

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica Museimpresa				
15	il Sole 24 Ore	31/08/2016	IL MUSEO DEL GIOIELLO SI RINNOVA (K.m.)	2
49	La Stampa - Ed. Novara	17/08/2016	EVENTI NOVARA	3
27	Corriere di Novara	01/08/2016	UN RACCONTO (NEL TEMPO) ATTRAVERSO GLI OGGETTI	4
80/82	PRIMA COMUNICAZIONE	01/08/2016	70 ANNI DI SCHEDINE E NON SOLO	6
19	In Villafranca Week	23/07/2016	AL MUSEO NICOLIS PROTAGONISTA LA "MITICA" VESPA 70 MODELLI PER 70 ANNI DI STORIA E TRADIZIONI ITALIA	9
Rubrica Musei Aziendali				
30/31	Corriere della Sera	13/08/2016	A TORINO UN'OFFICINA DELLA SCRITTURA, IL SOGNO DI MISTER AURORA (A.Ribaldo)	10
16	Il Giorno - Ed. Milano	24/08/2016	SESTO BRINDA CON IL GIOIELLO DI CASA CAMPARI (P.Longo)	11
110/11	VDG Viaggi del Gusto Magazine	01/08/2016	SCARPE CHE SANNO DI STORIA	12
13	Ed. Padova - Treviso – Venezia	28/08/2016	STRA, 17 MILA MODELLI RIEVOCANO LA STORIA DELLA SCARPA ITALIANA	14
19	TorinoSette	29/07/2016	LA VESPA NEL CINEMA TRA LUCAS E MORETTI	16

Esposizioni. A dicembre l'inaugurazione della seconda edizione - In due anni registrati 33mila visitatori

Il Museo del Gioiello si rinnova

■ In poco meno di due anni ha registrato più di 33mila visitatori, vuoi per la collocazione - la bellissima Basilica Palladiana, cameo architettonico del XVI secolo, patrimonio dell'Unesco dal 1994, nel cuore del centro storico di Vicenza -, vuoi per il pregio dell'esposizione-gioielli storici, moderni, avveniristici, pezzi unici d'autore, monili dalla preziosità senza prezzo.

Il Museo del Gioiello di Vicenza è primo in Italia e uno dei pochi al mondo dedicato esclusivamente al gioiello. È stato inaugurato il 24 dicembre 2014 e si prepara, il prossimo dicembre, ad inaugurare la seconda edizione 2017-18 con un'esposizione completamente rinnovata. Il museo, infatti, ideato e gestito da Fiera di Vicenza, in partnership con il Comune, è stato progettato per offrire ai visitatori un'inedita visione di spazio multifunzionale che prevede il rinnovamento

biennale dei gioielli esposti, rendendolo un luogo da visitare con continuità. Lo spazio di oltre 410 metri quadrati, curato e diretto da Alba Cappellieri, professore di Design del Gioiello al Politecnico di Milano e principale studiosa del settore in Italia, offre un'originale ed eterogenea esperienza estetica e conoscitiva. La convivenza tra un luogo iconico come la Basilica Palladiana e un allestimento innovativo progettato dalla designer Patricia Urquiola, dona al Museo una valenza artistica significativa. Nove sale espositive accompagnano i visitatori in un percorso nel tempo e nelle culture, dalla preistoria al futuro: Simbolo, Magia, Funzione, Bellezza, Arte, Moda, Design, Icone e Futuro.

Il format espositivo con le sue sale tematiche per il nuovo biennio rimarrà invariato, ma accoglierà un'inedita selezione di circa 400 gioielli, di assoluta eccel-

lenza e prestigio, selezionati in base alla sensibilità dei nuovi curatori coinvolti: Glenn Adamson Direttore MAD - NY (Sala Simbolo); Cristina Del Mare Antropologa (Sala Magia); Alessandra Possamai Storico (Sala Funzione); Nicolas Bos Van Cleef & Arpel - CEO (Sala Bellezza); Helen Drutt Critico e collezionista (Sala Arte); Stefano Piaggi Direttore Archivio Anna Piaggi (Sala Moda); Alba Cappellieri e Marco Romanelli Architetto (Sala Design); Paola Venturelli Storico (Sala Icone); Odoardo Fioravanti Designer (Sala Futuro).

Recente è, poi, la collaborazione tra Fiera di Vicenza e Museimpresa - l'associazione italiana Archivi e Musei d'Impresa nata nel 2001 per iniziativa di Asolombarda e Confindustria - che annuncia l'ingresso del Museo vicentino nell'associazione, inaugurando così una nuova categoria dedicata all'eccellenza

della gioielleria e oreficeria made in Italy. «Grazie alla collaborazione con Museimpresa - ha commentato il presidente di Fiera di Vicenza Matteo Marzotto - si apre al Museo del Gioiello la straordinaria opportunità di valorizzare ancor più il grande patrimonio di storia e artigianalità, conoscenza e bellezza dell'oreficeria e della gioielleria italiana e internazionale».

Il player fieristico si unisce così alla mission di Museimpresa, che è quella di offrire attraverso le imprese una ricca panoramica della storia produttiva, culturale e progettuale del nostro Paese e delle sue eccellenze nei principali settori del Made in Italy, dal design, al food, alla moda, introducendo da oggi anche il mondo degli accessori e del lusso trasversale.

K. M.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

SPAZIO MULTIFUNZIONALE

Sono nove le sale a tema all'interno della Basilica Palladiana: Simbolo, Magia, Funzione, Bellezza, Arte, Moda, Design, Icone e Futuro



eventi.novara@lastampa.it

Comignago Encantos latino

■ Encantos latino al Babi Bar di via Circonvallazione 9 a Comignago con il dj Osmal-dy alle 22 di stasera.

Momo Tributo a Vasco

■ Tributo a Vasco Rossi alla festa dei santi Zeno e Tecla al teatro tenda di via Marconi a Momo. Stasera alle 21 sul palco ci sarà la Rocketti band. Assaggi di risotto.

Novara Un «Non-Ferragosto»

■ Al Blues Café di via Achille Grandi a Novara serata «Non-Ferragosto» per il mercoledì targato Descontrol. Locale aperto dalle 22 alle 2 con in consolle Dax, Vins e Alex Roschant.

Ameno L'industria in mostra

■ In mostra al Museo Tor-nielli di Ameno gli oggetti che hanno fatto la storia della società e dell'impresa italiana: la bottiglia del Camparisoda disegnata da Depero e la cupola disegnata da Aldo Rossi per Alessi, ma anche le macchine della Olivetti. «50+! Il grande gioco dell'industria» espone oggetti provenienti dalle collezioni degli archivi e dei musei associati a «Museimpresa», a testimonianza dell'eccellenza del made in Italy. È aperta fino al 28 agosto (ingresso libero da giovedì a domenica, 15-18,30).

Cameri Cinema d'estate

■ Cinema d'estate a Cameri domani alle 21,15 al cinema Ballardini «Io che amo solo te» di Marco Ponti (5,50 euro).

Lesa Volti di donna

■ A Lesa, nella sala Pertini, è aperta al pubblico la mostra «Volti di donna. Grandi capolavori sul Lago Maggiore» che propone 25 copie d'autore realizzate da Carlo Bombardelli. Organizzata con il patrocinio del Comune di Lesa, è visitabile gratuitamente fino al 28 agosto, tutti i giorni dalle 15 alle 19 e al mattino su appuntamento (0322.772078, 349.2505241).

Oleggio Festa a Loreto

■ Stasera si conclude la festa alla parrocchia di Loreto. Si esibisce la scuola di ballo oleggese «Combinazione divina di Giada e Greta». Durante la serata si possono anche visitare le mostre dedicate alla banda filarmonica e ai quadri di Michele Brusati.



