

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica Museimpresa				
18	Settegiorni - Altomilanese	13/02/2015	OFFICINA RANCILIO 1926: MACCHINE PER IL CAFFE' IN MOSTRA NELLA SEDE DI VIA GALEAZZI	2
15	I Mezzi Agricoli	01/01/2015	SETTIMANA DELLA CULTURA	3
16/21	DM Oggetti Design Magazine	01/12/2014	MUSEO GALLERIA CAMPARI	4
Rubrica Cultura d'impresa				
15	il Sole 24 Ore	20/02/2015	GOLINELLI FA RINACERE L'EX FONDERIA SABIEM (N.Ronchetti)	10
91/92	Il Carabiniere	01/01/2015	COSA BOLLE IN "CONCA	11
Rubrica Musei Aziendali				
11	La Nuova Provincia di Biella	28/02/2015	ARCHIVI INDUSTRIALI, IL PATRIMONIO UIB VA IN RETE	13
66/68	Sette (Corriere della Sera)	13/02/2015	QUELLA SOLIDA ASSICURAZIONE TANTO GRADITA AI SAVOIA (E.Mannucci)	14
26	Notizia Oggi Borgosesia	02/02/2015	FABBRICA DELLA RUOTA, CUSTODE DELLA TRADIZIONE. IMPORTANTE CENTRO DI FONDI ARCHIVISTICI RICAVATO	17
13	Il Cittadino - Arcore	21/02/2015	UNA MOSTRA FOTOGRAFICA ALLE SCUDERIE PER RACCONTARE LA STORIA DELLA DALMINE	18
3	Gazzetta d'Alba	13/01/2015	UNA BOTTIGLIA RARA COL VERMOUTH DEL RE	19
	Artisti-contemporanei.it	14/01/2015	JENS LORENZEN. ARCHOPOP	20
	Domus	06/02/2015	ASSAGGIO D'ARCHIVIO	25

CALZATURE, TESSILE E NON SOLO Officina Rancilio 1926: macchine per il caffè in mostra nella sede di via Galeazzi

(ofm) Ma Parabiago non è solo luogo d'arte e natura. Il suo territorio, infatti, come quello dei comuni limitrofi, è stato la culla dell'industria italiana, arrivando a vantare la presenza su di esso di imprese di straordinario spessore, che hanno dato lustro non solo alla città, ma all'Italia intera. Tra queste, impossibile non ricordare l'**attività calzaturiera** (iniziata con l'apertura della prima fabbrica di scarpe avviata dall'imprenditore **Paolo Castelnuevo** nel 1899), il settore tessile. C'è poi un'azienda che non ha nulla a che fare con tutto ciò, ma che è oggi nota in tutto il mondo: la fabbrica di macchine per il caffè Rancilio. Un brand leader di settore, ricco e nobile, nei suoi modelli più importanti, per la ricercatezza del design, oltre che per l'evoluzione delle tecnologie. La consapevolezza

dell'importanza della lunga tradizione storica ha spinto la Rancilio, che nel 2007 ha festeggiato 80 anni di ininterrotta attività nelle mani della famiglia Rancilio, a portare avanti un progetto di cura, tutela e accrescimento del patrimonio storico e archivistico dell'azienda. In questa logica si inserisce Officina Rancilio 1926, uno spazio espositivo nato dall'attività economica e culturale della Rancilio, da una tradizione produttiva con un radicato legame con il territorio e dalla volontà di tramandare i valori della politica culturale d'impresa. Officina Rancilio 1926 aderisce a Musei Impresa convinta dell'importanza dell'apporto della cultura industriale alla formazione di una sensibilità nuova verso la storia dell'economia, del lavoro e della cultura del progetto.



Settimana della cultura

Dal 17 al 23 novembre scorso si è svolta la tredicesima edizione della Settimana della **cultura d'impresa**, che anche quest'anno aveva un ricco calendario di eventi in tutta Italia. A fronte del successo degli anni passati, quasi mille visitatori, anche l'Archivio Storico e Museo Same Deutz-Fahr ha aderito all'iniziativa di **Museim-presa** proponendo un programma che prevedeva la mostra "Ritratto di famiglia con trattore. L'evoluzione del mondo contadino dagli anni Cinquanta ad oggi".



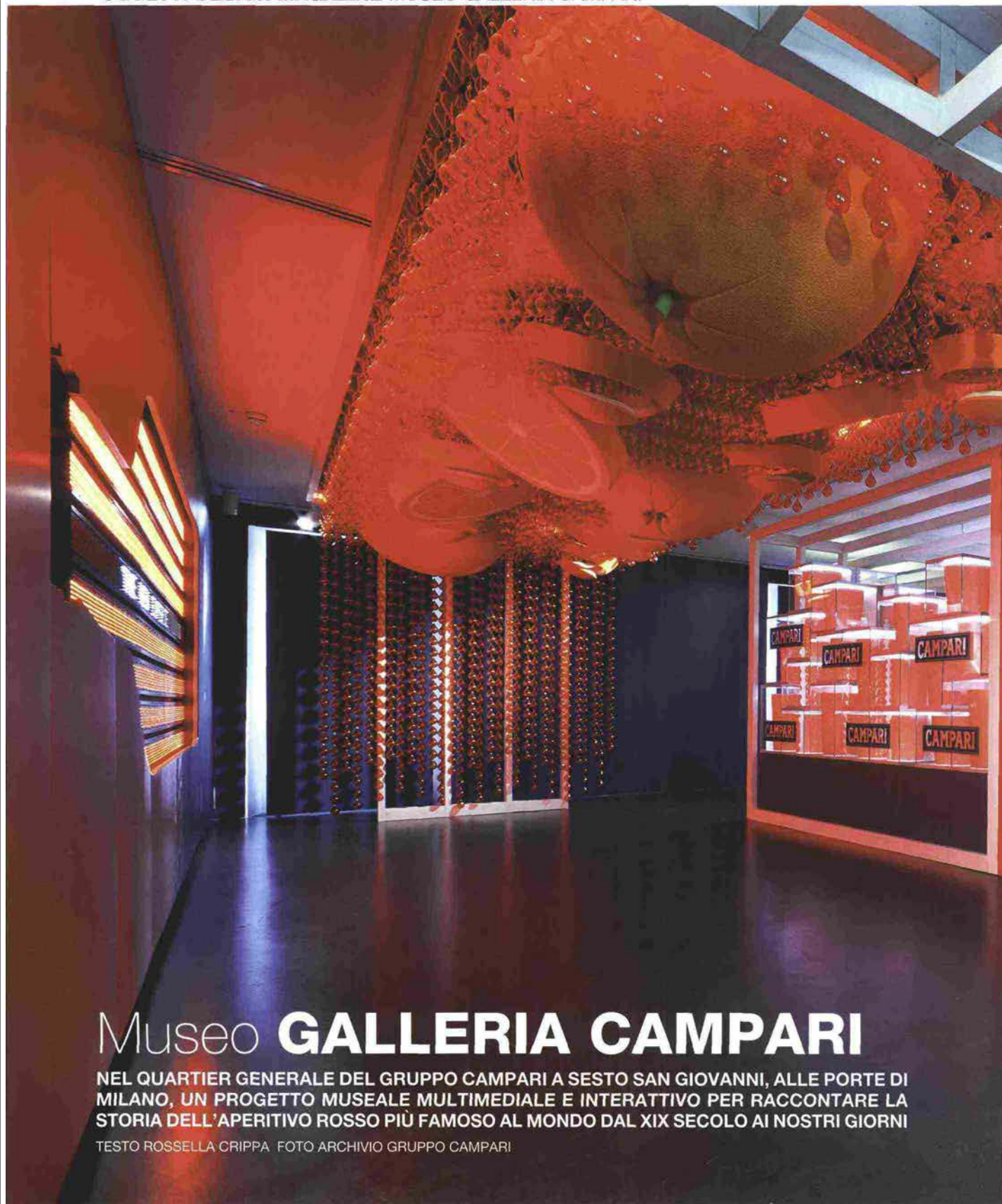
Wine kit in negozio
L'azienda, che ha un'attività di vendita e distribuzione di prodotti enologici, ha deciso di ampliare il proprio assortimento con l'acquisto di un kit per la produzione di vino in casa. Il kit, che costa 150 euro, include tutto il necessario per produrre 12 litri di vino, dalla uva alla bottiglia. L'azienda ha deciso di acquistare il kit per offrire ai propri clienti un'esperienza completa e per aumentare le vendite dei propri prodotti.

35% di olio di oliva
La produzione di olio di oliva in Italia è in crescita da diversi anni. Nel 2014, la produzione è aumentata del 35% rispetto al 2013. Questo aumento è dovuto a una serie di fattori, tra cui l'aumento della superficie coltivata a ulivo e l'adozione di nuove tecniche di coltivazione. L'industria dell'olio di oliva è in forte crescita e si prevede che continuerà a crescere negli anni a venire.

Kiwi in ripresa
L'industria del kiwi in Italia è in ripresa. Dopo un periodo di crisi, le vendite di kiwi sono aumentate del 10% nel 2014 rispetto al 2013. Questo aumento è dovuto a una serie di fattori, tra cui l'aumento della produzione e l'adozione di nuove tecniche di coltivazione. L'industria del kiwi è in forte crescita e si prevede che continuerà a crescere negli anni a venire.

Latte, salta l'accordo
L'accordo tra il governo e i produttori di latte è saltato. I produttori di latte non sono riusciti a raggiungere un accordo con il governo sulla questione della quota di latte. Il governo ha deciso di non accettare l'offerta dei produttori e di continuare a negoziare con loro. L'accordo è saltato e si prevede che continuerà a saltare negli anni a venire.

