l'abitudine di disfarsi delle auto a fine stagione per finanziare lo sviluppo e la costruzione di quelle dell'anno dopo. L'acquisizione del materia-

le avvenne progressivamente, con un impulso particolare negli anni Sessanta grazie al presidente Giuseppe Luraghi che destinò all'operazione specifiche risorse economiche e umane. La collezione fu quindi spostata nel nuovo stabilimento di Arese, dove vennero provvisoriamente adibiti due saloni atti a ospitare le 36 vetture e i 27 motori messi insieme fino a quel momento, e fu istituito un reparto dedicato al restauro e alla ricostruzione delle automobili destinate al museo. A curare le operazioni era il disegnatore e progettista Luigi Fusi, una figura fortemente legata alla storia dell'Alfa Romeo, che si mise alla ricerca delle auto in ogni angolo del mondo. Una sede dedicata al museo venne a questo punto pensata e progettata dagli architetti Vito e Gustavo Latis nell'ambito del nuovo Centro Direzionale progettato insieme con Antonio Cassi Ramelli (storico progettista delle concessionarie Alfa Romeo) e all'ingegnere Vittore Ceretti. Intitolato al progettista Orazio Satta Puliga, uno degli artefici del "mito", il Museo Storico Alfa Romeo fu ufficialmente inaugurato il 18 dicembre del 1976.

(Si ringrazia per la consulenza lo storico e scrittore Fabio Morlacchi)



I LUOGHI DEL CULTO LA MACCHINA DEL TEMPO - MUSEO STORICO ALFA ROMEO

Questione di stile

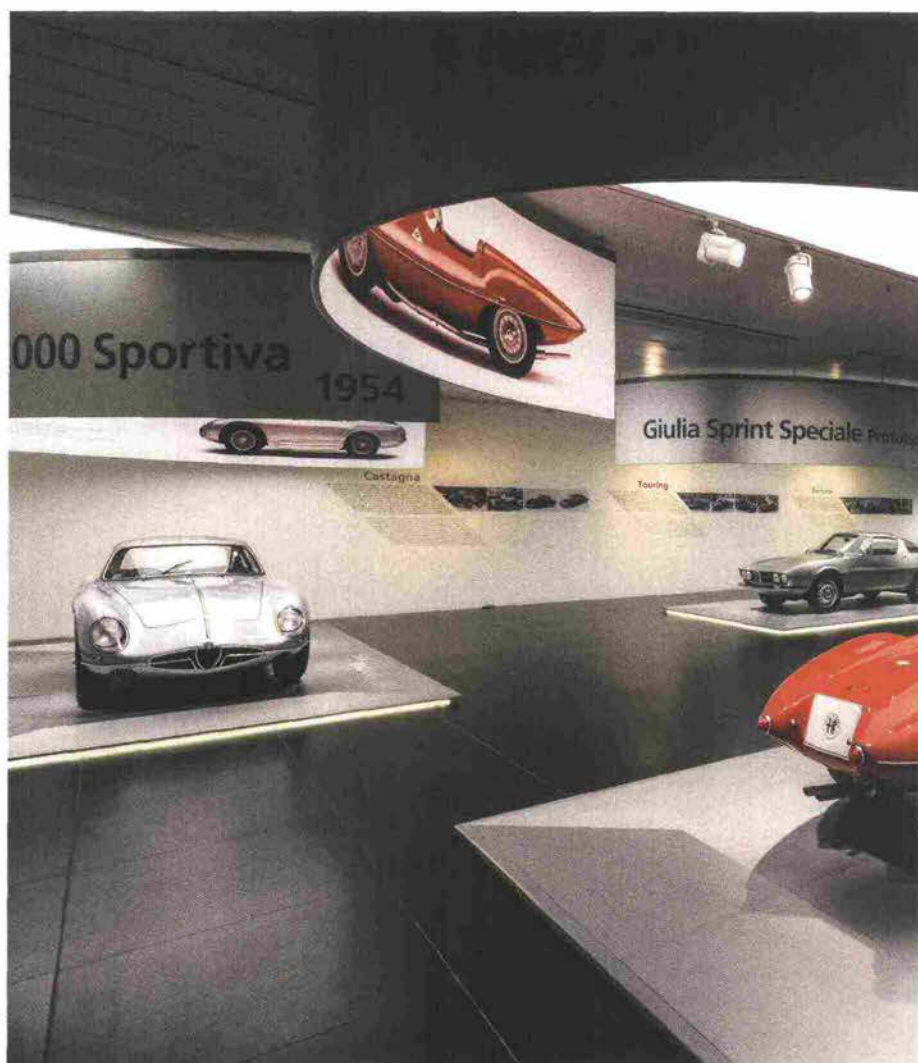
Il design estremo del "siluro" aerodinamico voluto dal conte Ricotti nel 1914 apre il piano della Bellezza; le interpretazioni Touring sui telai 6C e 8C degli anni 30 e 40 rappresentano la storia della carrozzeria italiana; la 1600 Spider (Duetto) evoca il mondo del cinema.