A PALAZZO TORNIELLI DI AMENO LA MOSTRA "50 + ! IL GRANDE GIOCO DELL'INDUSTRIA" PER STUDI APERTI

Un racconto (nel tempo) attraverso gli oggetti

Un grande gioco dell'oca per visualizzare "una macchina del tempo, un racconto attraverso gli oggetti ritmato da invenzioni, intuizioni, azzardi nati dall'ingegno di capitani d'industria e poeti delle fabbriche, di visionari delle officine, entusiasmo delle maestranze". Oggetti che appartengono alla storia industriale italiana, "che hanno plasmato l'immaginario collettivo di una nazione con innovazioni tecnologiche rapide, orgogliose e inattese. Sono grandi, piccoli, evidenti o nascosti, fissi o mobili, potenti, dolci, misteriosi e insospettabili", realizzati con materiali antichi oppure nuovissimi, grigi, neri, colorati, morbidi oppure rigidi nelle loro strutture d'acciaio. È quanto appare al visitatore della mostra "50 + ! Il grande gioco dell'industria", organizzata ad Ameno, a Palazzo Tornielli, in occasione della dodicesima edizione di Studi Aperti: rimarrà allestita per tutta l'estate, fino al 28 agosto (nella foto 1). Curata da Francesca Molteni per **Museimpresa** con il patrocinio di Assolombarda, l'esposizione propone immagini e notizie degli

oggetti esposti leggibili su poster che seguono lo scorrere degli anni, dal 1733 al 2012. Gli oggetti sono stati segnalati da 50 Musei d'impresa, tutti aderenti all'associazione **Museimpresa** e che nel 2012 avevano risposto, sotto l'egida di Assolombarda e Confindustria, ad un invito della "Domenica del Sole 24 Ore" fornendo materiali grafici e schede di un oggetto ritenuto particolarmente significativo per la storia industriale italiana. Il risultato dell'indagine è confluito in questa mostra dove, a partire dalla spoletta volante, simbolo della rivoluzione industriale settecentesca, le immagini presentano oggetti noti che non sono solo nei musei ma che si trovano nelle nostre case come le bottiglie di Martini. Sicuramente non la bottiglia esposta con l'etichetta del 1868 che sostituiva la prima, datata 1864, ma quelle attualmente in commercio oppure le bottigliette del Camparisoda primo aperitivo italiano. Disegnate nel 1932 da un artista futurista, Fortunato Depero, la bottiglietta è un prodotto ultramoderno voluto da un imprenditore visionario, Da-

vide Campari: forma geometrica conica che rende stabile l'oggetto, vetro smerigliato che aumenta la presa e permette di vedere la bibita rosso fuoco, nessuna etichetta ma il marchio a rilievo impresso nel vetro (nelle foto 2 e 3). Sempre nel 1932 Depero, che di questo prodotto impostò una delle prime campagne pubblicitarie italiane, aveva anche creato un prototipo del primo distributore automatico di Camparisoda. Gaspere Campari, padre di Davide e fondatore dell'azienda oggi nota in tutto il mondo, era nato a Cassolnovo e fra il 1856 e il 1861 aveva gestito un negozio di liquori proprio a Novara, in corso Porta Torino al numero 114.

Impossibile riportare tutte le informazioni e le curiosità che i poster contengono. Ne sono state selezionate alcune che si riferiscono ad oggetti ritenuti interessanti, ma le scelte di chi andrà a visitare l'esposizione potranno essere molto diverse. Si citano, ad esempio, la creazione della Vespa, nata nel 1946 dalla matita di Corradino D'Ascanio per l'imprenditore Enrico Piaggio; la storia della rivoluzione

nell'abbigliamento del tennis con l'azienda biellese a marchio Fila che nel 1974 vestiva il campione Björn Borg con una maglietta a righe e non più solo bianca; la creazione, nel 2002, del designer francese Philippe Starck della sedia "Louis Ghost", interamente in policarbonato, per Kartell, impresa fondata a Milano nel 1949 da Guido Castelli (nella foto 4). Oppure la produzione, nel 1988, della caffettiera "La Cupola" disegnata dall'architetto Aldo Rossi per Alessi, direttamente ispirata alla Cupola antonelliana della Basilica di San Gaudenzio, emblema della nostra città (nelle foto 5 e 6). Che così entra nelle nostre case, in formato minimalista, per soddisfare esigenze quotidiane.

Emiliana Mongiat

Titolo: "50 + ! Il grande gioco dell'industria"

Periodo: 1 luglio - 28 agosto

Sede: Palazzo Tornielli Ameno (Novara)

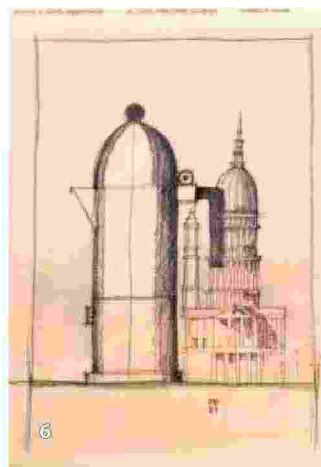
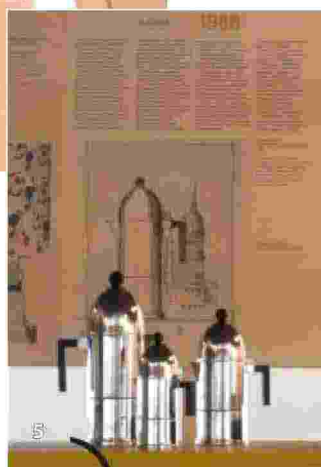
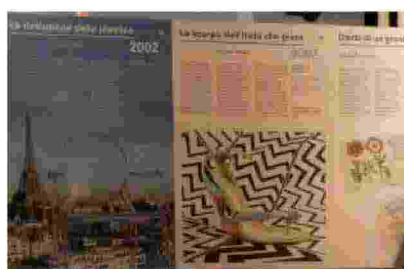
Orari: da giovedì a domenica 15/18.30

Ingresso libero

Info e contatti: tel. 320 9525617;

**www.studiaperti.it e
www.asilobianco.it**





*Invenzioni,
intuizioni
e azzardi nati
dall'ingegno
di capitani
d'industria e poeti
delle fabbriche*

SISAL

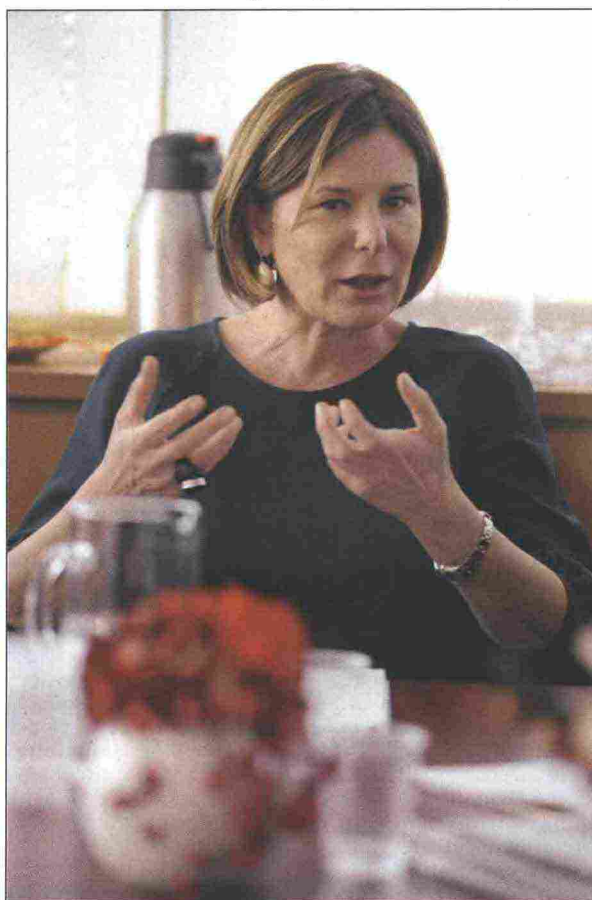
70 anni di schedine e non solo

La storica società del Totocalcio, ora in mano a Cvc Capital Partners, punta, oltre che sui giochi, sul settore dei pagamenti, utilizzando la rete delle ricevitorie in modo innovativo, spiega Simonetta Consiglio, vice president marketing and communication. E un compleanno importante si festeggia valorizzando la propria eredità e i molti progetti di responsabilità sociale