OGGETTI DESIGN MAGAZINE MUSEO GALLERIA CAMPARI



Museo **GALLERIA CAMPARI**

NEL QUARTIER GENERALE DEL GRUPPO CAMPARI A SESTO SAN GIOVANNI, ALLE PORTE DI MILANO, UN PROGETTO MUSEALE MULTIMEDIALE E INTERATTIVO PER RACCONTARE LA STORIA DELL'APERITIVO ROSSO PIÙ FAMOSO AL MONDO DAL XIX SECOLO AI NOSTRI GIORNI

TESTO ROSSELLA CRIPPA FOTO ARCHIVIO GRUPPO CAMPARI

16

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 081231

GALLERIA CAMPARI

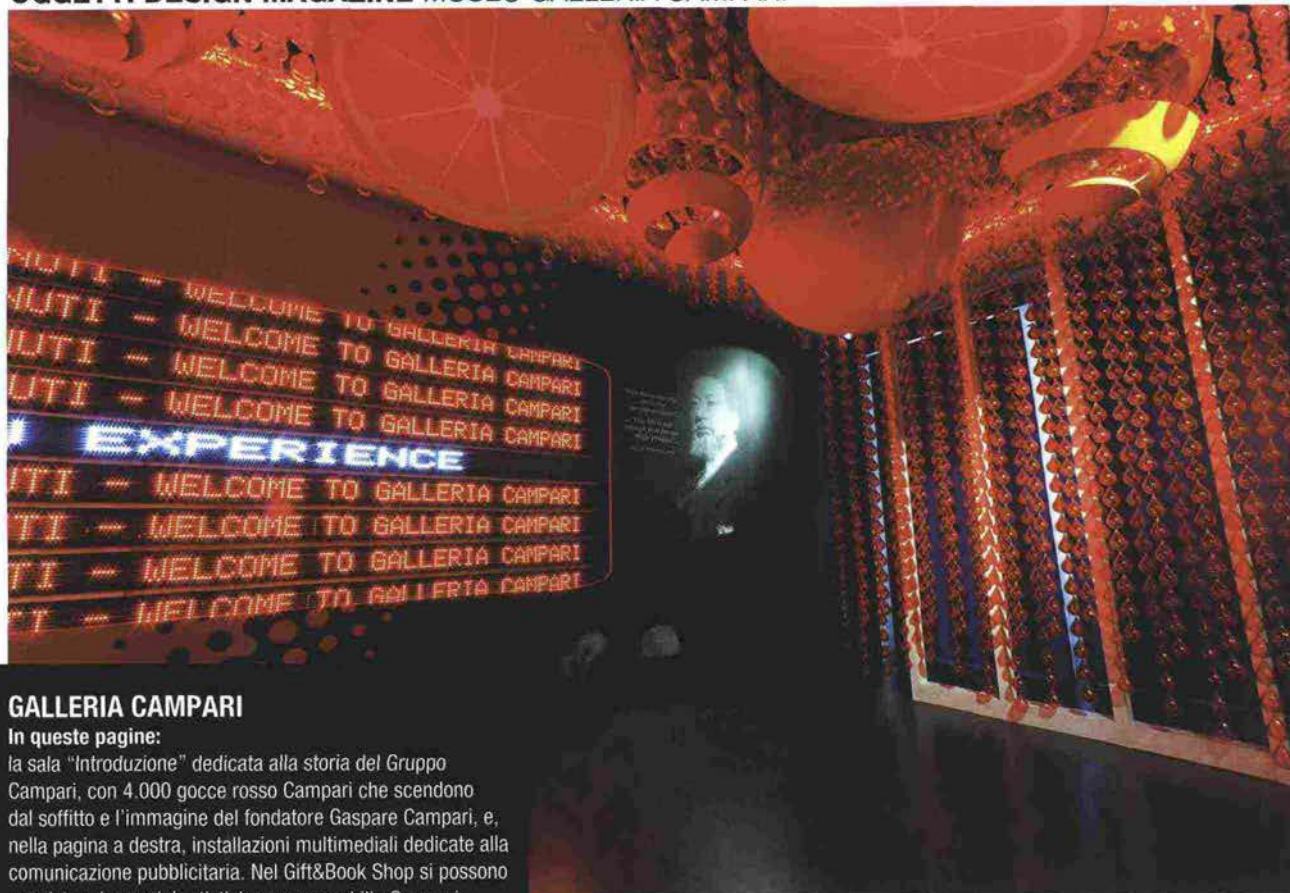
In queste pagine:
la sala "Introduzione" al secondo
piano della Galleria Campari -
inaugurata nel 2010 in occasione
dei 150 anni di vita dell'azienda
- dove sono presentati i dati del
successo del Gruppo Campari nel
mondo. Con un portfolio articolato
su tre segmenti (spirit, wine e
soft drink), il Gruppo Campari è
presente in 190 Paesi nel mondo.

Campari o (Campari) /Am-pa-ri/ dal nome del
liquore Gaspere Campari (1828-1884), prima at-
tribuzione 1860 A.M. Int. E. L'aperitivo per antonom-
asia il sapore rosso. Campari è nato da Gaspere
Campari (1828-1884) con il nome di "Bitter all'uso
d'Hollanda" ha subito conquistato prima la città di
Milano e poi, giorno dopo giorno, ha avuto nuove
vittorie: nuovi mercati europei e internazionali. Campari
è un mix di infusione in alcool e acqua, di erbe aro-
matiche, frutta, frutte: solo questo sono gli elementi
ma non basta: una grande e ancora oggi segreta ricetta
che crea il suo colore rosso intenso, per l'aroma
nel gusto inconfondibile, Campari è sempre stato un
piacere di passione che esprime se stesso in termini di
intensità e armonia. Questi sono i valori che hanno
reso Campari un marchio famoso nel mondo e un'i-
cone di Italia style ed eccellenza.

Camparizoda o (Campari-zo-da) /kam-pa-ri-
zo-da/ (Campari e soda) /Campari e soda/,
prima attestazione: 1931 (Campari). Camparizoda nasce
nel 1932 da un'idea di Davide Campari (1867-
1936) che vuole il perfetto Campari con una miscela
di soda e Campari. Camparizoda è ottenuto dalla miscela
perfetta tra Campari e soda e viene creato grazie alla
passione del chimico Emilio Sordini e del calziniere
Francesco Monguzzi. Con come allora, Camparizoda
viene commercializzato in una originale bottiglia
a monocolore disegnata da Fortunato Depero.

La sua inconfondibile bottiglietta conica, disegnata da Fortunato Depero nel 1932, è ancora oggi l'icona dell'aperitivo italiano. Se l'avventura del Campari comincia al "Caffè dell'Amicizia" di Novara nel 1860, è solo nella città meneghina che nasce la leggenda del grande "bitter all'uso d'Hollanda", più comunemente bitter Campari, una ricetta segreta ottenuta dall'infusione di erbe amari, piante aromatiche e frutta in una miscela di alcool e acqua, dall'aroma intenso e il colore rosso rubino. Ritrovo abituale per un pubblico di borghesi illuminati, aristocratici, politici, musicisti e attori, il "Caffè Campari" all'ombra della Madonnina, all'angolo tra piazza Duomo e la Galleria Vittorio Emanuele II, diventa ben presto il laboratorio dove il geniale fondatore, Gaspere Campari, crea alcuni degli elisir che avrebbero reso l'aperitivo made in Italy famoso nel mondo, segnando nei primi anni del nuovo secolo la trasformazione della bottega artigianale in un'impresa capace di espandersi oltre confine, in Argentina, Uruguay, Brasile, Perù, Stati Uniti e Messico.

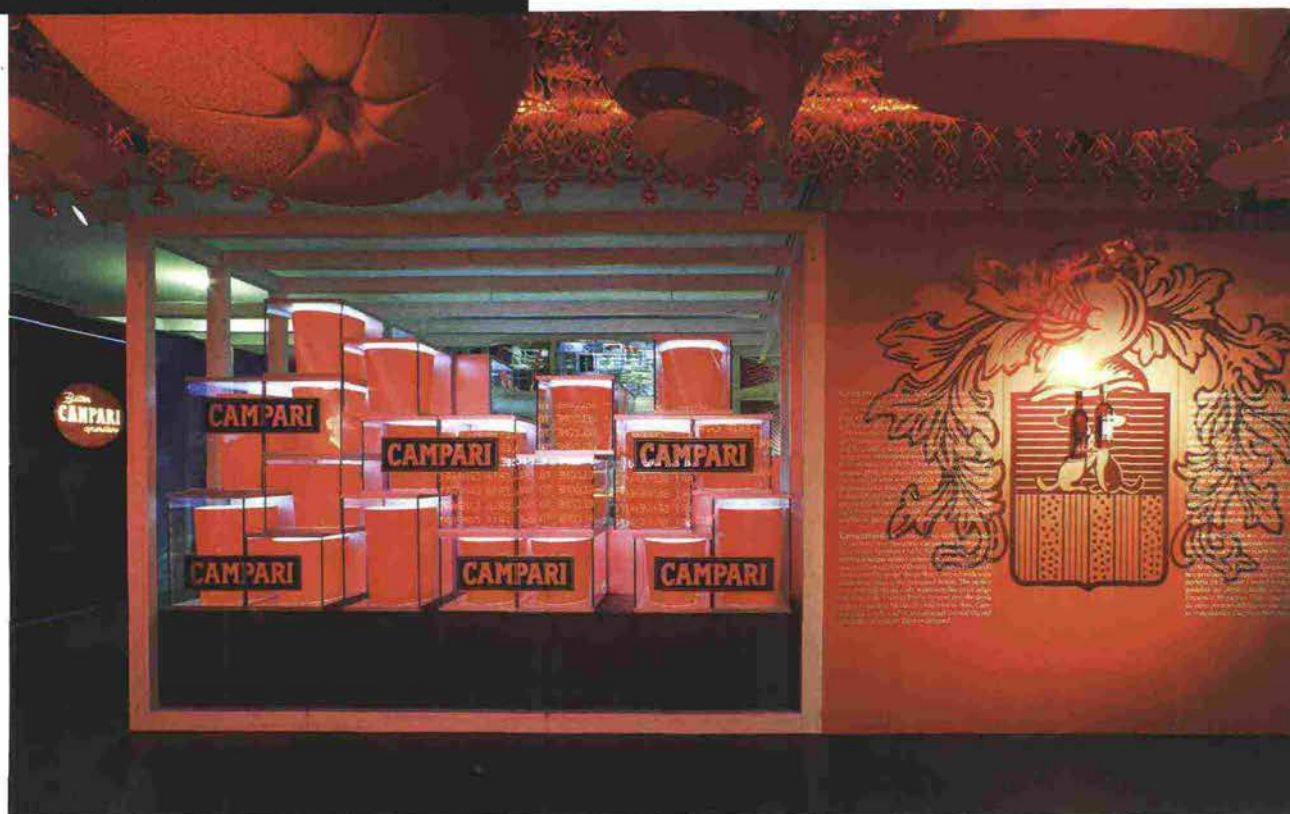
OGGETTI DESIGN MAGAZINE MUSEO GALLERIA CAMPARI



GALLERIA CAMPARI

In queste pagine:

la sala "Introduzione" dedicata alla storia del Gruppo Campari, con 4.000 gocce rosso Campari che scendono dal soffitto e l'immagine del fondatore Gaspare Campari, e, nella pagina a destra, installazioni multimediali dedicate alla comunicazione pubblicitaria. Nel Gift&Book Shop si possono acquistare immagini artistiche e memorabilia Campari.