➔ alizzare un grande centro nei dintorni di Milano (cioè Arese) che sarebbe diventato il nuovo cuore dell'Alfa Romeo.

IL PERCORSO ESPOSITIVO

Sono sessantanove in tutto le vetture che compongono l'attuale allestimento. Un numero inferiore rispetto al precedente che ne prevedeva circa centodieci ma che è la conseguenza - ci spiega Lorenzo Ardizio, attuale curatore del museo - di una scelta ragionata: "Non siamo partiti dall'idea di un numero ma dalla scelta delle auto più rappresentative per ognuno dei tre temi portanti. Ne sono risultate queste 69: vuol dire anche che i metri quadri a disposizione di ogni auto sono circa tre volte quelli di prima, quindi ogni esemplare è valorizzato da luci e allestimenti dedicati". Chiediamo da chi era composto il comitato scientifico che ha lavorato alla scelta delle vetture: "Si andava dall'altissima dirigenza del gruppo a Lorenzo Ramaciotti, responsabile dello stile, e all'architetto Camerana, l'artefice appunto di questa ristrutturazione". Sono state coinvolte anche figure legate alla "vecchia" Alfa: "Ci sono stati - risponde Ardizio - anche dei consulenti esterni, tra cui il sottoscritto. Diciamo che uno zoccolo molto duro aziendale si è avvalso di contributi di chi aveva la giusta energia e il giusto titolo per darne".

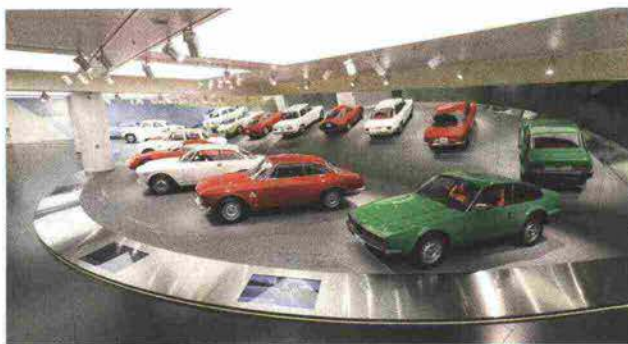
Riflettiamo insieme sul fatto che - per ora - sono rimaste fuori dal percorso espositivo quelle vetture che rappresentano, in parallelo alla storia principale e più nota dell'Alfa, momenti di ricerca, intuizioni, esperimenti. Tentavi come quello della 103, uno studio sulla trazione anteriore fatto dal Biscione tra gli anni 50 e 60, oppure della Pro-Car, un "mostro" dal cuore estremo ma con le linee della 164, passando poi per svariate "concept". Pensiamo anche ai prototipi della Montreal che rappresentarono l'Italia in occasione dell'esposizione universale del 1967 in Canada; un'op-



portunità di richiamo forte con Expo Milano 2015, evento di risonanza internazionale che si sta svolgendo a un passo da Arese. Giriamo la domanda ad Ardizio: chi conosce nel dettaglio le vicissitudini dell'Alfa Romeo non potrebbe sentirne la mancanza? "Stiamo parlando di una storia che è appena iniziata", risponde. "Questo vuole essere un museo vivo, significa che l'esposizione verrà ampliata, ruoterà, ci saranno mostre temporanee. Se prima il museo era alla sua massima saturazione, adesso c'è ancora molto da dire e nes-

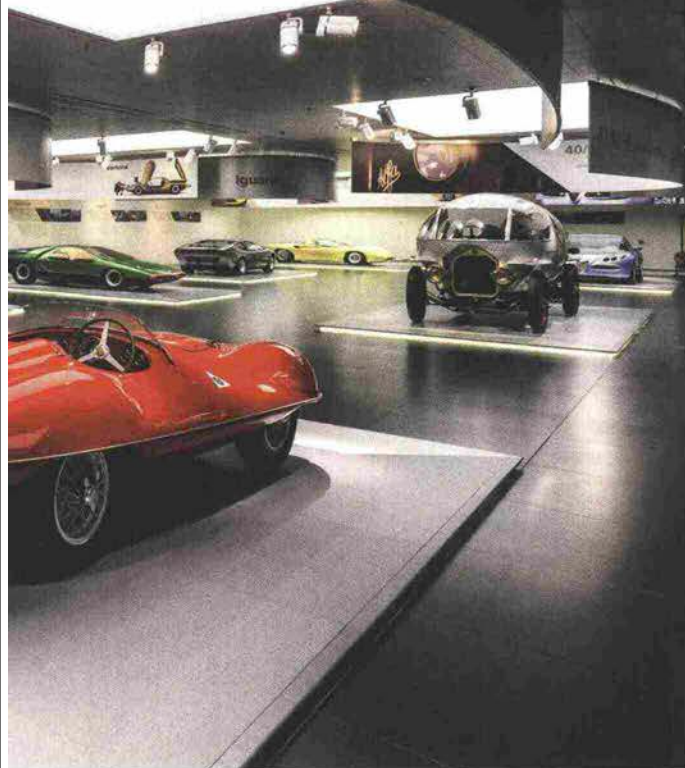
suna vettura deve sentirsi esclusa. Ai prototipi Montreal in chiave Expo, invece, non abbiamo pensato".