"In quel periodo la situazione dello sport italiano era men che precaria. Uscivamo da una guerra disastrosa, lo Stato aveva problemi più urgenti e più importanti da risolvere e le sue finanze non permettevano di provvedere alla sovvenzione dello sport. Per questo la Sisal pensò di sottoporre il suo progetto al Comitato olimpico nazionale italiano (Coni). Molto cammino ha fatto da allora il Totalizzatore della Sisal, ridando allo sport una dignità e una disponibilità finanziaria che ora gli permette di avere tutti i mezzi per la preparazione e la partecipazione degli atleti italiani alle competizioni internazionali". Così Massimo Della Pergola rievoca nel suo libro 'Il Sisalismo', pubblicato nel 1948, la nascita della società che ha inventato il Totocalcio e che lui ha fondato nel 1946.

Quella di Della Pergola è una storia romanzesca. Nato a Trieste nel 1912 da famiglia ebraica, comincia giovanissimo a lavorare per la *Gazzetta dello Sport*, ma nel 1938, in seguito alle leggi razziali, viene espulso dall'albo dei giornalisti. Per sfuggire ai fascisti nel 1943 ripara in Svizzera, dove viene internato in un campo di lavoro. È qui che ha l'idea di creare un concorso a premi per far rinascere lo sport in Italia, una volta finita la guerra. L'idea si realizza nel 1946, quando Della Pergola costituisce la Società Sport Italia, Sisal, assieme a Geo Molo, anche lui giornalista sportivo, condirettore di *Sport Ticinese*, e Fabio Jegher, scrittore e proprietario dell'ippodromo di Trieste. Le prime schedine arrivano nei bar nel maggio di quell'anno e tra gli italiani scoppia la passione del Totocalcio, che diventa presto uno dei simboli della rinascita del Paese e del miracolo economico post bellico.

Assieme al successo arriva però una mazzata: nel 1948 il governo decide di nazionalizzare il gioco. Della Pergo-



Simonetta Consiglio, vice president marketing and communication di Sisal.

la e soci intentano un'anno- quanto infruttuosa causa legale: il Totocalcio tornerà alla Sisal solo nel 2003, quando ormai aveva perso gran parte del suo appeal.

Nel 1955 Della Pergola tornerà a fare il giornalista sportivo, cedendo le sue quote ai due soci, ma prima assicura il futuro della Sisal, ideando e lanciando il Totip, il totalizzatore abbinato alle corse di cavalli, che accompagnerà per 60 anni l'ippica italiana. Con il Totip nascono le prime grandi sponsorizzazioni - dal Giro d'Italia alla boxe, al Festival di Sanremo - e fiorisce la comunicazione pubblicitaria, prima sui giornali (famose le pagine e i manifesti disegnati da Carlo Dinelli), poi in televisione, a partire dagli anni Ottanta, con le campagne per il Totip, la Tris e i nuovi popolari giochi nati negli anni successivi, primo tra tutti il SuperEnalotto, concorso con un jackpot da record mondiale.

La compagine sociale cambia ancora nel 2005: la famiglia Molo cede il 60% della Sisal al fondo di private equity italiano Clessidra, a cui si affiancano un anno dopo i fondi paneuropei Apax Partner e Permira, che rilevano il 97% delle quote. Un nuovo passaggio di mano è avvenuto il 30 maggio scorso: Cvc Capital Partners - una delle maggiori società internazionali di private equity e consulenza per investimenti, guidata in Italia da Giampiero Mazza - ha rilevato il 100% di Sisal Group per un valore pari a un miliardo di euro (l'operazione sarà perfezionata entro settembre).

La società, che ha fatto la storia dei giochi a premi nel nostro Paese, festeggia così il suo 70esimo anniversario con una nuova proprietà, duemila dipendenti, una rete di circa 45mila ricevitorie e ricavi per 787 milioni di euro. Oggi Sisal è il secondo operatore italiano sul mercato dei giochi dopo Lottomatica, grazie agli apparecchi di

intrattenimento, alle lotterie e ai giochi online sul portale Sisal.it. Una quota crescente di ricavi deriva però da un'attività di tutt'altro genere, i servizi di SisalPay, ovvero il pagamento di bollette, tasse, multe, ricariche telefoniche, eccetera. Una nuova redditizia linea di business (174 milioni di euro di fatturato nel 2015) inaugurata nel 2012 per diversificare l'attività del gruppo.

"Quello dei pagamenti è un settore molto dinamico e interessante: lo dimostra l'ingresso di numerosi player, tra cui multinazionali come Google e Apple", afferma Simonetta Consiglio, vice president marketing and communication di Sisal. "Il giro d'affari dei servizi di pagamento ha già superato quello dei giochi, 8 miliardi di ricavi, e noi abbiamo un ruolo importante in questo mercato. Il primo servizio di pagamento l'abbiamo lanciato diversi anni fa, in partnership con Ferrovie dello Stato, ma il business è cresciuto veramente solo negli ultimi quattro anni, sotto l'impulso dell'amministratore delegato Emilio Petrone e di Maurizio Santacroce, responsabile delle business unit Online gaming e Payment".

Questa operazione di diversificazione ha fatto leva su due asset fondamentali di Sisal: la rete telematica e la rete commerciale delle tabaccherie e ricevitorie.

"Nella nostra storia abbiamo sempre cercato di sviluppare il business, valorizzando in modi nuovi gli asset presenti in azienda", spiega Consiglio. "Avevamo già una rete telematica, dove raccoglievamo soldi, e avevamo i punti vendita, le nostre ricevitorie: abbiamo utilizzato queste risorse in modo innovativo. Oggi proponiamo circa 500 servizi di pagamento e stiamo ragionando su come allargare ulteriormente l'offerta, fornendo nuovi tipi di servizi, anche in collaborazione con la pubblica amministrazione. Uno degli ultimi accordi l'abbiamo siglato con Trenitalia: si può prenotare il biglietto sul sito di Trenitalia e poi ritirarlo e pagarlo di persona, in ricevitoria".

SisalPay ha anche una piattaforma e un'app per i pagamenti online, ma in Italia c'è ancora una certa resistenza a pagare via Internet. Sisal offre quindi un'alternativa 'fisica', entrando così in concorrenza con le banche e con Poste Italiane. "Ma con una grossa differenza", osserva Consiglio. "All'ufficio postale ci si va solo per pagare; in un bar ti prendi un caffè, ti rilassi, e non devi metterti in fila e aspettare il tuo turno. Inoltre le Poste e le banche hanno ridotto il numero degli sportelli, quindi il tragitto da casa per l'utente diventa più lungo. Noi, al contrario, stiamo allargando la nostra rete ai supermercati, alle edicole e ad altri punti vendita: la metteremo a disposizione di qualsiasi azienda che voglia sviluppare un servizio di prossimità per i propri clienti. La nostra mission è sempre stata quella rendere più semplice e divertente la vita delle persone, assecondando i loro bisogni. E questo vale anche per i servizi".