Ulteriore fiore all'occhiello nell'ambito di **Museimpresa**, l'associazione che riunisce i musei e gli archivi d'impresa, promossa da Assolombarda e Confindustria, la **Galleria Campari** rappresenta uno spazio dinamico, interattivo e multimediale, dedicato al rapporto tra il marchio Campari e la sua comunicazione attraverso l'arte e il design. Inaugurata nel 2010 in occasione dei 150 anni di vita dell'azienda, la "Galleria Campari" sorge negli spazi della storica palazzina Liberty di Sesto San Giovanni, l'edificio nato nel 1904 quale primo stabilimento di produzione industriale a opera di **Davide Campari**, figlio del fondatore Gaspere, e oggi inserita nel contesto del nuovo quartier generale del **Gruppo Campari** grazie all'intervento dell'architetto Mario Botta. E se fin dall'inizio è evidente ai fondatori la necessità di saper comunicare il prodotto per renderlo universalmente riconoscibile, artisti di ogni genere si sono cimentati nella rappresentazione dell'essenza del marchio, attraverso i registri narrativi che hanno caratterizzato le diverse correnti artistiche. Nell'Archivio Campari compaiono così i nomi di Fortunato Depero, fra i protagonisti del movimento futurista e autore della

comunicazione Campari dal 1926 al 1936, Bruno Munari, uno dei massimi protagonisti dell'arte, del design e della grafica del XX secolo, attivo per Campari dal 1932 agli anni '80. E poi Federico Fellini, che nel 1984 firma il primo spot per Campari, e Ugo Nespolo, sperimentatore ante litteram di film pop e d'animazione in 3D che nel 1990 orchestra la pubblicità Campari per i Campionati mondiali di calcio ospitati dal nostro Paese. Suddivisa su due livelli, la "Galleria Campari" dedica il primo piano all'arte e alla comunicazione del marchio, mentre il secondo piano si focalizza sulla comunicazione del prodotto, con la ricostruzione di bar reali e fantastici, attraverso gli strumenti del mestiere e l'utilizzo di media non convenzionali. Un percorso libero e non rigorosamente cronologico, un'esperienza interattiva fatta di elementi sensoriali e virtuali, come la parete alta 32 metri dove sono proiettate le tappe fondamentali della storia Campari, il carpet, o viale cittadino, che accompagna il visitatore attraverso un viaggio evocativo tra suoni, immagini e profumi, o il grande tavolo provvisto di postazioni touch screen dove poter sfogliare alcune rare pubblicazioni custodite nell'Archivio Campari.

La Galleria Campari è stata inaugurata nel 2010 per i 150 anni di vita dell'azienda, con la collaborazione di AP Consulting e la supervisione di Armando Peres, direttore del progetto



19

OGGETTI DESIGN MAGAZINE MUSEO GALLERIA CAMPARI



GALLERIA CAMPARI

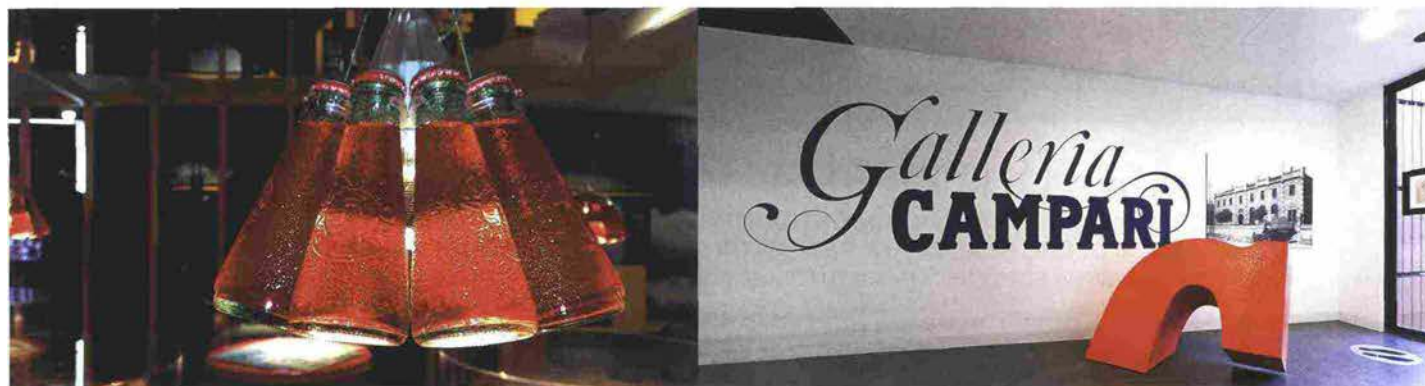
In queste pagine:

sopra, al secondo piano della Galleria, la riproduzione di un vecchio tram delle "Officine Breda" con maniglie Campari e la sala "Vintage", con le maxi teche a forma di fiche da gioco. Qui a destra, la sala "Design", la lampada "Campari Light", design Raffaele Celentano per Ingo Maurer Studio (2002), e l'ingresso al secondo piano della Galleria con la grande "C" rossa di Campari che emerge dal pavimento.



Contributi unici nel loro genere, come il "Cantastorie" di Sergio Tofani, quelli di Ugo Mochi, Primo Sinopico e Bruno Munari, ma anche il "Libro imbullonato" e le "Parole in Libertà" di Fortunato Depero. Proseguendo la visita al primo piano della Galleria, alle belle immagini tratte dai "Calendari Campari" seguono una proiezione delle più celebri campagne pubblicitarie e il reportage fotografico, a cura di Edoardo Romagnoli, dedicato al nuovo stabilimento di Novi Ligure inaugurato nel 2004. L'esperienza si completa con una curiosa "Macchina del Tempo", la Time Traveller, e un centinaio di opere su carta tra chine, pastelli, tempere e manifesti litografici di Milton Glaswer, Roberto Sambonet, Ugo Mochi, Primo Sinopico, Sergio Tofano, Nicolaj Diulgheroff, Marcello Dudovich, Marcello Nizzoli, Leonetto Cappiello. Con l'ingresso al secondo piano, dove la grande "C" di Campari emerge dal pavimento per accogliere il visitatore, il prodotto ritorna visibile, tangibile, reale. Nella prima stanza, una suggestiva cascata di oltre 4.000 gocce rosso Campari pendono dal soffitto, simbolo dell'anima del famoso bitter, mentre su uno schermo a forma di bottiglia scorrono tutti i numeri del successo dell'azienda. Ma è solo nella seconda e terza stanza, ribattezzate rispettivamente "Bar" e "Vintage", che il visitatore scopre finalmente come nasce il mito. Fra shaker, bicchieri di ogni foggia e dimensione, vecchi menu, posaceneri, vassoi e bottiglie, la quotidianità della vita da bar è scandita dalla luce delle lampade di Ingo

20



Maurer e dagli orologi originali degli anni '60 e '70, mentre sulla parete campeggia una riproduzione in scala 1 a 2 di un tram delle "Officine Breda" con maniglie originali Campari. Sinonimo di socialità e dell'arte del gioco, un castello di gigantesche carte Modiano ricorda poi il tipico gadget per i baristi degli anni '50, accanto a maxi teche a forma di fiche e a un'enorme bottiglia di plexiglass rosso che fa da cornice alle cartoline da collezione. Nell'ambiente successivo, dedicato ai "Gadget", un jet costruito come fosse un aeroplanino di carta porta il marchio Campari in giro per il mondo: è il trionfo delle insegne pubblicitarie, che rendono il marchio riconoscibile da tutti grazie a un linguaggio quotidiano e di uso comune. Il percorso si conclude infine così com'è iniziato: mentre nell'ultima stanza, dedicata al "Design", il visitatore può riascoltare le interviste ai designer che negli anni hanno celebrato e interpretato Campari e Camparisoda (Matteo Thun, Marco Benesch, Marco Milan, Matteo Ragni), una carrellata di 60 bottiglie ripercorre visivamente l'evoluzione dell'aperitivo rosso dall'Ottocento ai nostri giorni. La Galleria Campari nasce dalla collaborazione con AP Consulting e la supervisione di Armando Peres, direttore del progetto, e Marina Mojana, alla quale è stata affidata la direzione artistica. Gli architetti Paolo Maria Fumagalli e Fabrizio Confalonieri dello studio Cree hanno sviluppato e supervisionato gli allestimenti mentre la società Cogitanz si è occupata del progetto di interaction design. www.camparigroup.com

21

Riqualficazioni. Impegno di 10 milioni di euro

Golinelli fa rinascere l'ex fonderia Sabiem



Nataascia Ronchetti
BOLOGNA

Novemilametriquadra-
di di area industriale di-
smessa recuperati e restitui-
ti alla città per ospitare ini-
ziative di diffusione della
cultura scientifica e artista-
ca e attività di formazione
per favorire l'imprendito-
rialità tra i giovani.

Con l'Opificio Golinelli,
il cui plastico è in mostra al-
l'Urban Center di Bologna,
la fondazione Golinelli, co-
stituita da Marino Golinelli,
fondatore della casa farma-
ceutica Alpha Wasserman,
si prepara a completare la
realizzazione del nuovo
Centro per la conoscenza e
la cultura. L'area industria-
le, estesa su circa tre ettari,
era occupata fino al 2008
dallo stabilimento delle
Fonderie Sabiem. Ora è il
cantiere di una struttura,
articolata in padiglioni in-
terconnessi da un sistema
di passeggiate, giardini e
piazze, che ha comportato
un investimento di 10 milio-
ni di euro.

Il complesso sarà com-
pletato nel prossimo mese
di giugno e operativo da ot-
tobre, pronto per essere vi-
sitato, secondo le stime, da
100mila persone all'anno.
L'Opificio ospiterà tutte le
attività di ricerca, forma-
zione professionale, educa-
zione, diffusione della cul-
tura di impresa, dell'arte e
della scienza proposte dalla
fondazione, con spazi rivolti
ai bambini, ai giovani e
agli adulti.

Un'area sarà dedicata al
Giardino delle Imprese,
scuola informale per pro-
muovere tra i giovani la cul-
tura d'impresa e formare i
futuri imprenditori.

Un progetto, avviato dalla
Fondazione Golinelli nel
2003, che coinvolge ragazzi
e ragazze delle scuole se-
condarie di secondo grado
dell'Emilia-Romagna con
un sistema di lezioni teori-
che ed esperimenti di im-
prenditorialità. All'interno
del nuovo centro troverà
spazio anche La scuola delle
idee, realizzata per pro-
muovere tra i bambini e gli
adolescenti la creatività: si
rivolge infatti ai ragazzi fino
a tredici anni, raccogliendo

IL CONTENITORE

Sarà pronta per ottobre
e ospiterà spazi dedicati
alla cultura d'impresa
alla creatività
e alla formazione

l'eredità di Start-Laborato-
rio di culture creative, nato
nel 2010 da una collabora-
zione tra la Fondazione e il
comune di Bologna, e oggi
riconosciuto come una del-
le strutture più avanzate nel
campo dell'educazione: è
infatti tra i primi dieci Chil-
dren center europei.

