

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica Museimpresa				
XIII	Corriere Adriatico	10/06/2014	UNA GIORNATA OMAGGIO ALL'ARCHIVIO STORICO	2
Rubrica Cultura d'impresa				
4	Il Secolo XIX	20/06/2014	MUSEI GRATIS PER I RAGAZZI, PAGANO GLI OVER 65 (I.Pugliese)	3
5	Corriere Fiorentino (Corriere della Sera)	19/06/2014	UN PIL FATTO DI CULTURA, IL RECORD DELLA TOSCANA / SVILUPPO E CREATIVITA'.	4
9	L'ARENA	13/06/2014	IN MOSTRA AL METEF I PEZZI UNICI AL MONDO DEL MUSEO NICOLIS (E.co.)	7
Rubrica Musei Aziendali				
22	MF Fashion (MF)	17/06/2014	BRACCIALINI FESTEGGIA IN MOSTRA I 60 ANNI (C.Bottoni)	8
II/III	Gazzetta di Mantova	13/06/2014	LE VESPE DA TUTTO IL MONDO ALLA CORTE DEI GONZAGA. UN RADUNO PER CINQUEMILA	9
32	Il Quotidiano della Calabria - Ed. Cosenza e Provincia	11/06/2014	IL NOME DI ROSSANO GIRA IL MONDO SULLE SCATOLETTE DI LIQUIRIZIA	12
26	Il Secolo XIX	09/06/2014	IL MUSEO BORSALINO NUOVO "LUOGO DEL CUORE" (Si.fo.)	13
31	il Crotonese	07/06/2014	ROSSANO, LIQUIRIZIA CHE DELIZIA GLI INTENDITORI DI TUTTO IL MONDO	14
65	La Nazionale Pisa	14/06/2014	LA POP VESPA 'FIRMATA' DA MADDALENA CARRAI	22
5	Torino Sette	06/06/2014	HO VISTO COSE	24
38	L'Eco di Bergamo	03/06/2014	DALMINE, LA STORIA VISTA DAI BAMBINI	25
42	Antiquariato	01/06/2014	VESPA A TUTTO GAS: ICONA SENZA TEMPO	26
16	Il Popolo Cattolico	30/05/2014	SIMULAZIONE D'IMPRESA ALLA TENARIS	28

► La Fondazione Gianfranco Fedrigoni

Una giornata omaggio all'Archivio storico

L'INIZIATIVA

Fabriano

La "Fondazione Gianfranco Fedrigoni - Istituto Europeo di Storia della Carta e delle Scienze Cartarie (Istocarta)", in occasione del cinquantesimo anniversario dal riconoscimento dell'Archivio Storico delle Cartiere Miliani celebrerà la ricorrenza con un seminario dedicato. L'archivio, fonte di notevole interesse storico per la storia della carta, verrà celebrato nella giornata di venerdì a partire dalle 17.30 nella sala convegni della Fondazione Cassa di Risparmio di Fabriano e Cupramontana.

Per ricordare l'importante ricorrenza la Fondazione Fedrigoni ha deciso di pubblicare la ristampa anastatica del-

l'estratto "L'Archivio Storico delle Cartiere Miliani di Fabriano", testo della lezione di Valeria Cavalcoli al primo corso di formazione sulla conservazione dei documenti d'archivio, svoltosi nel 1986 a Fabriano.

L'introduzione al testo è stata curata da Elio Lodolini, professore emerito dell'Università La Sapienza di Roma, che aprirà i lavori del seminario di venerdì. Seguiranno gli interventi di Luisa Montevichi, soprintendente archivistica per le Marche, di Maria Palma della Soprintendenza Archivistica per le Marche, del direttore generale degli archivi Antonella Mulè e di Giancarlo Gonizzi, vicepresidente dell'associazione **Museimpresa**.

S. S.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

LA SVOLTA DEL MINISTRO AI BENI CULTURALI FRANCESCHINI: DUE VOLTE L'ANNO VISITE POSSIBILI TUTTA LA NOTTE

Musei gratis per i ragazzi, pagano gli over 65

Grandi attrazioni aperte il venerdì fino alle 22. "Free" una domenica al mese

IL CASO

IRENE PUGLIESE

GRATIS per i giovani, a pagamento per gli over 65. E' la linea che segue la rivoluzione che si apprestano a vivere i nostri musei. E se i principi che ispirano questo cambiamento sembrano tipici del renzismo, la conferma arriva dalla modalità scelta per comunicarlo, l'immane cinguettio. «Dal 1 luglio cambiano gli ingressi ai musei: sopra i 25 anni a pagamento, prima domenica mese gratis per tutti e venerdì aperti fino alle 22» ha scritto su Twitter il ministro dei Beni Culturali Dario Franceschini, mentre andava in scena la terza edizione degli "Stati generali della cultura". Si cambia e la curiosità è tanta: c'è da rimettere in piedi un sistema che per anni ha portato nei musei italiani meno visitatori rispetto al potenziale enorme del nostro patrimonio culturale, e ancor meno utili nelle casse dello Stato.