Pier Donato Vercellone, responsabile comunicazione e relazioni esterne di Sisal, e da qualche settimana nuovo presidente di Ferpi (Federazione relazioni pubbliche

italiana: ndr), aggiunge un altro tassello alla definizione del dna della società, la sua heritage, ancora viva e vitale a 70 anni dalla nascita. "L'innovazione è un altro elemento costante della nostra storia", dice Vercellone. "Nel suo libro 'Il Sisalismo', Della Pergola racconta in un modo incredibile per quegli anni - come oggi potrebbe fare Bill Gates - quel 'sistema perfetto', così lo definisce, che è la Sisal fin dalle origini, basato sulla tecnologia, sull'innovazione e sulla rete delle ricevitorie. I pagamenti sono in un certo senso l'eredità, il futuro di questo suo pensiero".

L'altro tassello fondamentale è la responsabilità sociale, anche questo presente fin dall'inizio: "Sentivamo che dovevamo fare qualcosa per il Paese", scrive Della Pergola. Ed ecco il tema della ricostruzione dello sport italiano grazie ai



Presentazione del francobollo celebrativo dedicato al 70esimo anniversario del Totocalcio. Da sinistra: Emilio Petrone, ad del gruppo Sisal; Luisa Todini, presidente di Poste Italiane; Marino Bartoletti, giornalista sportivo; Giancarlo Antognoni, storico capitano della Fiorentina e centrocampista azzurro; Carlo Tavecchio, presidente della Figg; Antonello Giacomelli, sottosegretario del ministero dello Sviluppo economico.

proventi del Totocalcio, da lui fondato.

Le celebrazioni per i 70 anni della Sisal sono iniziate nel settembre dello scorso anno proprio con la presentazione del 'Rapporto di so-

stenibilità', che fa il punto sulle iniziative di corporate social responsibility, sia nei confronti dei clienti (vedi l'impegno per il gioco responsabile, promosso anche attraverso una serie web, 'Mr. Smart'), sia verso la comunità: come il progetto a sostegno delle startup, in collaborazione con la Fondazione ItaliaCamp, la partnership con il Piccolo Teatro di Milano, che ha portato al restauro e al riutilizzo del Chiostro Nina Vinchi, e le tante raccolte fondi promosse da Sisal a favore di Telethon, delle ricerche sul cancro dell'Airc, della Fondazione Umberto Veronesi e della Fondazione Vialli e Mauro per la ricerca e lo sport.

Le celebrazioni del 70esimo sono state precedute da un'attività interna molto intensa, partita nel 2012, che ha portato alla creazione dell'archivio storico Meic, acronimo di 'Memoria, evoluzione, identità condivisa'. "Abbiamo raccolto tutti i documenti e il materiale storico dispersi nei vari uffici e li abbiamo organizzati in modo professionale, secondo le regole dell'archivistica", racconta Cristina Schiopu, executive communication manager di Sisal, responsabile del progetto. "È stato un lavoro corale, che ha coinvolto tutti i dipendenti e che abbiamo realizzato senza rivolgerci ad agenzie esterne, perché pensiamo che la memoria storica sia un tema che appartiene all'azienda".

L'archivio si trova a Peschiera Borromeo, alle porte di Milano, in una vecchia sede della Sisal che anni fa, prima dell'automazione, ospitava gli 'spogliatori', cioè le perso-

SISAL

→ ne che facevano lo spoglio delle schedine per individuare quelle vincenti. I locali ospitano gli atti della società, i registri, i documenti ufficiali, la collezione di *Sport Italia*, il giornale organo ufficiale della Sisal, i manifesti delle campagne pubblicitarie, circa 700 affissioni, tremila schedine, oltre seimila documenti fotografici e vari strumenti di lavoro, dalle vecchie scrivanie ai timbri, ai terminali di gioco che a partire dagli anni Novanta hanno automatizzato l'attività delle ricevitori. Dal giugno 2014 il Meic fa parte di **Museimpresa**, la rete dei musei e degli archivi d'impresa italiani, e ha già partecipato a diverse mostre sul tema della **cultura d'impresa**, ottenendo un buon riconoscimento da parte dei media.

Al Meic è legato il sito Unastoriapergiochi.it, realizzato in collaborazione con la società di consulenza web Alkemy e inaugurato il 5 maggio scorso in occasione della presentazione, avvenuta allo Stadio Olimpico di Roma, del francobollo celebrativo dedicato al 70esimo anniversario del Totocalcio. "Questo è stato un altro momento emozionante per noi", ricorda Consiglio. "Abbiamo visto che il Totocalcio è veramente un 'love brand', ancora nel cuore di tutti. Il Totocalcio ha creato dei modi di dire, come 'Ho fatto 13', e dei costumi, dei modi di vivere, come le domeniche passate ad ascoltare le partite di calcio con una radiolina incollata all'orecchio per scoprire i risultati". Anche SisalPay è sulla buona strada: è entrato infatti a far parte del Club dei superbrand 2016, che premia i marchi che si distinguono per responsabilità e autenticità.

Unastoriapergiochi.it è un esempio di moderno storytelling che coniuga due tratti caratteristici di Sisal: la storia e l'innovazione. "Il sito è ancora in costruzione", spiega il responsabile Alessandro Moretti. "Per ora siamo usciti con tre percorsi di lettura. Il primo è dedicato alle schedine e alle iniziative a esse collegate, dal Festival di Sanremo alle operazioni di carattere sociale; il secondo è sul mondo delle ricevitori e descrive le innovazioni tecnologiche che si sono susseguite nel

corso degli anni; il terzo è un percorso cronologico, che ripercorre la storia della Sisal tappa per tappa. Infine, c'è un'area dedicata al Meic, che propone una selezione dei materiali raccolti nell'archivio".

Il sito sarà man mano arricchito di nuovi contenuti, sia di carattere storico sia legati alla cronaca più recente. "Siamo sempre alla ricerca di nuove storie da raccontare", afferma Vercellone. "Un esempio è l'iniziativa che abbiamo organizzato a Colobrarò, un piccolo comune della Basilicata di 1.320 abitanti, considerato il paese più sfortunato d'Italia. Per sfatare questa diceria abbiamo regalato al paese un maxi sistema del SuperEnalotto, e abbiamo presentato i risultati in una grande festa organizzata con il sindaco il 14 giugno scorso. Per non smentire la tradizione, le vincite non sono state un granché, ma Colobrarò ci ha guadagnato comunque in termini di immagine: la storia è piaciuta e molti giornali e tivù ne hanno parlato".

Un'altra storia interessante è legata all'ultima campagna pubblicitaria del SuperEnalotto, partita lo scorso maggio. Anche questa è stata un'iniziativa corale, che ha coinvolto i collaboratori della Sisal, in particolare i titolari delle ricevitori, che sono i protagonisti dello spot. "Abbiamo fatto un casting chie-

dendo a tutti i nostri ricevitori se si volevano candidare per partecipare alla campagna", racconta Consiglio. "Ne abbiamo selezionati otto, tutti molto bravi e molto emozionati. Ora sono diventati dei piccoli divi e sono felicissimi di aver partecipato a questa iniziativa".

Il 5 luglio Sisal è stata invitata dalla Fondazione ItalianiEuropei e dall'Istituto dell'Enciclopedia Italiana alla celebrazione dei 70 anni della Repubblica, assieme ad altre aziende nate (o rinate) negli stessi anni, come Piaggio, Longanesi, Merloni. Le iniziative per i 70 anni della Sisal proseguiranno nel corso dell'estate e si concluderanno a settembre con un grande evento.