Alle attività di formazio-
ne per gli insegnanti, l'Opi-
ificio affiancherà anche mo-
stre e incontri tra arte e
scienza, all'insegna di una
concezione dell'apprendi-
mento e dell'acquisizione di
competenze basata sulla
sperimentazione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Cosa bolle in “conca”

Favette e spezzatine, rotelle e pesciolini, tronchetti e bastoncini: erano loro che speravamo di trovare in abbondanza nella calza della Befana, che riempivano le nostre tasche prima dell'avvento del chewing-gum, che sono sopravvissuti all'ennesima invasione commerciale proveniente dagli States.

Un prodotto tipicamente italiano, la liquirizia, che nel nostro Paese ha la sua culla, il suo santuario. Parliamo naturalmente della fabbrica di liquirizia “Amarelli”, situata a Rossano (Co-

senza). Un palazzo di famiglia risalente al 1400, un inconfondibile aroma che dal 1731 si diffonde in tutto il mondo, un complesso il cui aspetto ricorda il suo passato feudale, con un imponente corpo di produzione al centro di un agglomerato di case, dove un tempo risiedevano coloro che lavoravano nell'azienda.

Accanto ai capannoni della produzione, svetta la ciminiera della caldaia del 1907, considerata all'epoca un impianto modernissimo; ancora funzionante anche se non più attiva, veniva alimentata con la sansa, residuo della lavorazione delle olive dopo che ne viene estratto l'olio. L'uso di questo combustibile testimonia come nel ciclo produttivo agricolo nulla si distrugga e come, ancora oggi, ciò che rimane della lavorazione della liquirizia ➔

di **Nicoletta Archilei**



Si trovano a Rossano, in provincia di Cosenza, la fabbrica e il Museo della Liquirizia “Amarelli”: dove si scopre la storia di un prodotto, ma anche una vicenda familiare e imprenditoriale profondamente legata al territorio nel quale si è sviluppata

91

CURIOSITÀ

1 Dolce radice di Calabria

La *Glycyrrhiza glabra* (radice dolce) è una pianta erbacea perenne e resistente al gelo, conosciuta da oltre 35 secoli. Utilizzata già nell'antica Grecia di Ippocrate, che la consigliava contro la tosse, è diffusa in Australia, America, Eurasia e prodotta in Paesi come la Grecia, la Turchia, l'Iran, l'Afghanistan, la Mongolia e la Cina. È però nella nostra Calabria che se ne trova la migliore qualità, come afferma l'autorevole Enciclopedia Britannica. La liquirizia nasce infatti spontanea lungo tutto il litorale calabro, dove le naturali caratteristiche del suolo e del clima conferiscono alla radice peculiarità uniche: questa

particolare varietà, la cui pianta può raggiungere gli 80 cm di altezza, ha infatti un equilibrato contenuto di *glycyrrhizina*, il glicoside da cui deriva

l'esclusività del succo di liquirizia. La storia della sua trasformazione è strettamente legata alle vicende del latifondo e delle famiglie feudatarie; le sue radici, tanto lunghe che si diceva arrivassero all'Inferno, pur contribuendo ad azotare il terreno,

dovevano essere estirpate prima di procedere ad una qualsiasi coltura. La loro raccolta consentiva di sfruttare il terreno nell'anno di riposo della rotazione, dando lavoro ai contadini e a gruppi di immigrati stagionali.



Sopra: alla Liquirizia è stato intitolato l'omonimo film di Salvatore Samperi del 1979. Nella pagina precedente: una sala del Museo Amarelli, a Rossano, e una calza della Befana traboccante di dolci "rotelle"

venga adoperato per coprire il terreno, così da mantenere un certo tasso di umidità nei periodi di siccità.

Nei capannoni della lavorazione della liquirizia troviamo ancora una grande macina di pietra del 1700 che serviva per schiacciare i rami di liquirizia; oggi le radici vengono sminuzzate da appositi macchinari e tutto il procedimento avviene attraverso una serie di passaggi computerizzati, mentre nei cuocitori finali si ritorna alla tecnica artigianale.

Certo, non c'è più il fuoco diretto sotto la grande "conca" in cui bolle la pasta nera, né ci sono più gli operai che girano faticosamente a mano la liquirizia che si fa sempre meno fluida; c'è però ancora il "mastro liquirizaiolo",

che controlla l'esatto punto di solidificazione del prodotto; un mestiere che si tramanda da secoli, di padre in figlio.

La pasta densa e profumata che si ottiene viene quindi lavorata con appositi macchinari per conferirle la forma desiderata; a quel punto non resta che un ultimo procedimento, la lucidatura, che avviene ancora con l'impiego di forti getti di vapore acqueo, senza aggiunta di alcuna sostanza chimica.

Continuando poi la visita alla fabbrica della liquirizia, si entra nel Museo "Giorgio Amarelli", situato accanto ad un giardino di agrumi dal sapore antico e a una piccola chiesetta. Inaugurato il 21 luglio del 2001, il Museo ha ricevuto a Venezia, il 17 novembre dello stesso anno, il "Premio Guggenheim - Premio Speciale *Il Sole 24 Ore*", assegnato alla migliore azienda debuttante per "il nuovo impegno di valorizzazione della cultura d'impresa, in una zona particolare del Mezzogiorno, legando una lunga storia di successo alle prospettive di sviluppo e coinvolgendo nei processi di crescita gli attori sociali locali".

All'interno del Museo, fortemente voluto dalla famiglia Amarelli - al quale nel 2004 le Poste Italiane hanno dedicato un francobollo, emesso in 3.500.000 esemplari, della serie tematica "Il patrimonio artistico e culturale italiano" -, si possono ammirare documenti, libri, foto d'epoca, abiti e oggetti della tradizione contadina, attrezzi agricoli e incisioni che trasportano il visitatore in un vero e proprio viaggio nel tempo, alla scoperta di una sapienza antica, di un mondo solo in parte scomparso. Tra le tante curiosità, si scopre così che nell'Ottocento la liquirizia veniva venduta a blocchi molto grandi, che si spezzettavano per essere tenuti nelle tasche durante le passeggiate, diventando un ottimo (e meno calorico) sostituto dei primi cioccolatini francesi.

Travi di legno e grandi archi rendono ancora più suggestivi i racconti di vita vera che si osservano, così come la perfetta ricostruzione di un punto vendita ottocentesco, o l'interessante storia dell'elettricità e di come la sua introduzione abbia portato trasformazioni rivoluzionarie nell'organizzazione del "Concio" Amarelli.

Non solo tradizione, ma anche innovazione; la capacità di guardare ai mercati esteri e di ideare sempre nuovi prodotti: dagli spaghetti al sale aromatizzato, dai liquori alla birra, e poi profumi, shampoo, dentifrici, persino pneumatici.

Sì, avete capito bene, proprio pneumatici: come quelli realizzati dall'Amarelli in collaborazione con la Pirelli e già esposti alla Triennale di Milano del 2008 e all'Expo 2010 di Shanghai. Settant'anni di liquirizia purissima, e l'asfalto scivola dolcissimo sotto le ruote della propria auto...

TESSILE E MODA

Archivi industriali, il patrimonio Uib va in rete

BIELLA (ces) Dopo le celebrazioni per i 150 anni dell'associazione, l'Unione Industriale prosegue nella valorizzazione del proprio patrimonio storico attraverso una nuova iniziativa. L'Uib, che ha sostenuto fin dall'inizio il progetto Centro Rete Biellese Archivi Tessili e Moda, ora aderisce all'iniziativa anche attraverso un progetto di recupero e condivisione dei materiali storici in suo possesso. «Il nostro territorio custodisce una forte tradizione laniera – afferma **Marilena Bolli**, presidente Uib –. Il binomio fra tradizione e innovazione è ciò che ci distingue, soprattutto per un settore come il tessile in cui la ricerca, il know how, il gusto per il bello sono determinanti per dare vita alle nuove collezioni, stagione dopo stagione. Innovare valorizzando la tradizione: è questo il nostro prezioso valore aggiunto che può essere sostenuto grazie alla valorizzazione del patrimonio rappresentato dagli archivi aziendali. E' con questa convinzione che anche l'Uib ha scelto di mettere il proprio patrimonio a fattore comune nell'ambito del Centro Rete Biellese Archivi Tessili e Moda».

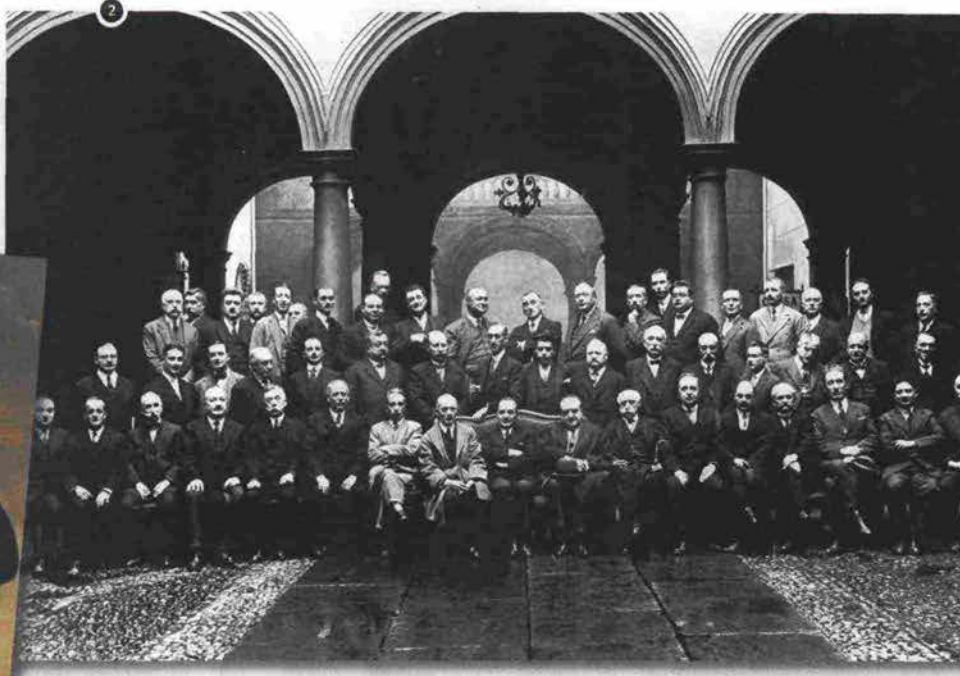


I grandi marchi italiani - 82 Reale Mutua

Gli inizi col direttore francese

1 - Un ritratto del 1850 di Giuseppe Giulio Lorenzo Henry di Perpignan: il primo direttore generale della Società Reale Mutua di Assicurazioni.