Notiamo anche che tra le sessantanove auto esposte ci sono pezzi provenienti da collezioni private. Curiosa la scelta di privilegiare alle vetture del museo esemplari "esterni" che oltretutto, visti da vicino, presentano anche qualche pecca. "Tutte le vetture del museo - spiega ancora Ardizio - sono state sottoposte a interventi di preparazione e i tempi a nostra disposizione sono stati molto stretti.



Dal surreale al reale

Ancora la Bellezza, con studi aerodinamici e dream car che vanno dalla futuristica Disco Volante del 1952 alla Nuvola del 1996 che invece guarda al passato. Sopra, la pedana che ospita le declinazioni "di serie" delle famiglie Giulietta e Giulia.



Per l'inaugurazione e il primo periodo abbiamo perciò preferito ricorrere a prestiti da parte di appassionati, a cui si può anche concedere il beneficio di qualche licenza".

UNO SGUARDO AL FUTURO

La riapertura del museo rappresenta il primo passo di una ristrutturazione che interessa anche i settori complementari alla collezione. Parliamo del Centro Documentazione, dell'officina che gestisce la manutenzione delle auto e dell'attività che le coinvolge in manifesta- ➔

LA VISITA

VIAGGIO A TRE DIMENSIONI

Un lungo serpentine rosso accoglie i visitatori sin dal parcheggio e li accompagna verso l'inizio dell'esposizione, passando per la biglietteria e il bookshop (apertura dalle 10 alle 18, fino alle 22 il giovedì, chiusura il martedì; prezzo standard del biglietto 12 euro, altre informazioni su www.museoalfaromeo.com). È lo stemma con i suoi 105 anni di storia a dare il benvenuto; dalla parte opposta i motori aeronautici, che tra gli anni Trenta e Quaranta hanno rappresentato una delle principali voci della produzione Alfa Romeo.

Il viaggio vero e proprio inizia con la Timeline che occupa i primi due piani: un cammino decennio dopo decennio che inizia con la 24 HP del 1910, la prima Alfa appunto, e si conclude con la coupé 8C del 2007. Un viaggio attraverso l'evoluzione dei modelli e quindi della storia della Casa: le vetture anteguerra sfociano nella 1900 del 1950, il modello che ha trasportato il Portello nell'era moderna; la Giulietta e la Giulia raccontano invece il momento di massimo valore a livello sociale e culturale. Mezzo piano più sotto, l'otto cilindri della Montreal derivato dalle corse e il piccolo boxer dell'Alfasud raccontano gli anni Settanta, il decennio dell'Alfetta. La 75 e la 164 si fanno portavoce degli Ottanta, chiudendo il ciclo della meccanica Alfa "classica" da una parte e aprendo invece alle piattaforme comuni dall'altra. La 156, gioiello di design frutto delle menti e delle matite del Centro Stile di Arese, rappresenta gli anni 90. Nella dimensione della Bellezza a farla da padrone sono le forme surreali - per l'epoca e per oggi - di vetture nate su richiesta di un singolo proprietario, come la ricostruzione del "siluro" aerodinamico (139 km/h) voluto dal conte Ricotti e realizzato da Castagna sul telaio della 40/60 HP nel 1914. Oppure la Disco Volante, una linea dell'altro mondo pensata da Touring con l'aerodinamica come elemento chiave per ottenere una vettura "monstre" nelle corse. Il trittico di visioni firmate Bertone (Carabo), Italdesign (Iguana) e Pininfarina (Coupé Speciale), sul telaio "aerodinamico" della 33 Stradale, rappresenta l'idea di dream car e di futuro secondo le tre grandi firme del design italiano sul finire degli anni Sessanta. La Nuvola del 1996, invece, è il risultato di una reinterpretazione in chiave moderna degli stili classici secondo il Centro Stile della Casa.