Franceschini per lanciare la rivoluzione ha scelto un'etichetta "scomoda" di questi tempi, parlando di «svolta europea», resa necessaria «dall'analisi dei dati sugli ingressi nei nostri musei, dove ogni anno più di un terzo dei visitatori non paga il biglietto». Primo punto fermo della ri-

voluzione è la fine della gratuità per gli over 65, con l'obiettivo di monetizzare al massimo il flusso di turisti stranieri e abbattere una diversità di trattamento (giovani più penalizzati), che non sembra trovare più alcun fondamento nella distribuzione del reddito per fasce di età.

Ad avvantaggiarsene sono i ragazzi sotto i 18 anni, con l'ingresso gratuito in tutti i musei e siti archeologici, mentre godranno di riduzioni i giovani fino a 25 anni. Il modello d'ispirazione è chiaro, il Louvre ha indubbiamente fatto scuola, anche per quanto riguarda la cosiddetta apertura notturna: il venerdì sera i musei resteranno aperti fino alle 22, provando a sfatare il tabù della visita al museo visitare nei giorni feriali per chi lavora. E se l'impianto della riorganizzazione guarda all'estero, il tentativo è rilanciare anche la tradi-

zione italiana dell'essere nei musei: l'iniziativa "Una notte al museo" viene infatti istituzionalizzata con due appuntamenti l'anno e il costo dei biglietti ridotto simbolicamente a un euro. Certo, le criticità esplose lo scorso maggio quando trovare volontari per tenere aperto di notte il Colosseo sembrava impossibile non spariscono, ma l'impressione è che questa istituzionalizzazione possa aiutare a rendere più credibile e meno improvvisata l'iniziativa.

Tuttavia le novità non finiscono qui. «Istituiremo la "Domenica al museo"» ha continuato Franceschini, spiegando che «ogni prima domenica del mese tutti i luoghi della cultura statali saranno visitabili gratuitamente. La gratuità per tutti è più equa». E se equità è il mantra del nuovo corso franceschiniano, la no-

vità più rilevante potrebbe arrivare dall'introduzione di una vera cultura d'impresa nella gestione e nel finanziamento del patrimonio culturale italiano. A lungo osteggiato e poi realizzato a macchia di leopardo e senza troppa convinzione, lo sdoganamento dei privati potrebbe davvero rappresentare la boccata d'aria che il sistema cultura aspetta da troppo tempo.

«Dopo gli sgravi fiscali voluti dal Governo non ci sono più alibi» ha attaccato il ministro, riferendosi all'"Art Bonus" che prevede defiscalizzazioni al 65% per i privati disposti a investire nel patrimonio culturale italiano, mentre per rendere più efficiente la gestione economica dei grandi musei viene introdotta la figura di un manager a fianco del soprintendente, per responsabilizzare i dirigenti è stato deciso che gli incassi dei biglietti rientreranno direttamente nelle casse del museo stesso anziché passare per il Tesoro. Meno Stato, più privati: è davvero la formula magica per rilanciare il sistema cultura italiano? Franceschini ne è convinto: «Salvare il nostro patrimonio è una missione collettiva del paese, in cui lo Stato deve fare la propria parte con più risorse ma deve anche aprire le porte alle persone o alle imprese che sono disponibili a mettere qualcosa per salvare il nostro patrimonio, rivalutarlo e valorizzarlo. È una missione del paese, non dello Stato».

© riproduzione riservata

**ECCO IL
MANAGER**
**Introdotta
una nuova
figura per
attrarre
i privati**

«SVOLTA
EUROPEA»

**Più di un
terzo dei
visitatori
non paga
l'entrata**

Un Pil fatto di cultura, il record della Toscana

Musei, festival, restauri, ma anche videogiochi: quanto contano nella ricchezza della regione

Cultura, creatività, arte fanno «mangiare» più di quanto si sia (anche demagogicamente) affermato in passato. La forza di questo settore risiede sempre nella sua identità, nella sua natura di patrimonio, di conoscenza, di condivisione. Sono i dati a dimostrare che — dall'arte ai beni architettonici, dalla moda al design passando ai libri e persino ai videogiochi — è un tutt'uno che si tiene quello che fa da volano alle imprese ed alle realtà, anche pubbliche e no-profit, studiate nell'ultimo rapporto della fondazione Symbola intitolato «Io sono Cultura». Uno studio che verrà presentato oggi a Firenze, grazie a Cna e Coldiretti, un incontro dal titolo «Eccellenze in digitale» assieme a Google allo Ied, in via Bufalini 6.