2 - I festeggiamenti per il centenario della Reale Mutua, con gli agenti (1928).



Quella solida assicurazione tanto gradita ai Savoia

La polizza n. 1 la firmò il re Carlo Felice per proteggere la sua residenza. Dopo gli incendi, arrivò il ramo grandine, poi l'assistenza ai combattenti. Da allora una crescita continua, che ne fa un **colosso** tra Italia e Spagna

di Enrico Mannucci

Tutto, in pratica, può essere assicurato: ogni contingenza umana (e su tutto, del resto, si può scommettere). Per dire, si può accendere una polizza anche contro la perdita dell'udito da parte di un "battitore" di formaggio, ovvero quei signori che, colpendo le forme con un martelletto, sanno intendere quanto sono stagionate, ovviamente, se diventano duri d'orecchio, difficilmente troveranno ancora lavoro. Agli inizi, però, la gamma non era così terminata, era più ristretta (o, forse, la fantasia delle compagnie era meno sviluppata). Così, le società di assicurazioni

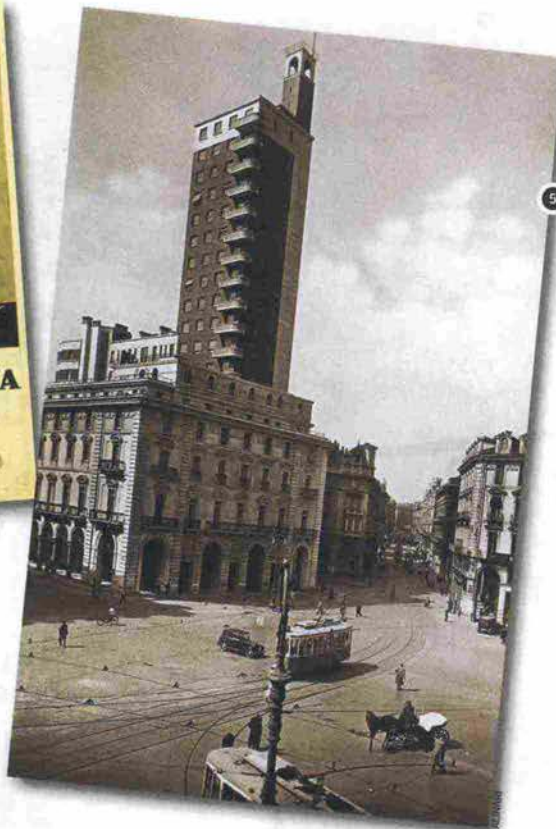
nascono in riferimento ai commerci marittimi. Le prime, in Francia e nei regni degli Asburgo, si occupano di coprire i rischi — che non sono pochi, all'epoca — cui è esposto il traffico commerciale che si sta sviluppando attraverso gli oceani. Invece, in Italia, una delle più antiche è assolutamente terragna. Reale Mutua nasce a Torino. Il bel **museo aziendale** conserva l'atto costitutivo stabilito con Regie Patenti il 13 gennaio 1829. A spingere per arrivarci è il re di Sardegna, Carlo Felice: nelle province dello stato, gli incendi dei boschi creano danni gravissimi, e chi li subisce non ha alcuna protezione, deve





Pubblicità e palazzi modernisti

3 - Dépliant pubblicitario illustrato da Eugenio Colmo (noto col soprannome di Golia). 4 - Un manifesto di Marcello Nizzoli del 1930. 5 - La Torre Littoria a Torino: destinata a ospitare la sede del Partito nazionale fascista, fu acquisita dalla Società Reale Mutua Assicurazione, che ne finanziò la costruzione. 6 - Il bilancio consuntivo del 1885. 7 - La polizza di Gabriele D'Annunzio, stipulata sul Vittoriale nel 1928 contro incendi e fulmini.



semplicemente arrendersi al disastro.

In campo assicurativo, la forma mutualistica, a quel tempo, era la più frequente («Oggi siamo rimasti solo noi e l'Itas», osserva, quasi nostalgica, la curatrice del museo, Silvana Della Penna). In pratica, il capitale iniziale veniva fornito dai medesimi assicurati. Ci volle un anno, dalla nascita della società, perché il direttore generale, un francese di Perpignan, Giuseppe Henry, avesse la certezza di poter contare su un capitale di base di beni assicurati per 25 milioni di lire sabaude. Risale ad allora, al primo gennaio 1830, l'inizio dell'effettiva operatività, con un portafoglio di 1500 assicurati.

La polizza sulla tappa del Giro. La prima polizza, ovviamente, coinvolge Casa Savoia. Proprio Carlo Felice assicura Palazzo Chiabrese, la residenza preferita, anche rispetto a Palazzo Reale: 120 lire di premio l'anno per un capitale stimato di 200.000. Mentre la prima sede della società neonata (Reale Mutua ne cambierà diverse nel corso della sua storia) è a Palazzo Graneri, in via Bogino (dove oggi c'è il Circolo Lettori).

Da qui in poi, le vicende della compagnia s'intrecciano profondamente con altre storie, più generali: dapprima, quella sabauda, poi quella nazionale. È Reale Mutua, assieme ad altri enti, ad impegnarsi per l'erogazione di un prestito volontario in occasione delle tre guerre d'Indipendenza, destinato a finanziare le costose campagne. Ne subirà anche un dannoso contraccolpo economico, in verità, quando Nizza e Savoia tornano francesi perché svanisce lo storico e importante portafoglio di quelle regioni. Ad alleggerire il rimpianto, concorrono due dati: la forte «sinistrosità» delle regioni perdute (spesso devastate da incendi rovinosi, nonché pesanti per le casse della società) e, d'altro canto, l'ampliamento del raggio d'azione di Reale Mutua verso i territori italiani che, via via, venivano annessi al regno di Sardegna.

Nel museo si sfilano davanti a bacheche che conservano serissimi e ponderosi atti stilati in bella grafia come pure imprevedibili

Tra i clienti celebri due Papi ma anche Marconi, d'Annunzio e Pirandello

li curiosità. Ad esempio, le targhe affisse sulle case per rendere noto che queste erano coperte da un'assicurazione. L'uso era nato a Londra dopo il grande incendio del 1666 e aveva uno scopo abbastanza cinico: indicare ai pompieri dove il loro intervento sarebbe stato pagato da una società. Saltando nel tempo, capita di osservare la polizza che assicura, nel 1958, l'arrivo della V tappa del Giro d'Italia a Mondovì: si prevede un indennizzo in caso di pioggia (superiore ai due millimetri, per l'esattezza), evento che avrebbe impedito la ripresa tv della cerimonia di premiazione ai vincitori. Si incontrano, poi, le prudenti assicurazioni di altri esponenti di Casa Savoia (nel 1930, Umberto copre la tenuta di Racconigi, più modesto, Ferdinando si preoccupa di eventuali furti o incendi ai danni della sua Fiat 521) come pure le polizze anti-incendio di due cardinali che diverranno Papi: Gio-

acchino Pecci, poi Leone XIII, e Giuseppe Sarto che diverrà Pio X. Nonché quelle di altri personaggi illustri: Marconi, Pirandello, D'Annunzio, Toscanini. Poco più in là, il «Benefico elmetto», tipica istituzione torinese degli anni seguenti alla prima guerra mondiale: una fessura sul copricapo metallico dei soldati li

acchino Pecci, poi Leone XIII, e Giuseppe Sarto che diverrà Pio X. Nonché quelle di altri personaggi illustri: Marconi, Pirandello, D'Annunzio, Toscanini. Poco più in là, il «Benefico elmetto», tipica istituzione torinese degli anni seguenti alla prima guerra mondiale: una fessura sul copricapo metallico dei soldati li

**Un talento comunicativo**

1 - Diploma di benemerence del 1924. 2 - Un manifesto pubblicitario disegnato da Alberto Bianchi negli anni 30. 3 - Un opuscolo pubblicitario con calendario del campionato di calcio 1931-32. 4 - Un manifesto con la grafica di Marcello Dudovich del 1928. 5 - Un depliant pubblicitario illustrato da Eugenio Colmo (Golia). 6 - Un manifesto (a supporto del calendario) disegnato da Bianchi negli anni 30.

trasforma in salvadanai. Così, verranno raccolte 5000 lire dell'epoca, a beneficio degli orfani di guerra.

Intanto, Reale Mutua ha cambiato sede. Resta sempre nel cuore della città (non rinuncerà mai a rimarcare la sua origine rigorosamente torinese): prima, va in palazzo Isnardi di Caragli (a piazza San Carlo, oggi è la sede dell'esclusivo Circolo del Whist), poi in altri palazzi importanti del centro, infine, dal 1878 al 1933, a Palazzo Blandrate Aldobrandino di San Giorgio. Reale Mutua non si limita a valorizzare storiche residenze cittadine. Nel 1933 (in-

tanto, dal 1924, si è aperta a tutti i rami assicurativi, non più solo "incendi", cambiando anche denominazione), finanzia la costruzione di un edificio assolutamente nuovo destinato a diventare la sede centrale. È quella che viene chiamata Torre Littoria ed è un balzo notevole verso la modernità. Un grattacielo — almeno secondo gli standard del tempo — progettato dallo studio Melis-Bernocco che sorge sul fronte meridionale di Piazza Castello, ovvero il cuore di Torino — e che introduce in stile razionalista diverse novità architettoniche, a partire dall'impiego di

un'intelaiatura in acciaio e cemento in un edificio ad uso civile, per la prima volta in Italia.

Vengono tempi più cupi. Quando la seconda guerra mondiale arriva nella penisola e questa viene divisa in due, con la Rsi al nord e, al sud, gli Alleati assieme al re, anche Reale Mutua si sdoppia. I fascisti del nord impongono la cancellazione del termine "Reale" dalla ragione sociale nonché, su tutti i documenti, dello stemma che coincide con quello dei Savoia. Al sud resta quasi una metà delle agenzie, isolate dalla direzione, che incaricherà un ispettore di coordinarle.

Fortunatamente, a Torino, i bombardamenti non causano troppi danni alla compagnia: la sede di via Corte d'Appello viene danneggiata e i dipendenti sono sfollati in provincia, sono rimborsati per vitto, alloggio e spese di viaggio. In più un apposito centralino li collega alle famiglie quando sono al lavoro.