Dal surreale al reale la Bellezza comincia ad avvicinarsi alla serie con le interpretazioni di Touring sui telai e le meccaniche 6C 2300, 6C 2500 e 8C 2900. Una vetrina con i modelli di stile racconta in parallelo lo studio e l'evoluzione del design dal dopoguerra in poi. Prima di vedere il risultato "in scala reale", una saletta allestita a mo' di cinema e che ospita la Giulietta Spider (un prototipo) e la 1600 Spider (la Duetto), ricorda con la proiezione di spezzoni di film la presenza delle vetture del Biscione in pellicole come "Il Laureato" del 1967 con Dustin Hoffman e fino a "Nine", del 2009, con Nicole Kidman. Una tenda nera svela a questo punto le dinastie Giulietta e Giulia con le declinazioni coupé, berline e aerodinamiche con intenti agonistici, queste ultime rappresentate dalle Giulietta SZ ed SS oltre che dalla Giulia TZ.

La musica di sottofondo a ritmo di un cuore che batte e che dall'inizio accompagna la visita, adesso diventa protagonista: siamo nel piano della Velocità. Una sala con suggestioni di luci, filmati e - appunto - suoni racconta l'epopea di Antonio Ascari, di Campari, Brilli-Peri, Nuvolari, e delle loro imprese alla Targa Florio, alla Mille Miglia, a Le Mans. Ci sono la P2 del primo campionato del mondo nel 1925, la 6C 1500 e la 6C 1750, la 8C 2300 Monza, la 8C 2900 B che "incorniciano" le monoposto bimotore fatte dall'Alfa Romeo e dalla Scuderia Ferrari negli anni Trenta. L'ultima discesa è quella verso le Alfetta 158 e 159 di Nino Farina e di Juan Manuel Fangio, ossia i primi due campionati del mondo di F1 (1950 e 1951) entrambi vinti dall'Alfa Romeo. L'elenco di tutte le vittorie ricopre una parete lunga dieci metri che guida verso una sala dei trofei e che a sua volta catapultava nell'era Autodelta animata dalle Turismo (le GTA), dalle Gran Turismo (con la TZ2), dalle Sport (cioè le 33 due e tre litri e la TT 12 del 1975, l'anno del Mondiale vinto da Arturo Merzario), e dal ritorno in Formula 1. L'ultima pedana del museo è riservata alla 155 V6 TI che nel 1993 dominò la scena del campionato DTM.

I LUOGHI DEL CULTO LA MACCHINA DEL TEMPO - MUSEO STORICO ALFA ROMEO

Gli anni d'oro

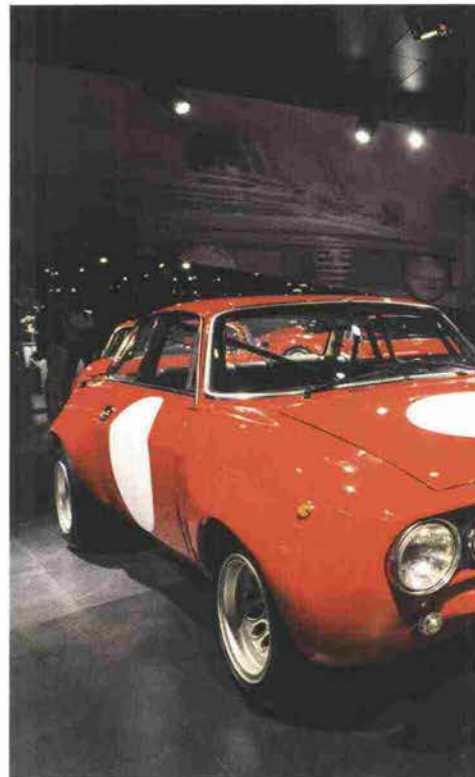
Gli esperimenti di monoposto bimotores, frutto delle esperienze dell'Alfa Romeo e della Scuderia Ferrari negli anni Trenta, dominano la prima sala della Velocità. A seguire le Alfetta 158 e 159, protagoniste assolute con Nino Farina e Juan Manuel Fangio dei primi Mondiali di F1 nel 1950 e '51.

zioni nazionali e internazionali (nonostante il museo chiuso, le vetture di Aresse hanno continuato a vivere da protagoniste in eventi come il "Festival" di Goodwood o, nel 2013, le celebrazioni ufficiali per i 90 anni di Le Mans). Attività che dal 2003 in poi sono state gestite sotto il cappello di Automobilismo Storico Alfa Romeo, un marchio che nel nuovo assetto sembrerebbe non esistere più. "Il processo di riorganizzazione è appena iniziato e non facciamo per ora un discorso di come cambiano i nomi dei settori. Restiamo però convinti che il marchio debba farsi vedere in tutte quelle circostanze in cui sia possibile essere protagonisti e raccontare la nostra storia".