Claudio Cazzola



1) Pier Donato Vercellone, responsabile comunicazione e relazioni esterne di Sisal, dal 2 luglio nuovo presidente della Ferpi; 2) Cristina Schioppa, executive communication manager di Sisal, responsabile dell'archivio Meic di Peschiera Borromeo; 3) l'interno del Meic che raccoglie documenti e testimonianze sulla storia dell'azienda; 4) una copia del libro del 1948 dedicato al Totocalcio; 5) nello stesso anno (1948), lo spoglio manuale delle schedine.

BATTENTI APERTI FINO AL PROSSIMO 30 OTTOBRE. EVENTO DA NON PERDERE

Al Museo Nicolis protagonista la «mitica» Vespa 70 modelli per 70 anni di storia e tradizioni italiane

VILLAFRANCA DI VERONA (cbk) E' stata inaugurata lo scorso 6 luglio al Museo Nicolis #ExhibitionVespa, mostra dedicata alla Vespa, uno dei simboli Made in Italy più conosciuto e diffuso in tutto il mondo. Fino al 30 ottobre i 70 modelli esposti celebrano, di fatto, i 70 anni del mito Piaggio. Dalla prima all'ultima Vespa mai prodotta in un percorso che include modelli unici in Europa, le Gran Turismo, le tre serie Sport - visibili insieme solo in questa occasione - e le Scocca piccole.

La Vespa ha saputo incarnare la trasformazione delle ultime sette decadi: dalla ri-

nascita economica alla liberazione dei costumi. Una qualità che l'ha resa un simbolo di cambiamento e libertà, un'icona pubblicitaria e un oggetto di culto per tre generazioni di giovani. Tutti questi aspetti sono inclusi nel percorso espositivo: al cambiare dei modelli corrispondono nuovi linguaggi pubblicitari, un nuovo immaginario della donna e della vita di coppia, nuove trasposizioni cinematografiche. In mostra anche il primo Ciao datato 1967 che è stato l'ultima creazione del papà di Vespa **Corradino D'Ascanio**, lo stesso che realizzò il prototipo dei trattorini agricoli Piaggio,

dell'Ape e dei fuoribordo marini. L'esposizione ha coinvolto alcune tra le più importanti istituzioni italiane legate a Vespa, all'Heritage e ai musei come il Registro Storico Vespa e il Vespa Club d'Italia. La mostra è patrocinata da Federazione Motociclistica Italiana, ASI, Fondazione Piaggio e **Museimpresa**.

«L'idea - spiega **Silvia Nicolis** direttore del Museo Nicolis - nasce da un concetto in cui credo tantissimo, ovvero che il museo deve essere un luogo di incontro; è finita l'epoca dei musei statici. In un mondo sempre più 'social' credo sia importante dare soprattutto ai più giovani la possibilità di toccare con mano quello che conoscono virtualmente. La cultura di base c'è ma è fondamentale dare la possibilità di approfondire. Ecco perché ho deciso di allestire, con l'aiuto dell'amico **Luigi Frisinghelli** presidente del Registro Storico Vespa, questa mostra dedicata a un oggetto cult del Made in Italy insieme alla Fiat 500 e alla pizza».

«La Vespa - conclude Silvia Nicolis - rappresenta benissimo tutti gli ambiti della vita e della società: musica, cultura, cinema, sport, moda e soprattutto la mobilità individuale che ha reso le donne senza dubbio più indipendenti».

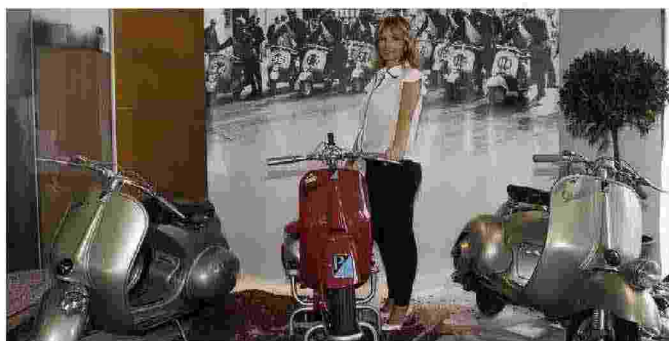
Prevista una promozione per i residenti sul territorio villafranchese: dai 0 ai 18 anni l'ingresso a #ExhibitionVespa è gratuito mentre per tutte le altre categorie il costo è di 5 euro.

Alberto Cristani

© RIPRODUZIONE RISERVATA



MADE IN ITALY
La Vespa è un modello di scooter Piaggio, brevettato nel 1946, su progetto dell'ingegnere aeronautico **Corradino D'Ascanio**



Silvia Nicolis direttrice del Museo Nicolis posa con tre modelli di Vespa Sport

A Torino un'Officina della scrittura, il sogno di Mister Aurora

Aprirà il 15 settembre. Cesare Verona: servivano otto milioni di euro, per farcela ho chiesto aiuto a tutti

Il segno di un sogno. Sembrerebbe un calembour, invece sono le parole chiave che hanno ispirato la trasformazione, nella parte nord di Torino, di un'antica filanda settecentesca in un museo dedicato interamente al segno.

Si chiama Officina della scrittura e aprirà il prossimo 15 settembre con un percorso che inizia con le preistoriche pitture rupestri, prima forma di comunicazione non verbale, e arriva sino alle forme di comunicazione contemporanee. «Il mio sogno è iniziato nel 2004 quando ho avuto la visione di creare qualcosa di unico che non fosse un semplice museo aziendale — spiega Cesare Verona, presidente di Aurora Penne — ma una cittadella della conoscenza dove si potesse vivere un'esperienza emozionale con tutto ciò che è cultura del segno».

Qui iniziano le prime difficoltà. «Creare il primo museo al mondo dedicato esclusivamente al segno era una sfida tanto bella — dice Verona, fra i più noti collezionisti di strumenti di scrittura — quanto difficile anche economicamente». Euro più, euro meno occorrevano otto milioni. «Ho coinvolto tutti i miei amici, l'Unione Europea e ho condotto un lungo lavoro di ricerca con Aurea Signa, associazione non profit creata con questo scopo». Un impegno che oggi si è trasformato in un percorso museale da 2.500 metri quadri, diviso in aree, fra cui quella dedicata alla storia delle stilografiche come «Waterman's 22» del 1896 o la «Hastil Aurora», disegnata da Marco Zanusso nel 1970, esposta anche al Museum of modern art di New York. Uno spazio, poi, è riservato anche alle mostre d'arte. La prima si intitola «Scripta Volant» e si inaugurerà il 15 settembre. «Puntiamo a 20 mila presenze, entro il 2017, con visitatori di tutte le età — prosegue Verona — e per questo abbiamo dedicato un'area alla didattica dove gli studenti potranno apprendere la grafo-

logia e la calligrafia».