È quasi più duro, dal punto di vista societario, il periodo successivo. Fra indennizzi e danni al patrimonio immobiliare, il portafoglio di Reale Mutua è ridotto a un cinquantesimo e ci vorrà un periodo di oculatissima gestione per tornare a una situazione florida.

82 - continua

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL METODO DI CALCOLO DEL PREMIO ASSICURATIVO

L'intreccio sicurezza-rischio

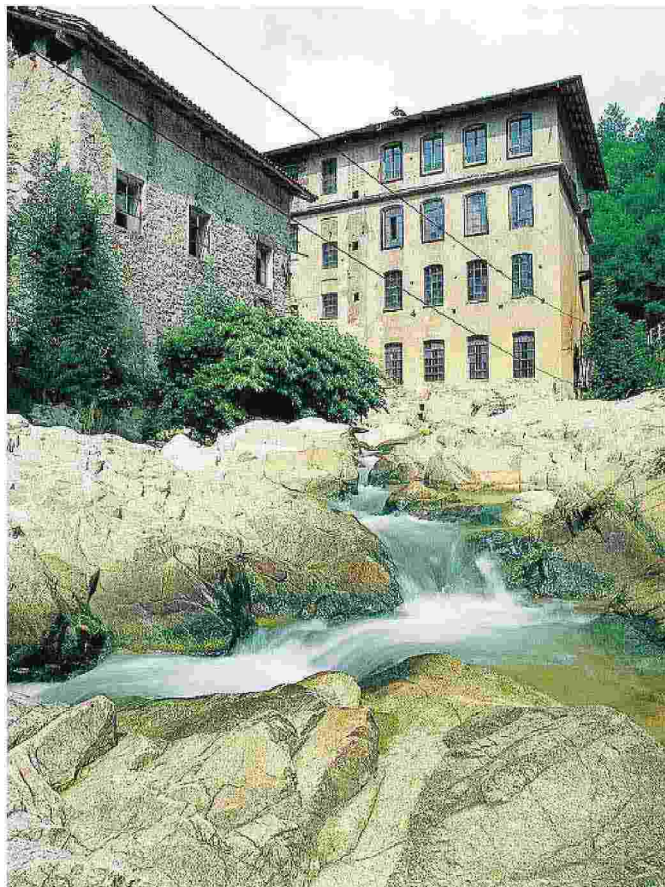
Alle origini, il metodo di calcolo del premio assicurativo sconta un handicap non immediatamente percepibile, ovvero l'intreccio nel senso comune fra stima dei rischi e gioco d'azzardo: per convincere dell'eticità del calcolo del premio e quindi far accettare le polizze bisogna superare il pregiudizio verso il metodo che sembra accomunarli, ossia il calcolo combinatorio. Gli studi sui dadi e sulle estrazioni di palline bianche o nere, infatti, sono alla base delle prime ricerche sul quel calcolo delle probabilità che verrà poi utilizzato — assieme alla statistica — per individuare le tariffe assicurative.



Un ecomuseo che racchiude la storia della vallata. A metà della «Strada della lana» **Fabbrica della ruota, custode della tradizione.** **Importante centro di fondi archivistici ricavato** **all'interno dei locali dell'ex lanificio Zignone**

(cce) Situata idealmente al centro di un itinerario di archeologia industriale che collega la città di Biella con Borgosesia, la Fabbrica della Ruota si può classificare come un ecomuseo che racchiude la storia della vallata ed è stata ricavata dal recupero strutturale dell'ex Lanificio Zignone.

La Fabbrica della ruota è l'unica in Italia a conserva ancora il sistema di trasmissione "telodinamico", teorizzato anche da Galileo Ferraris: un complesso impianto di generazione e di trasmissione dell'energia che caratterizzava il lanificio. La Valsessera, infatti, da sempre terra di lanaio, i tessitori e i primi piccoli imprenditori mercanti esercitavano l'arte della lana in ambiente domestico fin dal Medioevo. Lo sviluppo industriale iniziò nel primo Ottocento: le antiche famiglie imprenditoriali laniere trasferirono le loro attività nei fondovalle per usufruire della forza motrice dell'acqua dei torrenti Sessera e Ponzone; in quel periodo vennero impiantate le prime manifatture all'interno di edifici in origine utilizzati come mulini, come fucine per la lavorazione dei metalli o come folle per le cartiere. Solo a partire dalla metà del XIX secolo si iniziarono a costruire degli stabili appositamente studiati per le lavorazioni



industriali. Nei primi anni del Novecento si contavano già oltre 50 opifici che impiegavano più di 4000 operai. Per questo motivo la Fabbrica della ruota si trova su quella

che viene indicata come la Strada della lana, un percorso progettato dal DocBi-Centro Studi Biellesi e dal Politecnico di Torino che ha come finalità quella di far cono-

scere il patrimonio architettonico manifatturiero del Biellese dell'Otto-Novecento attraverso i fondovalle e le comunità. La Strada della lana si snoda per circa 50 chilometri e offre la possibilità di scoprire vecchi o moderni lanifici.

In più di venti anni di attività il DocBi ha via via recepito, conservato e catalogato un importante insieme di fondi archivistici. Gli archivi vengono custoditi e resi accessibili ai ricercatori e agli studiosi nel Centro di Documentazione dell'Industria Tessile istituito presso la Fabbrica della ruota: oltre venti archivi aziendali di ragioni sociali cessate, per un arco cronologico compreso tra il XVIII secolo ed il secondo Novecento, sono stati schedati ed inventariati. Accanto ai documenti il Centro contiene una biblioteca specializzata sulla storia, sulla tecnologia e sull'economia dell'industria tessile laniera e non, composta di più di mille volumi e da una ricca miscellanea. Decine di migliaia di immagini costituiscono invece il patrimonio iconografico: si tratta di singole immagini o di vere e proprie raccolte che testimoniano il passato manifatturiero del Biellese attraverso i volti degli operai e della gente, le vedute e gli interni delle fabbriche. (Info: www.docbi.it)



Arcore

Lui con la fisarmonica, lei guarda le case La strana coppia che spaventa la città

Un video in rete li ha immortalati mentre girano per strada. Un testimone: «Li ho visti anche a Natale, ho allertato i carabinieri». La psicosi: «Scelgono le case dove rubare»

MICHELE BONI

Basta poco per far scattare la psicosi tra i cittadini arcoresi. C'è da dire che quanto vissuto e documentato con tanto di video da diversi cittadini ha dell'insolito. Per non dire dell'incredibile.

Senza un apparente motivo, in tanti si sono imbattuti, nei giorni scorsi, in un uomo con la fisarmonica che batte le strade arcoresi a suonare allegramente lo strumento musicale in compagnia di una donna. Ormai non ci si fida più di nessuno e il dubbio che pervade tanti arcoresi è che si tratti di una fantasiosa, quanto poco accorta, coppia di ladri d'appartamento. Qualche residente di via Monviso affacciandosi al balcone ha ripreso il duo che passeggiava e ha caricato il video su Facebook. Le immagini hanno creato una certa preoccupazione tra i visitatori della bacheca. Inoltre i due suonatori sembrano volti noti in paese tanto è vero che qualcuno li ha già visti circolare ad Arcore. «Io quando li ho visti sotto Natale ho chiamato subito i carabinieri per far fare un controllo» ha commentato un signore. Secondo la

vulgata web, i due controllerebbero in questo modo vistoso le case da visitare.

«Sono tornati, occhio» è il monito lanciato da più parti. «Stamattina (martedì, ndr) erano anche in via Manzoni - ha scritto una donna che li ha notati - occhio a questi farabutti». C'è chi poi oltre ad avvisare i carabinieri e le forze dell'ordine chiede una mano ai vicini di casa. «Ragazzi se c'è qualcuno che abita nella zona e ha la possibilità, faccia un giro ogni tanto» il consiglio di un altro cittadino spaventato. Un chiaro appello agli abitanti del

quartiere di sorvegliare la propria zona, perché il pericolo di ritrovarsi dei malviventi in casa è concreto. Purtroppo di furti in città nel recente passato ne sono accaduti parecchi e il timore di subire qualche altra visita sgradita dai topi d'appartamento cresce costantemente. Fortunatamente però il classico passaparola nel terzo millennio passa anche dai social network. Una volta tanto Facebook si sta rivelando uno strumento utile per la comunicazione tra cittadini per tenere alta la concentrazione di fronte a possibili malintenzionati.

Inoltre tra molti arcoresi serpeggia anche il terrore di trovarsi faccia a faccia con i malviventi, poiché non conoscono le reazioni dei ladri, che una volta scoperti oltre a rubare potrebbero anche alzare le mani contro le malcapitate vittime del furto. Lo scorso autunno l'amministrazione Colombo aveva anche promosso degli incontri nelle varie frazioni per spiegare ai cittadini come prevenire di essere colpiti dai topi d'appartamento o per lo meno quali accorgimenti seguire per provare ad evitarli. ■

Avvistamenti in via Manzoni e in via Monviso: e su internet parte il tamtam



Il suonatore (a sinistra) e la donna (a destra) ripresi da un arconese

Il parco regala quindici alberi alla scuola Dante Alighieri

I ragazzi della scuola primaria Dante Alighieri di Arcore sono talmente bravi, che il parco dei Colli brianteri regalerà 15 alberi autoctoni da piantare negli spazi verdi della città.

Il Plis in collaborazione con le associazioni del territorio ha infatti promosso la prima edizione del concorso artistico letterario dedicato alle scuole primarie dei Comuni di Arcore, Camparada, Usmate Velate, Lesmo e Casatenovo indetto nel 2014. Il tema suggerito "Colli Brianteri - Boschi da disegnare e raccontare" ha lasciato spazio alla creatività ed alla fantasia di oltre 800 bambini delle scuole del territorio che, guidati dalle insegnanti, hanno realizzato disegni, racconti, cartelloni e piccole installazioni ispirate al bosco ed ai suoi piccoli e grandi abitanti.