Ardizio rassicura dunque che le vetture del museo continueranno a essere schierate al via delle più importanti manifestazioni storiche e che la manutenzione rimarrà interna

e autonoma: "L'officina è custode di una tradizione lunga 105 anni e vogliamo che continui a fare il suo lavoro. Stesso discorso per il patrimonio del Centro Documentazione che verrà ulteriormente valorizzato".

Il Registro Italiano Alfa Romeo e la Scuderia del Portello restano invece i due club ufficiali riconosciuti dal marchio. "Il loro ruolo non è cambiato: ciascuno ha la sua vita e le sue attività che ogni tanto potranno incrociarsi con quelle del museo. I club sono un elemento fondamentale per il brand Alfa Romeo: immaginare l'Alfa senza i suoi appassionati sarebbe come figurarsi una squadra di calcio senza tifosi. Impensabile". Chi negli anni Settanta ha visitato per la prima volta il museo di Aresse racconta di aver sentito "le voci" delle automobili, suggestione di un luogo voluto e realizzato dagli stessi uomini che negli anni hanno creato quelle auto e contribuito a far nascere il mito dell'Alfa Romeo (vedi il box a pagina 91). "A me continuano a parlare - dice Ardizio - nonostante i suoni di sottofondo degli allestimenti creati per il nuovo museo". A noi piace pensare che oltre a quelle delle installazioni continueremo a sentire anche le voci dei quattro, dei sei, degli otto e dei dodici cilindri. "Assolutamente", rassicura definitivamente Ardizio. "Sono macchine, non quadri". **R**


2010-2015
LA LUNGA ATTESA

Il vincolo. All'inizio del 2010 il Comune di Aresse chiede al Ministero per i Beni e le Attività Culturali di porre sotto regime di tutela la collezione del Museo Storico Alfa Romeo e l'archivio (Centro Documentazione), quest'ultimo già dichiarato di "notevole interesse storico" con un decreto del 17 marzo 1981. Il ministero appura il rilevante interesse della collezione e dell'archivio storico quali memorie dell'attività dell'Alfa Romeo in virtù della "rilevanza avuta dall'Alfa Romeo stessa nella storia dell'industria, della tecnologia, dell'innovazione, dell'economia e dello sviluppo sociale in Italia e nel mondo". A fine giugno del 2010 (pochi giorni dopo le celebrazioni per il centenario della Casa milanese) il ministero avvia il procedimento di "dichiarazione dell'interesse culturale" del patrimonio storico Alfa Romeo costituito dalla collezione del museo, dall'archivio storico e dagli edifici che li ospitano collegando strettamente i diversi elementi fra loro e il loro insieme al territorio. Ne consegue che il valore del Museo Storico Alfa Romeo in termini di patrimonio culturale nazionale viene preservato e tutelato solo riconoscendone l'inscindibilità tra "cose contenute e corpo architettonico contenitore". Il procedimento si conclude il 31 gennaio 2011 con il decreto del direttore regionale per i Beni Culturali e Paesaggistici della Lombardia, Caterina Bon Valsassina, che vincola l'in-

sieme rappresentato da collezione, archivio e museo in quanto testimonianza di particolare significato per la storia dell'industria italiana.

La chiusura del museo e il ricorso.