Uno sguardo al futuro che riguarda anche il lavoro, visto che qui verranno formati nuovi artigiani recuperando antichi mestieri. La storia di Aurora, del resto, inizia nel lontano 1919. «Mio bisnonno Cesare è stato importatore dagli Stati Uniti delle macchine per scrivere Remington — spiega — e poi siamo passati alle penne. Da lui ho ereditato il nome, la determinazione e la lungimiranza». Caratteristiche che gli hanno consentito di battere la crisi convincendo la sua famiglia a ribaltare il baricentro delle vendite: sbarcando in 50 Paesi ha portato le esportazioni dal 3 al 50 per cento. «In un'era dominata da pc, smartphone e tablet, noi produciamo penne — analizza — investendo molto in ricerca, sviluppo e design. Così, veniamo apprezzati da chi vuole distinguersi acquistando una penna stilografica unica, artigianale e non omologata». Oggetti made in Italy sino all'ultima goccia. «L'intera filiera produttiva artigianale è ancorata saldamente all'Italia — continua — dove diamo lavoro a 50 persone». Un amore tricolore che echeggia nei nomi delle penne: da Cristoforo Colombo a Gabriele D'Annunzio. Aurora però guarda al futuro con la nuova linea Edo e con l'ingresso nel settore dell'alta orologeria grazie a un accordo con Pisa di Milano. «Entriamo dalla porta principale perché solo chi fa grandi sogni poi li realizza».

Alessio Ribauda

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Lo stabilimento Aurora. L'export delle penne ha raggiunto il 50% della produzione



Cesare Verona, presidente di Aurora penne e anima del progetto dell'Officina della scrittura che verrà inaugurata a Torino il 15 settembre



La mostra Una delle opere esposte alla mostra «Scripta Volant» che inaugura l'attività dell'Officina

LA STORIA

LA DECISIONE

IL DESTINO DEL LABORATORIO
SEMBRAVA SEGNA-
TO: DISMISSIONE E DEMOLIZIONE

LA BUONA NOTIZIA

È DIVENTATO UN CENTRO
TECNOLOGICAMENTE AVANZATO
DI MILLE METRI QUADRATI

*Rimane in città il Laboratorio
destinato alla chiusura
Nel Centro tecnico di ricerca
è nato anche il Crodino Twist*

Sesto brinda con il gioiello di casa Campari

di PATRIZIA LONGO

—SESTO SAN GIOVANNI—

IN QUEL seminterrato, dove lavorano tecnici e ricercatori altamente qualificati, è nato anche il Crodino Twist, una nuova versione dell'analcolico biondo che fa impazzire il mondo. Per il Laboratorio Campari è tempo di riscatto: destinato inizialmente a chiudere, per traslocare a Novi Ligure insieme alla fabbrica, rimarrà a Sesto San Giovanni, dirimpetto al quartier generale.

Il Gruppo Campari ha chiesto al Comune di rivedere la convenzione sottoscritta ormai dieci anni fa, sulle ceneri del vecchio stabilimento. Patti chiari: la volumetria della fabbrica, compresi depositi sotterranei, veniva destinata alla realizzazione della sede di quasi 10mila metri quadrati, con annesso museo aziendale, e alla costruzione di una fetta consistente di residenziale, le due torri da 10 e 14 piani (12mila metri quadrati) e le palazzine di 3 e 7 piani, al posto dell'ex mensa, in edilizia convenzionata (1.800 metri quadrati).

PER IL Laboratorio situato di fianco a Villa Alta, in fondo al parco, il destino sembrava segnato: al termine della durata della convenzione decennale - recitava l'atto - la palazzina doveva essere destinata a funzioni di interesse pubblico o, in difetto, demolita. Nulla di tutto questo. Già l'anno scorso Campari aveva chiesto al Comune come far per "riscattare" l'edificio su tre piani - un interrato,

IL PROGETTISTA
Giancarlo
Marzorati



L'ARCHITETTO

«L'edificio salvato non ha
un particolare pregio storico
ma è simbolo d'eccellenza»

to, un seminterrato e un rialzato, ciascuno di 540 metri quadrati - per mantenere in vita il laboratorio d'analisi. Che, negli ultimi anni, è diventato il Ctc: Campari technical center. «Un'eccellenza a livello industriale e scientifico» si legge nella relazione che motiva la variante al piano urbanistico: è lì, in quel vecchio ma modernissimo laboratorio, che il gruppo svolge analisi e verifiche sulle materie prime e sui prodotti finiti, il controllo qualità e, non ultimo, attività di ricerca e sviluppo per nuove bibite, packaging, processi produttivi, di maturazione o invecchiamento. «L'edificio non è sto-

Cinquanta, stilisticamente apprezzabile. E, in ogni caso, un patrimonio da valorizzare: manterrà la sua destinazione, portando prestigio al Gruppo Campari, al Comune e alla città».

NEGLI ULTIMI tre o quattro anni il Laboratorio ha acquisito un'importanza sempre maggiore. Al suo interno lavorano in venti, tra tecnici, ricercatori e personale di supporto, in collaborazione con l'Università degli studi di Milano, di Torino e di Firenze, nonché con centri di ricerca stranieri nel campo delle bevande alcoli-



ricamente di particolare pregio - precisa l'architetto Giancarlo Marzorati, che ha curato il piano integrato originario e "disegnato" quartier generale, museo e torri Campari insieme allo svizzero Mario Botta -. Tuttavia è pur sempre una ricostruzione degli anni

che, come lo "Scotch whisky research institute" di Edimburgo. Al suo interno, anche attività di training e formazione per il personale di altre strutture tecniche del Gruppo, provenienti da Scozia, Grecia, Argentina, Brasile, Australia, Usa e Giamaica. Insomma, un laboratorio che fa scuola.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

terre&tradizioni

Scarpe che fanno di storia

di Maria Grazia Tornisiello

Una tradizione che affonda le radici nel '200 quella calzaturiera nelle terre lagunari che da Stra vanno fino a Fusina, lungo un ramo del Naviglio del Brenta. Ancora oggi sono circa 700 le realtà che operano nel settore, creando per le più prestigiose firme internazionali vere e proprie opere d'arte. Con i modelli più celebri esposti nelle stanze di una sontuosa dimora

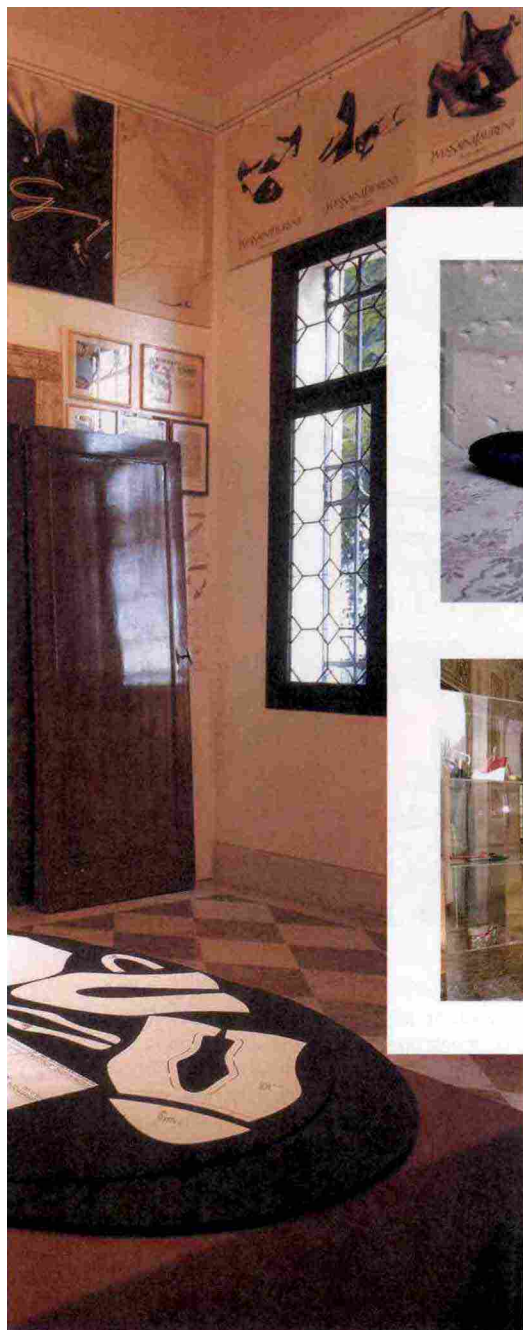
Percorrendo la Riviera del Brenta con le sue incantevoli ville circondate da splendidi giardini, tornano in mente le parole di Goethe che, nel 1786, durante la tappa veneta del suo Grand Tour, s'imbarcò sul *burchiello* – tipica imbarcazione veneziana che faceva la spola tra Padova e Venezia – rimanendo talmente affascinato dalla bellezza dei paesaggi osservati lungo il tragitto, che nel suo *Viaggio in Italia* li descrisse come “un mondo vivace, tutto fertilità e animazione”. Questo Giardino della Serenissima, così com'era chiamato dai veneziani, corre lungo il ramo minore del Naviglio del Brenta dal comune di Stra fino a Fusina nella laguna veneta e, oltre a essere la culla di un vasto patrimonio artistico e architettonico, è una zona di artigianato rinomata in tutto il mondo, soprattutto per il settore calzaturiero.