Ad aggiudicarsi il primo premio sono state le classi IV A, IV B e IV C della scuola di via Edison con un lavoro originale, un plastico ispirato alle creature del bosco che vivono sulla superficie del terreno e sottoterra come insetti, lombrichi, invertebrati. Il premio consiste in una quindicina di alberi autoctoni che gli alunni hanno deciso di donare alla città di Arcore per abbellire un terreno posto di fronte alla scuola, in prossimità del PalaUnimec. La consegna ufficiale e la piantumazione con alunni, insegnanti e genitori avverrà sabato 14 marzo alle 9.30 vicino al palazzetto dello sport. ■

La nuova rotonda non piace a La Cà Il Comitato: «Disagi per i pedoni»

La possibile rotonda tra Arcore e Lesmo non sembra molto apprezzata dal comitato di quartiere della Cà. «Onestamente la rotonda ci cambierebbe poco la vita - ha affermato il coordinatore del gruppo cittadino Angelo Brivio -. Anzi attualmente riusciamo ad attraversare bene l'incrocio sia a piedi sia in auto. Con il rondò non sappiamo quali benefici avremo». In effetti il comitato da quando si parla di

questo progetto di riqualificazione che interessava l'incrocio tra via Maggi, via Monte Bianco, via Monte Rosa e via XXIV Maggio, si preoccupa di avere un sistema semaforico di attraversamento per i pedoni (come esiste attualmente) che devono passare da un lato all'altro della Sp7.

«Al momento l'attraversamento a chiamata non è previsto - ha raccontato Brivio - però le amministrazioni di Arcore e Le-

smo, che abbiamo incontrato la scorsa settimana ci hanno confermato, che in corso d'opera ci potranno essere delle varianti per soddisfare la nostra richiesta».

Il comitato ha avuto un colloquio lunedì scorso con gli assessori alla Viabilità Rinaldo Polli di Arcore e Giuseppe Adamino di Lesmo per parlare del piano d'intervento tra Peregallo e la Cà. «Sappiamo bene quali sono

le richieste del comitato - ha detto in settimana Adamino - e ci impegneremo per accontentarle». La missione più difficile però per le due giunte limitrofe è farsi dare la quota parte della Provincia di Monza di circa 400 mila euro, che aspetta i soldi dalla vecchia Provincia di Milano, che parecchi anni fa aveva impegnato quella somma per concretizzare l'intervento da circa 1 milione e 100 mila euro finanziato anche da Lesmo e Arcore. Il cantiere potrebbe partire in autunno, ma le incognite sulla realizzazione dei lavori sono ancora grandi, perché oltre alla volontà servirebbero anche i soldi. ■ **Mi. Bon.**

hanno fatto sapere gli organizzatori dell'evento -. Ma sono anche un esempio dell'efficacia, ricchezza e forza espressiva della fotografia come linguaggio ideale per rappresentare il mondo dell'industria e del lavoro. Queste immagini storiche sono uno spaccato singolare di una cultura, quella industriale, che Sandro e Umberto Da Re hanno saputo interpretare seguendo le esigenze della committenza, senza rinunciare allo stile e alla qualità formale di autori».

L'inaugurazione avverrà ufficialmente sabato prossimo alle 17 alla quale parteciperanno la Tenaris Dalmine, la Fondazione Dalmine e l'amministrazione Colombo. ■ **Mi. Bon.**

Una mostra fotografica alle scuderie per raccontare la storia della Dalmine

La Tenaris Dalmine si racconta attraverso la mostra "D17. Fotografie Da Re dall'Archivio della Fondazione Dalmine". L'esposizione, curata dalla Fondazione Dalmine, sarà aperta al pubblico da sabato 28 febbraio a domenica 22 marzo nei prestigiosi spazi delle Scuderie di Villa Borromeo, in collaborazione con il Comune di Arcore e l'assessorato alla Cultura.

L'esposizione propone una selezione di immagini storiche

realizzate tra gli anni '30 e gli anni '70 dallo studio bergamasco dei fotografi Da Re, che per oltre mezzo secolo ha collaborato strettamente con l'acciaieria. D17 è infatti la sigla in codice con cui lo studio identificava le fotografie realizzate per conto dell'azienda nell'epoca in cui era denominata Dalmine (da cui la lettera D): foto di siti produttivi, realizzazioni, prodotti che raccontano, con l'efficacia di un linguaggio universale, una storia dalle radici molto lontane.

«Le immagini presentate nella mostra offrono al pubblico alcuni percorsi che non raccontano una storia lineare nel tempo, ma al contrario propongono un gioco di rimandi visivi e di letture inedite, che vanno al di là del contenuto storico e informativo specifico. Sebbene relativi al sito di Dalmine e a un limitato periodo della ben più lunga vicenda aziendale, gli scatti esposti in D17 sono in primo luogo un omaggio agli autori, al loro "lavoro" di fotografi -

IN BREVE

CARNEVALE Oggi la sfilata delle mascherine

Questo pomeriggio si festeggia il Carnevale ambrosiano anche ad Arcore con l'iniziativa "Luna Parcore" promossa dall'amministrazione comunale. Il ritrovo del corteo è fissato per le 14.30 in piazza Pertini da dove partiranno i carri e tutti i bambini in maschera, preceduti dal corpo musicale "Città di Arcore" in direzione di Villa Borromeo.

CONCORSO "Un click per Greta": iscrizioni aperte

C'è tempo fino al 21 marzo per partecipare al concorso fotografico "Un click per Greta" per ricordare Greta Casiraghi scomparsa in seguito a un brutto incidente stradale. Il tema di quest'anno è la prospettiva dall'alto delle fotografie da presentare al concorso. Per informazioni ci si può rivolgere alla biblioteca di Arcore, oppure scrivere una mail a unlickpergreta@hotmail.com. Il regolamento e i moduli per le iscrizioni si possono trovare anche sul sito del Comune di Arcore.

ALLE SCUDERIE C'è Ambrosoli mercoledì 25

Ospite di spicco il 25 febbraio alle 21 nelle scuderie di Villa Borromeo. Umberto Ambrosoli, politico democratico ed ex candidato presidente al Pirellone, figlio di quel Giorgio Ambrosoli fatto uccidere dal banchiere siciliano Michele Sindona nel 1979, presenta il libro "Qualunque cosa succeda", scritto 30 anni dopo l'omicidio e ripreso dall'omonima fiction della Rai.

SABATO 28 C'è Katoka Risa al teatro "Oldani"

Appuntamento con un artista del Sol Levante. Sabato 28 febbraio al teatro Oldani di Arcore si esibirà l'artista giapponese Katoka Risa alle 21. La musicista nipponica si esibirà con il koto, uno strumento musicale a corde molto particolare, con il quale interpreterà brani tipici della tradizione europea e orientale. Il concerto di Katoka Risa è inserito all'interno del cartellone della XII edizione di "Brianza Classica - Musica Expo, una Terra, mille Suoni".

Una bottiglia rara col Vermouth del re

CURIOSITÀ

■ Qualche volta un po' di fortuna non guasta. Succede allora di imbattersi in un raro pezzo di antiquariato enologico. Ammiro la bottiglia, è veramente un pezzo unico. La preistoria del Vermouth, oserei dire. L'etichetta riporta il produttore: **Martini Sola e C.ia. Fornitore di Sua maestà il Re d'Italia e Portogallo - Stabilimento di Pessione (To).**

Come in uso all'epoca ci sono molte medaglie d'oro dei concorsi enologici sull'etichetta. Inoltre sta scritto: "Spiriti, essenze, aromi, estratti, liquori esteri e

nazionali". Interessante la scritta in alto: "Balsamo dei gastronomi". C'è pure il nome della tipografia: "Tomatis" di Poirino.

È la più antica bottiglia di Vermouth che ho potuto vedere. La ditta **Martini Sola e C.ia** è nata a Torino nel 1863, rilevando una piccola distilleria fondata nel 1847 da quattro soci. In realtà dietro il marchio stampato sull'etichetta **Martini Sola e C.ia** c'è il nome di Luigi Rossi, esperto liquorista torinese, che da tempo forniva alla ditta estratti, droghe, erbe per la produzione di liquori e sciroppi.

Nel 1879 la ragione sociale diventa **Martini e Rossi**,

per poi confluire a fine '900 nel gruppo **Bacardi**.

La bottiglia ritrovata riguarda l'inizio dell'attività imprenditoriale, intorno al 1865-1870. Circa novant'anni prima, proprio a Torino era nato il Vermouth, per opera di Benedetto Carpano sull'esempio dei vini medicinali dell'antichità.

Interessante il numero 34 riportato sull'etichetta, probabilmente il numero progressivo della licenza per produrre alcoli e liquori. Una delle prime concesse dall'allora regno sabaudo.

La bottiglia è in vetro soffiato, color verde scuro, tipo "poirinotta", probabilmente giunta dalla vetreria

di Poirino. E cilindrica, ma al fondo si riduce sensibilmente, per dare un minore contenuto, una pratica in uso nell'epoca.

Anche l'incavo al fondo è enorme, il volume stimato sui 950 ml, ma non ci sono indicazioni di contenuto e di grado alcolico. La boga, anch'essa soffiata, ha una bocca di 17,5 millimetri.

La chiusura è in sughero naturale, altezza di circa 30 millimetri, niente ceralacca, niente capsula.

Il dato più sorprendente riguarda l'elasticità del sughero, ancora ben avvertibile al tatto. L'attuale livello di riempimento è di circa 9 centimetri raso bocca.

Lorenzo Tablino



**UN PEZZO UNICO
DI ANTIQUARIATO
ENOLOGICO RISALENTE
AL 1865-1870**



Jens Lorenzen. Archeopop

Mar, 05/02/2014 - 12:37 | [Ivan Quaroni](#)

Da Dürer a Goethe, da Winckelmann ai pittori Nazareni, gli artisti e gli intellettuali tedeschi nel corso della storia hanno più volte dimostrato la loro ammirazione per l'Italia, considerata, insieme alla Grecia, la culla della cultura classica. Jens Lorenzen appartiene a questa illustre schiera di artisti e lo dimostra con la sua pittura, in controtendenza rispetto alle nuove istanze dell'arte tedesca. Infatti, mentre nell'Europa degli ultimi cinque anni si sono affermati gli artisti dell'ex DDR, provenienti principalmente dalle accademie di Lipsia e di Dresda, e autori di una pittura quanto mai variegata, che mescola indifferentemente astrattismo e figurazione, surrealismo ed iperrealismo, disegno ed *expanded painting*, il berlinese Jens Lorenzen si è mosso in tutt'altra direzione. Rispetto ad artisti come Katharina Grosse, Markus Draper o Tobias Lehner, nei quali si avverte la consapevolezza di un trauma storico recente (quello della divisione tra le due Germanie) e l'ansia di ricostruzione di un'unità culturale e nazionale, Jens Lorenzen si concentra piuttosto sulla riedificazione della memoria visiva e intima degli individui.