Il primo dato notevole del rapporto Symbola è il «moltiplicatore della cultura», quell'indice che esprime quanti euro vengono prodotti da ogni euro investito nel settore; a livello nazionale il coefficiente è 1,7 (1 euro ne muove 1,7), quello toscano è tra i migliori, 1,9, ma soprattutto è il migliore tra le regioni che hanno maggiore «infrastruttura», la massa critica di patrimonio culturale presente: la Toscana è la «prima regione d'Italia per beni

archeologici e architettonici vincolati», si legge nel rapporto Symbola, ed «appare più capace del Lazio di sfruttare i notevoli livelli di dotazione di partenza».

Sono i territori a competere a livello globale, è il refrain di questi anni di crisi. Quelli toscani non vanno male, anche se il panorama è a macchia di leopardo. La provincia di Firenze è quella, per numero di aziende culturali-creative, legate al patrimonio artistico e alla produzione artistica, al vertice: ha la percentuale più alta (11,29%) di imprese in questo settore rispetto al complesso delle aziende in un territorio. Prato è quella che ha anche la percentuale più alta di imprese femminili nel settore, 32,7%. La provincia di Arezzo è quella in cui le aziende di questo settore contribuiscono di più al valore aggiunto complessivo dell'area (l'8,2%, a Pisa, in nona posizione italiana, il 6,2%) e pure per l'occupazione (9,9%, anche qui Pisa è poco sotto, settima a livello nazionale con il 7,9 e Firenze nona con il 7,5% rispetto al Pil del territorio provinciale). La Toscana, nel suo complesso, è regina dell'export anche nel comparto cultura, balzando al primo posto per la propensione di queste aziende ad orientarsi verso Paesi stranieri (il 7,2% nel 2013, era il 5% solo 4 anni fa).

Numeri che raccontano l'importanza di un mondo dove dai settori «design driven», cioè dalla moda all'architettura e al design in senso stretto, si passa dall'editoria ai musei fino ai videogiochi (di cui alcuni legati anche a progetti di griffe della moda, e così il cerchio si chiude). Ma cosa è che «traina» e che fa «volume»? Non i musei, non il pubblico: quello è il «volano» immateriale, il 93% del fatturato è delle imprese private (il 3% è no profit). Ma senza quel restante 4% di pubblico, forse, il resto non esisterebbe: banalizzando, senza il Battistero non sarebbe stato possibile neanche immaginare l'operazione di Pucci per ricoprire le impalcature durante Pitti (e in realtà, quella grafica nasce proprio per la suggestione che dette al patron della Griffe, Emilio, lo stesso Battistero negli anni '60). Valutazioni qualitative che potrebbero non convincere: a dar forza ci sono sempre i numeri. «Oltre un terzo del totale della spesa turistica stimata nel 2012 sul territorio italiano è attivata dalle industrie culturali», in Toscana è in linea con la media nazionale, con punte oltre il 40% nei piccoli Comuni e nei capo-

luoghi. Un mix, quindi, un insieme di settori che a cascata promuovono e si promuovono l'un altro. È il caso evidente dell'artigianato, che vende sicuramente meglio sotto al Cupolone o alla Torre di Pisa (e il cui mix creativo si ritrova con iniziative come Artigianato a Palazzo), ma anche dell'università che collabora (come succede da anni con l'Opificio delle pietre dure) con le istituzioni che tutelano il nostro patrimonio, creando le condizioni, ricorda il rapporto di Symbola, perché questo toscano possa diventare il più grande distretto tecnologico legato ai beni culturali — una «vision bene espressa fin dalle prime edizioni di Florens, e su cui stanno lavorando l'Incubatore delle Murate a Firenze o i centri di ricerca a Pisa. Ma in Europa, anche con meno «capitale» di arte e cultura, sanno fare meglio di noi. E forse la grande partita dei fondi europei (parte di questi sono dedicati alla cultura) da qui al 2020 potrebbe essere sfruttata meglio. Se si ha la consapevolezza che con la cultura non solo si mangia, ma si vive.