Le nuove generazioni

Il Museo della Calzatura propone numerosi laboratori didattici tenuti da operatori specializzati rivolti a studenti delle scuole di vario ordine e grado. Attraverso di essi, i ragazzi non solo apprendono la storia del territorio manifatturiero che li circonda, ma imparano anche i trucchi del mestiere e, con gli scarti di lavorazione, possono creare la propria scarpa ideale, personalizzandola con materiali di diverso genere.





In queste immagini i saloni di Villa Foscari Rossi, e qui, in alto, la celebre scarpa col tacco a palla firmata YSL

Il Museo della Calzatura ricostruisce l'evoluzione del costume nella seconda metà del '900 attraverso questo amato accessorio e l'influenza che i cambiamenti sociali, economici e culturali hanno avuto su di esso

Qui ci fanno le scarpe!

Già nel 1268 a Venezia esisteva la scuola dei Calegheri, una confraternita di artigiani che produceva calzature di pregio per gli esigenti nobili che non rinunciavano ai loro privilegi neppure durante il periodo della villeggiatura in riviera. Non è un caso dunque che, verso la fine del XIX secolo, tacchi, tomaie, suole e pelli abbiano trovato qui il loro habitat ideale. Oggi si contano oltre 700 calzaturifici che esportano 22milioni di paia di scarpe l'anno

dove&come

Museo della Calzatura

Villa Foscari Rossi

Via Doge Pisani 1/2

Stra (Ve)

Tel. 049.9801091

www.museodellacalzatura.it

per i più noti ed esclusivi marchi mondiali dell'alta moda. Tra questi, uno dei più importanti è il Rossimoda fondato nel 1947 da Narciso Rossi e passato di proprietà alla holding multinazionale dei beni di lusso Lvmh dal 2003. Azienda tra le più importanti nella produzione di scarpe per grandi firme dell'haute couture come Yves Saint Laurent, Givenchy, Ungaro, Klein e Lacroix, Rossimoda ha una storia lunga quasi 70 anni, e la racconta al pubblico all'interno di Villa Foscari Rossi, una seicentesca dimora storica dove ha sede il Museo della Calzatura.

Quattro passi nella storia

Esempio di museo aziendale aperto nel 1995, in uno spazio di 700 mq distribuiti in magnifici saloni affrescati, quello della calzatura di Stra raccoglie 1500 modelli femminili griffati, oltre a una rara collezione di scarpe antiche veneziane del '700-800. L'esposizione ricostruisce il percorso imprenditoriale della famiglia Rossi, nonché l'evoluzione del costume nella seconda metà del '900 attraverso l'accessorio calzatura e l'influenza che i cambiamenti sociali, economici e culturali hanno avuto su di esso. Ogni sala è dedicata a una casa di moda, dall'italiana Fendi ad Anne Klein, stilista statunitense, dal sarto francese Christian Dior a Emilio Pucci con i suoi azzardati accostamenti cromatici. Al piano superiore della villa, tre sale rendono omaggio a Yves Saint Laurent che ha collaborato per lungo tempo con il calzaturificio Rossi. Fu lui a introdurre negli anni '60-70 lo stivale da donna, fino ad allora prerogativa soltanto maschile; famosa la sua riedizione del 1990 della scarpa col tacco a palla tempestato di strass, inizialmente ideato negli anni '50 da Roger Vivier per l'attrice tedesca Marlene Dietrich. In fin dei conti aveva proprio ragione Christian Dior quando diceva che non si è mai abbastanza attenti nella scelta delle scarpe. Molte donne oggi pensano che non sia un accessorio così importante, ma la vera eleganza si capisce proprio da lì, dai piedi!

Stra, 17 mila modelli rievocano la storia della scarpa italiana

Villa Foscari Rossi propone un itinerario di cultura e arte: dalla vipera dorata alle ballerine con le orecchie di Minnie



In mostra le prime zeppe intarsiate di madreperla, orgoglio del guardaroba di una nobile del Settecento



L'esposizione permanente è stata creata da Luigino Rossi. Nel 2003 **Lvmh** Italia ha rilevato **Rossimoda** e ha fatto della collezione il polo del fashion

di Eleonora Vallin

► STRA (Venezia)

Oltre 17 mila modelli catalogati, che ripercorrono la storia della calzatura made in Italy dagli anni Quaranta a oggi. È uno scrigno prezioso per ogni sguardo al femminile e per ciascuna mente creativa, il Museo della Calzatura in Riviera del Brenta. La sede è la seicentesca Villa Foscari Rossi di Stra (Venezia), oggi di proprietà di **Lvmh** Italia che, nel 2003, ha rilevato **Rossimoda** e ne ha fatto la sua casa di produzione per alcuni marchi del gruppo. **Lvmh** ha così rilevato anche la missione culturale intrapresa dal fondatore del Museo, Luigino Rossi, e portata avanti dalla figlia Cristina. Il museo è un itinerario di cultura per capire come, nel tempo, i diversi popoli hanno saputo coprire, difendere o valorizzare i nostri piedi. Con alcuni pezzi d'epoca come le primissime zeppe intarsiate di madreperla, da legare con fiocchi, lavorate in Oriente, nel guardaroba di una settecentesca nobile veneziana. Ma non è solo questo il Museo della Calzatura, uno dei tre luoghi di raccolta della nostra più profonda cultura che è anche economia del fashion, assieme al polo di Vigevano e al fiorentino Museo di Salvatore Ferragamo, maestro indiscusso, artista e creatore anche e soprat-

tutto di scarpe.

Una missione internazionale.

Il Museo in Riviera è un luogo dove il passato remoto, quello glorioso dei calegheri veneziani del 1260 trasferiti in terraferma con le invasioni napoleoniche e il più recente dei loro eredi calzaturieri, irrompe nel presente e crea il futuro. La moda si nutre di ciò che è stata: lo è stato nei secoli e sempre sarà. E a pochi passi da Padova esiste uno dei più ricchi archivi di modelli di calzatura femminile di lusso: 17 mila in digitale e fisico e 1.500 esposti: una carrellata a disposizione di stilisti, modellisti, specialisti di prodotto e di immagine. Un laboratorio open di studio e osservazione, da rendere sempre più noto e accessibile a un pubblico specializzato, oltre che turistico. Perché questo è un patrimonio immenso per ogni casa di moda, nonostante la proprietà sia oggi marchiata **Louis Vuitton**.