La storia a cui Lorenzen allude con le sue tele, non è quindi quella macroscopica ed epocale della Germania riunificata, ma quella dei ricordi personali, spesso composti da una sedimentazione d'immagini deboli, fatta di prodotti di consumo, manifesti pubblicitari, marchi di fabbrica e testate di settimanali e quotidiani. La sua ricerca pittorica non teme il confronto col passato, anzi lo evoca non solo nei temi trattati, ma anche nello stile. Lorenzen riannoda i fili della memoria rispolverando i detriti visivi degli anni Cinquanta e Sessanta, evocando loghi e confezioni di prodotti dimenticati, vecchie insegne pubblicitarie, pompe di benzina, manifesti cinematografici *vintage*. Rispetto agli artisti Pop, Warhol *in primis*, la sua attenzione verso i prodotti di consumo, quali depositari dell'immaginario della società dei consumi e dunque della cultura popolare, è quella di un contemporaneo afflitto dalla nostalgia, dall'ansia di rinsaldare i legami emotivi e forse biografici con il passato.



A ognuno di noi è capitato, almeno una volta, di vedere l'etichetta di una bibita della nostra infanzia e di lasciarsi inondare dai ricordi. Ecco, i marchi e i loghi di Lorenzen, siano riferiti all'immaginario commerciale tedesco o a quello italiano, hanno il potere d'innescare nell'osservatore una catena d'impressioni visive che aprono la strada a sentimenti ed emozioni rimosse. Come se non bastasse, l'artista berlinese accentua questo senso di rievocazione e di scoperta grazie alla scelta di uno stile volutamente retrò, dove si fondono richiami alla tradizione rinascimentale dell'affresco e tracce dei *decollage nouveau*-realisti. Non a caso, le tele di Lorenzen somigliano sia a muri sui quali si siano depositati strati di manifesti strappati e fogli di giornale, sia ad antiche decorazioni murali o musive di cui non rimane che qualche confuso frammento.



L'impressione che si riceve dalle sue opere è quella di essere davanti ad una sorta di reperto archeologico, ad una specie d'incunambolo della società dei consumi. Ed è questa una scelta stilistica dettata anche dal suo amore per l'arte italiana, che spazia dalla pittura pompeiana a quella rinascimentale, per arrivare fino a maestri del Novecento come Campigli e Sironi che, guarda caso, si sono misurati proprio con le tecniche dell'affresco e del mosaico. Eppure, l'arte Neopop di Lorenzen è inedita non solo in ragione dei suoi riferimenti all'arte del passato, ma soprattutto in virtù della sua

predilezione verso una materia pittorica densa e stratificata. Quasi tutte le declinazioni del New Pop contemporaneo, infatti, sono accomunate dalla scelta di uno stile flat, caratterizzato da cromie artificiali, mentre la pittura di Lorenzen conserva una forte impronta manuale. D'altra parte, prima di studiare pittura con Hermann Albert all'Accademia di Braunschweig, l'artista ha esercitato la professione di falegname. Ed è forse grazie a quell'esperienza che ha maturato quel tipo d'approccio diretto e fisico con la tela, che differenzia il suo stile dall'impostazione eccessivamente concettuale della pittura di molti suoi connazionali. In un certo senso, Lorenzen è un artista tedesco atipico, perché non si trova in lui né l'influenza del realismo fotografico di Richter né tantomeno quella del neoespressionismo dei *Neue Wilden*, ma allo stesso tempo incarna alla perfezione il prototipo dell'intellettuale tedesco, affascinato dalla civiltà mediterranea.



I nuovi lavori di Lorenzen, gran parte dei quali sono stati appositamente realizzati per questa mostra, sono evidentemente dedicati all'Italia. Basta un rapido sguardo per catturare immediatamente i marchi storici della Fiat e della Motta, **i loghi** della San Pellegrino e **del Campari**, le vecchie insegne del caffè Moka Efti, le testate del Corriere della Sera e del Messaggero, la Cinquecento e il famosissimo cane a sei zampe dell'Agip, disegnato da Luigi Broggin. Non stupisce che Lorenzen inserisca elementi specifici della società italiana nelle sue tele. Lo aveva già fatto con le insegne dei Sali e Tabacchi e **i loghi della Martini nella mostra milanese del 2005**, ma anche con i lavori intitolati *Lavazza II* e *Lavazza III* (2005) della serie *Marken*. Ciò che colpisce, piuttosto, è la comparsa, in alcune nuove opere, di un preciso intento narrativo o quantomeno di un sistema di riferimenti coerente. Per esempio, in *Blow up* (2006) sono presenti elementi grafici differenti che sono, tuttavia, strettamente collegati tra loro. Sotto la parola "Blow up", titolo del famoso film di Michelangelo Antonioni, compare una macchina fotografica Nikon

F1, la stessa usata da David Hemmings durante le riprese, mentre l'insegna "24 Ore" dei distributori automatici di sigarette allude alla durata della narrazione nella pellicola del regista italiano, che infatti si svolge nell'arco di un solo giorno.



Nell'opera intitolata *L'Espresso* (2006), realizzata ad olio e collage su tela e impaginata alla maniera di una prima pagina di quotidiano, il collegamento tra parole e immagini è più sottile. In basso a sinistra compare un articolo di Alberto Moravia su Vittorio De Sica, sormontato da una foto dello scrittore romano. Sulla destra, invece, c'è un accenno a un'opera di Pier Paolo Pasolini (*Ragazzi di vita*). Il legame narrativo, in questo caso, è tutto giocato sull'amicizia tra i due scrittori e serve ad evocare il clima culturale della seconda metà degli anni Cinquanta, nonostante l'inserito del simbolo del Nuovo Partito Socialista e del quotidiano *La Repubblica* siano cronologicamente successivi. Forme analoghe di narrazione discontinua, dove si mischiano flash di cronache del passato e del presente, si trovano anche nelle opere *Corriere Della Sera*, *Fiat* e *Il Messaggero*, tutte del 2006. Curioso, invece, è l'altro dipinto intitolato *L'Espresso* (2006), che si svolge intorno a un cilindro, la cui forma richiama le colonne di Litfass, scarsamente note in Italia, ma in passato usate in Germania come supporti per manifesti pubblicitari.



Il nuovo imprinting narrativo di Lorenzen è un ulteriore elemento di distinzione rispetto alla pittura tedesca contemporanea. Guardando i lavori degli artisti più giovani, ci si accorge, infatti, che la loro attenzione è riservata quasi esclusivamente alla resa pittorica dei soggetti, piuttosto che alla costruzione di un racconto. Lorenzen, invece, ha il coraggio di narrare delle storie e di evocare sentimenti. E lo fa attraverso una pittura che affonda le radici nel passato, ma che riesce sempre fresca e attuale. In breve, una pittura colta e popolare insieme. Proprio come piace a noi italiani.



Gardenhouse: Hertl.Architekten ha convertito le rovine di un casolare in Austria utilizzando il concetto di casa-nella-casa

Dal 1928

domus

English
Sign up / Login

SCOPRI » **domus**
DIGITAL EDITION

 Mi piace Piace a 445.262 persone.

[Architettura](#) / [Design](#) / [Arte](#) / [Prodotti](#) / [Archivio Storico](#) / [Shop](#)

Contenuti [Notizie](#) / [Interviste](#) / [Opinioni](#) / [Portfolio](#) / [Speciali](#) / [Recensioni](#) / [Video](#) / [Dall'archivio](#) / [Competition](#)

Rivista [Questo mese](#) / [Edizioni locali](#)

Network [Il tuo profilo](#) / [RSS](#) / [facebook](#) / [twitter](#) / [instagram](#) / [pinterest](#) / [LOVES](#)

Assaggio d'Archivio

In occasione del riconoscimento di impresa storica, Bitossi Ceramiche espone alla Galleria Antonia Jannone di Milano un'inedita selezione di pezzi provenienti dal proprio archivio.

[Notizie](#)

Photography
[Claudia Zalla](#)

Published
[26 Febbraio 2015](#)

Location
[Milano](#)

Sections
[Notizie](#)

Keywords
Assaggio d'Archivio, Bitossi Ceramiche,
ceramica, Fondazione Vittoriano Bitossi,
Galleria Antonia Jannone, mostra

Network

[Like on Facebook](#)

[Share on Twitter](#)

[Pin to Pinterest](#)

La Fondazione Vittoriano Bitossi presenta alla Galleria Antonia Jannone una selezione di pezzi provenienti dal proprio archivio industriale: un vero e proprio assaggio di forme, disegni, colori e tecniche di lavorazione della ceramica.

La mostra è un primo appuntamento, una selezione di pezzi degli anni '50 e '70 della collezione storica di Bitossi Ceramiche e ripercorre la direzione artistica del maestro Aldo Londi, che per oltre un trentennio ha portato all'interno

dell'azienda produzioni innovative ispirate all'evoluzione del gusto e alla propria cultura di vita.



↑ Bitossi Ceramiche, "Assaggio d'Archivio", vista dell'allestimento alla Galleria Antonia Jannone, Milano

“Assaggio d'Archivio” nasce da una selezione realizzata in collaborazione con la storica Marina Vignozzi Paszkowski ed è il primo capitolo di un’attiva ricerca che porta alla luce alcuni pezzi di estrema rarità e complessità artistica sia per le forme che per i colori ottenuti. Le ispirazioni sono molteplici: dal mondo degli animali all’architettura, dall’arte contemporanea all’archeologia, dalle stoffe agli esperimenti con le materie prime.

Nel 2014, in occasione della “Settimana dedicata alla Cultura d'Impresa” la Fondazione Vittoriano Bitossi ha presentato la biografia a lui dedicata dal titolo *Aldo Londi. Un ceramista del Novecento*, a cura di Marina Vignozzi Paszkowski, un racconto di vita, di cultura e di lavoro durante il quale determinante sarà l’incontro con il giovane l’architetto Ettore Sottsass, suo allievo e successivamente collaboratore per molti anni. Altre figure legate al movimento Memphis saranno protagoniste delle famose “scorribande a Montelupo” durante le

quali “si veniva alla Bitossi per imparare a lavorare la ceramica”
materia misteriosa e complessa, ma estremamente affascinante.



↑ Bitossi Ceramiche, “Assaggio d'Archivio”, vista dell'allestimento alla Galleria Antonia Jannone, Milano

[Pin it](#)



26 – 28 febbraio 2015

inaugurazione giovedì 26 febbraio h.19.00-21.00

Assaggio d'Archivio

[Galleria Antonia Jannone](#)

Corso Garibaldi 125, Milano

Photography
[Claudia Zalla](#)

Sections
[Notizie](#)

Keywords

[Assaggio d'Archivio](#), [Bitossi Ceramiche](#),
[ceramica](#), [Fondazione Vittoriano Bitossi](#),
[Galleria Antonia Jannone](#), [mostra](#)

Location
[Milano](#)

Network

[Like on Facebook](#)

[Share on Twitter](#)

[Pin to Pinterest](#)