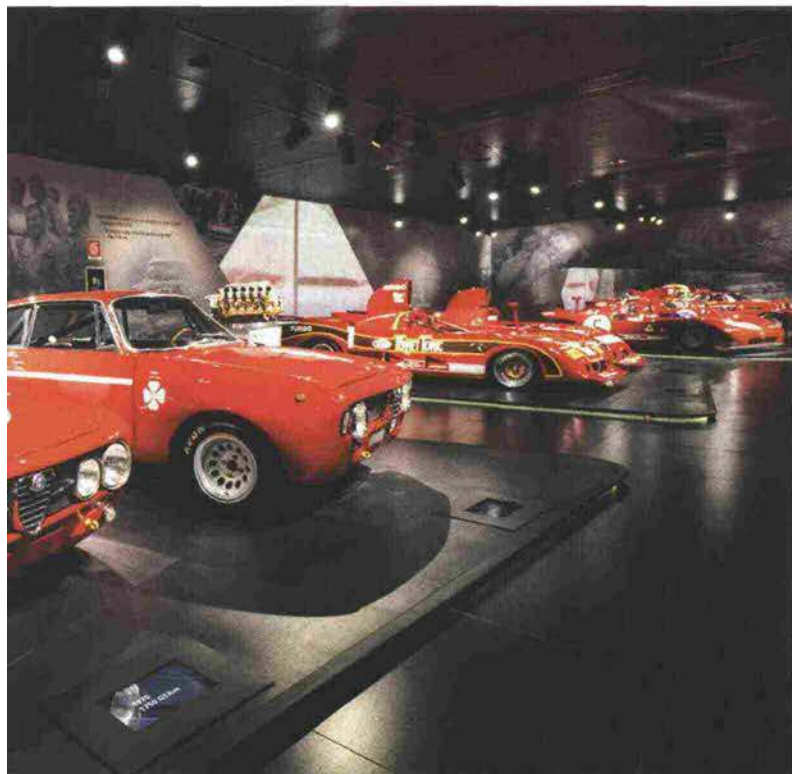
All'inizio di febbraio 2011, neanche una settimana dopo il provvedimento di tutela, la proprietà decide di chiudere il museo dell'Alfa Romeo per lavori di manutenzione a data da destinarsi. La notizia viene diramata tramite la pagina Internet del museo stesso. L'attività di Automobilismo Storico Alfa Romeo, l'entità che dal 2003 gestisce il museo, il Centro Documentazione e l'officina, prosegue invece a livello nazionale e internazionale (gare storiche, Saloni, servizi fotogiornalistici...); essendo le vetture state riconosciute come beni culturali, ognuna delle suddette attività - oltre cento eventi dal 31 gennaio 2011 a oggi - viene autorizzata dal ministero. Nell'aprile del 2011 la proprietà ricorre al Tar della Lombardia chiedendo l'annullamento del provvedimento e in subordine la rimozione del vinco-





L'era dell'Autodelta

La parte finale del percorso svela le GTA e le 33, che hanno dominato la scena delle categorie Turismo e Sport tra gli anni Sessanta e Settanta: l'ultima pedana è riservata alla 155 V6 TI, protagonista del campionato DTM nel 1993.



↓ LA COLLEZIONE

C'È MOLTO ALTRO...

Sono 256 auto e 39 motori i pezzi che costituiscono la collezione del Museo Storico Alfa Romeo di Arese, a cui si aggiungono i motori avio, un aereo, i modelli, i trofei, le targhe insieme con gli oltre 100.000 disegni, 50.000 immagini fotografiche e i documenti dell'archivio. Pezzi di una storia che - ci permettiamo una divagazione - ci piacerebbe venisse raccontata anche attraverso pagine magari meno popolari, magari non direttamente classificabili nei filoni principali dell'attuale allestimento, ma che rappresentano anche quella sperimentazione e la tecnologia che hanno determinato l'eccellenza del marchio. Parliamo per esempio della 103 (foto 1), interpretazione degli ingegneri Alfa di vettura compatta a trazione anteriore nel 1960; della Matta, ambiziosa fuoristrada col motore della 1900; della 164 Pro-Car (foto 3), quasi di serie nell'aspetto ma con un cuore da F1 (fu il banco di prova del V10 pensato per le monoposto). Il Mille dei pompieri racconterebbe la produzione dei veicoli industriali. Parlando di prototipi e di concept car pensiamo alla Scarabeo, vettura laboratorio col motore della Giulia in posizione centrale-posteriore, e alla Sprint 6C, che anticipano tra l'altro la disposizione dell'attuale 4C; al Taxi firmato ItalDesign, spunto proposto dal Moma di New York come studio razionale di un mezzo per il trasporto urbano; alla Proteo, meccanica 164 a trazione integrale con quattro ruote sterzanti e tetto in cristallo retrattile che vinse il Design Award del 1992. Ai prototipi Montreal (foto 2) che rappresentarono l'Italia in occasione di Expo '67, in Canada, un tema di forte attualità con l'esposizione universale attualmente in atto a due passi da Arese. Al prototipo della Giulia e all'Alfetta protagonista del raid Capo Nord-Capo Sud nelle loro condizioni di conservazione originali; all'Alfa 6 usata da Giovanni Paolo II e alla Giulia "tagliata" per il presidente della Repubblica Giuseppe Saragat.



1



2



3

lo sugli immobili, del rapporto pertinenziale tra collezione, archivio e immobili, e lo stralcio dall'insieme dichiarato d'interesse culturale di alcune vetture ritenute "doppioni".