Marzio Fatucchi

marzio.fatucchi@rcs.it

 marziofatucchi

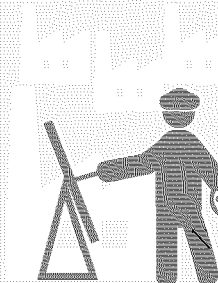
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Moltiplicazioni

Ogni euro investito in questo settore ne produce 1,9, più della media italiana

Le imprese

Percentuale delle imprese nel settore cultura sul totale



Posizione e provincia	Numero di imprese	Incidenza % sul totale provinciale
1 Firenze	12.970	11,9
2 Milano	39.881	11,3
3 Monza	8.230	11,2
4 Como	5.580	11,1
5 Arezzo	3.765	9,8
6 Roma	44.668	9,8
7 Pisa	4.169	9,6
8 Lecco	2.558	9,4
9 Trieste	1.486	8,9
10 Bologna	8.564	8,8
ITALIA	458.243	7,5

I lavoratori

Percentuale degli occupati nel settore cultura sul totale dei lavoratori

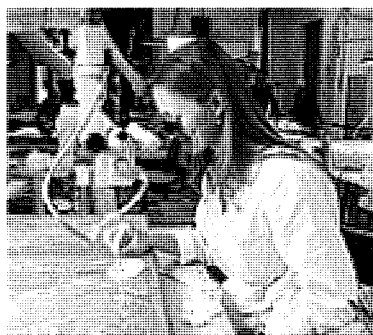


Posizione e provincia	Incidenza % sul totale provinciale
1 Arezzo	9,9
2 Pesaro e Urbino	9,6
3 Vicenza	9,0
4 Pordenone	8,6
5 Treviso	8,5
6 Macerata	7,9
7 Pisa	7,9
8 Milano	7,7
9 Firenze	7,5
10 Como	7,4
ITALIA	5,7



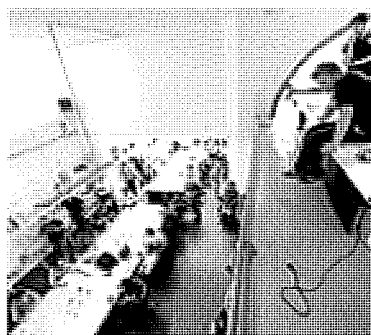
L'ombra del David proiettata su Palazzo Vecchio

Sviluppo e creatività



Opificio delle Pietre dure

Questa istituzione «vanta collaborazioni decennali con Cnr, l'Infn di Firenze, le Università di Firenze, Perugia, Pisa, Siena e Bologna, l'Enea di Roma ed altri ancora» ed è anche per questo che la Toscana è «terreno fertile per la crescita di un distretto della tecnologia per i beni culturali»



Multiverso

È un coworking 2.0, dove oltre ai servizi standard come «segreteria, sala riunioni e di post produzione audio e video» si offre «un circuito in cui mettere a disposizione le proprie competenze e reti di contatti, per collaborare con gli altri e realizzare pacchetti completi di servizi da offrire in conto terzi»



Parchi della Val di Cornia

Ormai un «modello consolidato» di una «gestione innovativa» oltre la «dicotomia tra logiche di tutela e conservazione e **cultura di impresa**» ed è diventata un «laboratorio di sperimentazione delle diverse forme di collaborazione interistituzionale e pubblico-privato»

**Festival del fumetto**

Nell'editoria, il «sottosettore» che ha subito di meno gli effetti della crisi è quello dei libri per giovani e ragazzi e del fumetto, anche grazie a festival come quello di Lucca (in questo caso, l'effetto moltiplicatore «è pari ad 8 euro per ogni euro investito») o quello legato a Pitti Bimbo «Nati per Leggere»

**Artigianato a Palazzo**

Pe il rapporto Symbola, iniziative come quella a Palazzo Corsini a Firenze non solo sono importanti per la ricaduta economica e di immagine ma anche perché fanno capire «quanto sia labile il confine tra la maestria degli artigiani e l'Arte con la A maiuscola». L'artigianato è il 23,4% di tutto il settore cultura-creatività

**Polimoda**

Il Rinascimento ha guardato fuori dalle mura delle città e del Paese. Per restare innovativi occorre fare altrettanto, secondo Symbola, che cita l'accordo tra Polimoda e Università di Shanghai (con incubatori a Villa Strozzi e in Cina) come modello per «affrontare il mercato globale con la creatività»



Oggi ultimo giorno della rassegna

In mostra al Metef i pezzi unici al mondo del Museo Nicolis

L'Ansaldo Pf-iva del 1906, la Vespa Piaggio con sidecar del 1953, la bicicletta da corsa Bianchi del 1947: pezzi unici, rarissimi, ma prova tangibile che talento ed eccellenza italiana hanno una lunga storia alle spalle, che affonda le radici nella grande tradizione industriale e imprenditoriale del nostro Paese.