Ricerca di senso. «Fin dalla sua apertura è stata una continua ricerca di senso – spiega Federica Rossi, curatore del Museo – Abbiamo definito una visione e anche una missione basata su dei doveri nei confronti

di diversi interlocutori. Dove verso gli oggetti di cui gestiamo la conservazione e la divulgazione, poi verso il pubblico e l'azienda. Noi accogliamo qui tutti i nuovi dipendenti, al loro primo giorno di lavoro, con il *Welcome on board* perché, conoscendo il passato, abbiano più consapevolezza del presente. Poi c'è la consulenza per le case di moda: siamo noi la memoria storica di questo luogo e, proprio perché non c'è più l'imprenditore, ne siamo anche le sue radici». «Vorrei che il museo fosse vivo – spiega Federica – uno strumento per gli uffici stile, ma non una volta ogni tanto bensì ogni giorno. Il Museo – chiosa – deve diven-

tare centro culturale per la diffusione internazionale della calzatura». Sono circa 3 mila i visitatori l'anno, non solo addetti ai lavori. Uno su due è straniero. «Da qualche mese abbiamo deciso di insistere sulla promozione, identificando prima di tutto i bacini dei nostri utenti potenziali, dalla zona termale di Abano fino al Garda, ma dobbia-



mo lavorare anche su proposte di gruppo, proponendo pacchetti con altre ville venete o altri musei d'impresa".

Mani e menti. A guardare alcuni schizzi di Karl Lagerfeld e, immediatamente, la loro declinazione ai piedi delle *mannequins* viene da chiedersi quale incredibile sforzo di immaginazione realistica abbia portato a realizzare quelle meraviglie. Scarpe che sono vere opere d'arte. Di certo opere di ingegneria. Ma prima di tutto di fattura artigianale. Ce lo ricorda una stanza a metà percorso, allestita con sgabello e arnesi. Pelli, chiodi, ago e filo per saldare le tomaie. C'è una pelle colorata quasi a forma di farfalla a tre ali, che ha abbellito tacchi a spillo in modo unico. Assurdo a crederci, ma è pelle di zampa di gallina. Diavolerie? No. Invenzione. Che nasce nei laboratori. Dalle mani. Come la scarpa in vipera dorata di Yves Saint Laurent. Siamo negli anni 80 e la moda ha visto passerelle calcate da ogni tipo di calzatura: tacco, zeppa. Ai

pie di siamo riusciti a far indossare anche la scarpa con il tacco sospeso.

Il museo. Il percorso si snoda su due piani allestiti secondo un criterio geografico. Gli americani e i tedeschi a terra, italiani, francesi e spagnoli in alto. Fatture differenti, esigenze diverse: comodità contro scultura, spesso inaccessibile. Tra Donna **Karan** e Marc by Marc **Jacobs** con le sue ballerine a topolino e un paio d'eccezione con le orecchie di Minnie, non sono da perdere le linee pulite ma non per questo banali di Calvin Klein. C'è la teca con le celebri Porsche, nate quasi per gioco, con la forma assottigliata ad automobile e suole di pneumatico. Sperimentazione allo stato puro. Al piano di sopra le griffe sono divise per

marchio con una lunga carrellata temporale di Yves Saint Laurent, che **Rossimoda** produsse per primo. Ai muri le cartoline di auguri formate da Yves, alcune per Luigino Rossi, che di **Rossimoda** fu maestro

nel trattare con le matite estrose dei big. Era il 1963 quando **Rossimoda** ottenne il primo contratto di licenza con una Maison e quella fu proprio l'Ysl di un giovanissimo stilista appena uscito dall'atelier di **Dior**. Quella collaborazione durò 38 anni e fu l'inizio di un connubio fortunato per tutta la Riviera. Da qui vennero le collaborazioni con **Givenchy**, Anne Klein, **Fendi**, Genny, Richard Tyler, Vera Wang e Calvin Klein, fino all'accordo nel 2001 con l'astro nascente Christian Lacroix. Nel 1990 Rossi acquisì Villa Foscari e cinque anni più tardi decise di esporvi i pezzi più creativi della sua azienda. Ma anche alcuni della sua personale collezione privata. Modelli battuti all'asta e per questo unici. Il museo rappresenta la creatività di tutto il distretto ed è lo stimolo per le produzioni future anche per il Politecnico, che forma giovani e futuri designer della calzatura.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

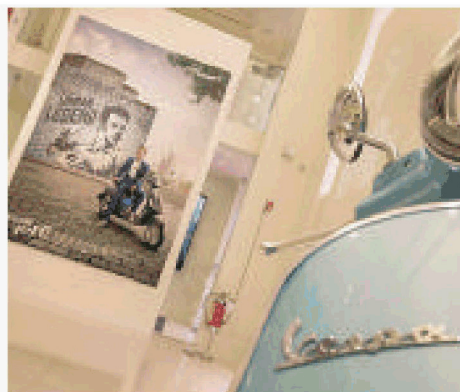


Una delle sale del Museo della Calzatura, allestito su due piani a Villa Foscari Rossi di Stra (foto in alto)





► 29 Luglio 2016



● Due immagini della mostra allestita sino al 31 agosto nello spazio ADPlog in via Gobetti 10

LA MOSTRA È APERTA SINO A FINE AGOSTO LA VESPA NEL CINEMA TRA LUCAS E MORETTI

AGNESE GAZZERA
a **Vespa** è una diva intramontabile, che a settant'anni continua ad accendere passioni e nostalgie. E il suo fascino irresistibile e d'antan è legato anche alle celebrità del cinema

che per oltre mezzo secolo sono salite in sella, da Audrey Hepburn a Nanni Moretti. Proprio alla storia d'amore tra il veicolo a due ruote e la pellicola è dedicata la mostra «La **Vespa** e il Cinema» che **sino al 31 agosto** è visitabile nello spazio ADPlog. Un'esposizione itinerante che, dopo l'inaugurazione nel Museo **Piaggio** di Pontedera e dopo aver toccato tra l'altro Taormina, Cannes e San Pietroburgo, per il settantesimo compleanno del ciclomotore arriva nello spazio allestito da Alessandro Del Piero in via Gobetti 10.

In mostra ci sono locandine, fotogrammi, fotografie che ripercorrono il duraturo sodalizio tra la **Vespa** e il cinema, in una versione rinnovata dell'esposizione originaria, ampliata con le immagini dei film usciti dopo il 2010 in cui il veicolo è protagonista o fa importanti apparizioni. Nel lungo elenco iniziato a metà del secolo scorso,

**Settant'anni di fascino e storia
attraverso locandine e fotografie
nello spazio ADPlog di Del Piero**

so, c'è prima tra tutte la **Vespa** 125 «farobasso» su cui Audrey Hepburn e Gregory Peck se ne vanno a zonzo nella capitale in «Vacanze romane» di William Wyler. Poi quella dei paparazzi all'inseguimento delle celebrità ne «La dolce vita» di Federico Fellini e quella usata in «American Graffiti» di

George Lucas. E, più di recente, gli scooter di Nanni Moretti in «Caro diario» e di Valeria Golino in «Respiro» di Emanuele Crialese. Ma ad ammaliare, in mostra non sono solo momenti passati, immortalati in fotografie e pellicole: al loro fianco, sono esposti alcuni modelli di **Vespa** e oggetti della collezione del Museo Nazionale del Cinema, in una sorta di viaggio nel tempo su due ruote.

La mostra è organizzata con Fondazione **Piaggio** e PromoCinema e la partecipazione del Museo Nazionale del Cinema. Ingresso a 5 euro. Orario: lunedì 10-14, da mercoledì a domenica dalle 11 alle 19. L'incasso sostiene i progetti di Adisco Piemonte Onlus all'Ospedale Infantile Regina Margherita di Torino.

© BY NC ND ALCUNE DIRITTI RISERVATI