L'occasione dell'Expo. Nell'aprile del 2013 la Fiat ufficializza che nel 2015 sarà main sponsor dell'Expo. Il comunicato stampa precisa che: "Saranno messe a disposizione dell'organizzazione anche le vetture storiche Alfa Romeo". Il ministero invita quindi le istituzioni pubbliche coinvolte nell'ambito di Expo a valutare per l'occasione la riapertura del museo di Arese essendo quest'ultimo, oltretutto, a soli sette chilometri dal sito dell'esposizione universale. Nel luglio del 2013 il presidente della Regione Lombardia Roberto Maroni propone un dialogo tra le parti. La proprietà si dice favorevole alla riapertura e a costruire nell'area strutture per valorizzare storia e futuro del marchio ma, per poter finanziare l'onerosa operazione, chiede la possibilità di vendere alcuni pezzi della collezione. Il 30 settembre 2013 il tentativo di riconciliazione naufraga e viene formalmente integrato il ricorso al Tar.

La svolta. Nel giugno del 2014 un confronto diretto tra i vertici del gruppo FCA, con l'interessamento dello stesso AD Sergio Marchionne, e quelli del Ministero per i Beni e le Attività Culturali sblocca finalmente la situazione. Po-

chi giorni dopo viene presentato il progetto dell'architetto Benedetto Carnarà per la riqualificazione dell'ex Centro Direzionale. Il ministero autorizza lo spostamento temporaneo a Torino di tutti i pezzi della collezione (con la clausola che vengano riportati nella sede di Arese a fine operazione), apponendo a procedere con il nuovo allestimento e dà il benestare per il restauro delle automobili. I lavori partono a tempo di record, con una stretta collaborazione tra ministero e proprietà. La nuova veste del museo viene svelata il 24 giugno 2015 in occasione del rilancio del marchio, ospitando la presentazione della Giulia. Il 30 giugno il Museo Storico Alfa Romeo riapre le porte al pubblico.

La situazione attuale. Al momento in cui scriviamo rimane ancora pendente il ricorso al Tar, che dovrebbe essere discusso il prossimo ottobre, e quindi la richiesta di poter vendere alcune auto del museo ritenute "doppioni". Secondo gli accordi presi, tutti i pezzi della collezione non esposti e ancora immagazzinati a Torino (vetture, motori, trofei, modelli di stile, allestimenti museali precedenti...), dovranno tornare ad Arese, loro sede naturale, non appena saranno completati i lavori di riqualificazione delle aree adibite a ospitarli. Anche il Centro Documentazione verrà sottoposto a un progetto di riordino e digitalizzazione.



► 10 Luglio 2015

Dieci aziende e il Museo Piaggio Video-spot e poi tutti a «Expo»

Riprese fra le nostre meravigliose colline. Ecco chi parte per Milano

Sarah Esposito

UN VIAGGIO in **Vespa** porta la Valdera a Milano. Direzione Expo. La Valdera sarà all'esposizione universale nella seconda settimana di settembre, dall'8 al 15, all'interno dei Chiostri dell'Umanitaria. Sono dieci le aziende, accompagnate dal Museo **Piaggio** e l'Istituto di biorobotica del Sant'Anna, ad aver aderito al programma "Valdera Per Expo" con il coordinamento dell'Unione della Valdera. Nello spazio monumentale nel centro di Milano, un ex convento francescano del '400, sarà rappresentato un percorso utilizzando la metafora del "Viaggio in **Vespa** in Valdera", durante il quale si incontreranno in modo organico le eccellenze culturali, di ricerca, di innovazione del territorio insieme al tessuto economico e produttivo. Enogastronomia, design, artigianato, meccanica, robotica sono chiamati a rappresentare la Valdera seguendo tre filoni narrativi: il buon vivere, il saper fare e l'innovazione.

IN QUESTI ultimi giorni sono state girate in Valdera le prime immagini che comporranno il video promozionale che lanceranno l'intero territorio durante la settimana milanese e che verranno mostrate ai visitatori all'interno della fiera e lanciate sul web. Il video, realizzato da WeLovePlaza, vede come protagonista la giovane modella e attrice Paola Tata, nelle vesti di una giovane ragazza che scopre la Valdera a bordo di un **vespa** del 1963 messa a disposizione dal **Vespa Club** di Pontedera. Alla giovane modella rumena, incoronata Miss Europa nel 2014, spetta il

compito di raccontare il nostro territorio. Nel suo viaggio, tra paesi e borghi che ha imparato a conoscere dato che da qualche mese ormai vive a Pontedera, Paola percorre i paesaggi ricchi di storia e artigianalità. «Un viaggio a metà tra il sogno e la realtà - dice Eugenio Leone, coordinatore del progetto - girato tra le colline dell'alta Valdera e la pianura produttiva che si conclude con l'arrivo all'interno del Museo **Piaggio**, casa madre della **Vespa**, unendo metaforicamente il presente alle solide radici del passato».

LE SCENE girate fino ad ora riguardano le zone di Palaia, Peccioli, Terricciola, Chianni, Pontedera e nei prossimi giorni saranno girate altre scene utilizzando anche un drone per le riprese aeree. Le aziende che salperanno alla volta di Milano coprono i settori del design con l'Istituto Modartech, YachtLine 1618, il comparto del mobile e del legno con Archiproject design, Castellani Mobili Ufficio e Toscana Pallets, oltre alla tecnologia d'avanguardia rappresentata da Pontlab. A supportare l'iniziativa due sponsor come EcoForService e la Banca di Pisa e Fornacette. Per il comparto enogastronomico, settore in cui le manifestazioni di interesse a partecipare sono ancora aperte attraverso il SUAP dell'Unione, ci saranno di sicuro Amedei Cioccolato e Savini Tartufi che attraverso i piatti e le degustazioni al winebar della Fiera faranno conoscere i prodotti gastronomici e vitivinicoli della zona. Nei prossimi giorni sarà presentato il programma degli eventi che animeranno la fiera durante le serate all'insegna dell'arte e della cultura.

LA GRANDE OCCASIONE
Ma sono ancora aperte
le iscrizioni per il settore
enogastronomico



09 Agosto 2015

Per i 70 anni della **Vespa** si pensa a un euroraduno in Valdera

LO SCOOTER PIAGGIO E UN APPUNTAMENTO SPECIALE

Verso la grande festa per i 70 anni della **Vespa**

Per l'anno prossimo gli appassionati del club di Pontedera vorrebbero riuscire ad organizzare un'edizione speciale del raduno europeo del Registro Storico

di **Andrea Lanini**
PONTEDERA

Sua maestà la **Vespa** è, senza dubbio alcuno, la pisana a due ruote più famosa al mondo. E il suo settantesimo compleanno, già atteso con trepidazione da schiere scoppiettanti di fan a cavallo di nere selle, verrà celebrato proprio nel 2016, ovviamente nella bella stagione, giacché Enrico **Piaggio** ne depositò il brevetto nell'aprile del '46: quale ridente primavera, per la nostra industria. Del resto, da Audrey Hepburn in avanti, per le platee internazionali l'immagine della **Vespa** fa rima col sole che il Belpaese sfodera nelle sue frizzantestati. Se poi la festa del ghiotto genetliaco scooteristico capitasse nel bel mezzo di Pisa città italiana capitale della Cultura, ne verrebbe fuori una miscela coi fiocchi, visto che la **Vespa**, nel suo azzeccatissimo ruolo di icona dell'italian style, fa cultura da sempre, comparando in veste di musa ispiratrice in film, romanzi, fiction, canzoni, foto d'autore e chi più ne ha più ne metta.

Pontedera, città della **Piaggio** e casa natale dell'invenzione più pop partorita dal genio ingegneristico di Corradino D'Ascanio, è già pronta a partecipare attivamente alle iniziative che l'azienda vorrà mettere in campo per tributare onore a questo traguardo. Non a caso si stanno già scaldando i motori: il 24 ottobre arriva in Valdera la tappa del **Vespa Rally**, e l'obiettivo è quello di bissare il successo dello scorso anno, quando il cimento dei migliori regolaristi europei ha entusiasmato e coinvolto e animato i centri storici della zona per due giorni di fila. Tra le idee di cui si parla più spesso, c'è quella di organizzare a Pontedera un'edizione speciale del raduno europeo del Registro Storico. Immaginarsi lo splendore: i più blasonati **Vespa Club** del Vecchio Continente che si danno appuntamento nel luogo in cui il loro vagheggiato idolo mosse i tanto sospirati primi metri: la Fondazione **Piaggio** che, coadiuvata dal Comune di Pontedera e dal Ve-

spa Club Pontedera, con la supervisione del **Vespa Club d'Italia** e del **Vespa World Club**, fa gli onori di casa nell'accogliere migliaia di appassionati muniti di altrettanti mezzi (i più belli in circolazione: è sulla perizia e la cura dei restauri che il Registro Storico punta la sua forza). Una festa in forma di show.

«Qualsiasi cosa alla fine **Piaggio** deciderà di organizzare per festeggiare l'importante compleanno della **Vespa** - spiega l'ingegner Riccardo Costagliola, presidente della Fondazione **Piaggio** - una cosa è certa: il territorio in cui questo splendido mezzo è nato ce la metterà tutta per fare bene. Questa terra è coltissima non solo dal punto di vista delle qualità che di solito si affiancano a questo termine, ma anche da quello tecnico, ingegneristico, industriale. La **Vespa** li sintetizza a meraviglia, ed anche per questo rappresenta il fulcro di un mito senza tempo».



RICCARDO COSTAGLIOLA

Qualsiasi cosa alla fine **Piaggio** deciderà di organizzare una cosa è certa: il territorio ce la metterà tutta per fare bene