I pezzi, in esposizione nello spazio Piazza Italia di Metef (che chiude oggi a Veronafiere), padiglione 6, provengono dal Museo Nicolis di Villafranca, uno dei maggiori musei privati italiani, voluto e realizzato nel 2000 dall'imprenditore veronese Luciano Nicolis, struttura che custodisce ben 7 collezioni di pezzi unici made in Italy, con centinaia di auto d'epoca, moto e biciclette, strumenti musicali, macchine fotografiche e per scrivere.

Non è un caso che il Museo Nicolis rappresenti un unicum nel suo genere e venga indicato come emblematico della moderna **cultura d'impresa**.

I Nicolis, infatti, sono da 70 anni imprenditori nel recupero di materie prime e secondarie e l'azienda di famiglia, la Lamacart di Verona, è leader in Italia nel recupero e lavorazione della carta da macero.

Concetti, quelli di raccolta e



Silvia Nicolis

riutilizzo, che hanno guidato anche la passione per il collezionismo di Luciano Nicolis, consentendogli di vedere dei gioielli dove altri vedevano solo rottami.

«Siamo felici e orgogliosi di partecipare a questa manifestazione», spiega Silvia Nicolis, presidente del Museo.

«La presenza di oggetti delle nostre collezioni in una rassegna così innovativa e internazionale conferma non solo che il settore del motorismo è storicamente e culturalmente uno dei più emblematici per sottolineare il ruolo del made in Italy nel mondo, ma sottolinea anche che le eccellenze di cui il nostro Paese e la nostra Regione sono ricche hanno radici «antiche» e hanno saputo tutelare e non disperdere», conclude Nicolis, «un formidabile brand heritage di cui possiamo andare orgogliosi». **E.CO.**



Celebrazioni

BRACCIALINI FESTEGGIA IN MOSTRA I 60 ANNI

L'exhibition, in scena da stasera a giovedì, è un assaggio del Museo aziendale che il marchio di pelletteria aprirà entro l'anno

Sei decenni all'insegna di una creatività innovativa e giocosa. Braccialini celebra, in occasione di Pitti immagine uomo, i suoi 60 anni di attività con una mostra retrospettiva al museo Marino Marini, che sarà inaugurata questa sera per restare visitabile fino a giovedì. Intitolata «Il giardino delle meraviglie», l'exhibition, curata da Alessandra Arezzi Boza e fruibile grazie a un allestimento di Studio Grassi design, racconta attraverso le borse più rappresentative la storia dell'azienda fondata nel 1954 da Roberto e Carla Braccialini, quest'ultima stilista delle collezioni oggi affiancata alla guida dell'azienda dai figli Riccardo e Massimo. L'appuntamento sarà solo un assaggio delle celebrazioni che costelleranno il 2014 del gruppo. «Questo appuntamento è l'anticipazione di quanto faremo nei prossimi mesi, dall'inaugurazione del museo Braccialini, che verrà ospitato all'interno della nostra sede di Scandicci e che ospiterà anche il mondo di Gherardini, al lancio di



Sopra, una borsa storica di Braccialini

un volume», ha spiegato a MFF Riccardo Braccialini, ceo del gruppo da 70 milioni di euro di ricavi stabili sul 2012. «Il museo sarà battezzato entro l'anno mentre il libro, edito da Skira, è stato pubblicato in concomitanza con la mostra. Attraverso questi progetti desideriamo raccontare la nostra storia di innovatori negli ultimi 60 anni». Anni segnati dalla creatività ma anche da momenti difficili, come le intemperie legate al gruppo Burani. «Siamo resilienti, mi piace definirci così», ha detto Braccialini, «il fiorentino più prende botte più cresce! In questo 2013 abbiamo mantenuto il nostro fatturato nonostante la pulizia delle rete distributiva e abbiamo percepito i primi leggeri segnali di ripresa anche dal Sud Europa. Extra Ue, stiamo investendo sugli Stati Uniti con l'apertura di uno showroom a New York», ha proseguito, «abbiamo anche in programma alcune aperture in Cina e una nei magazzini Gum a Mosca. In tutto, prevediamo 15 nuove vetrine nei prossimi mesi», ha concluso. (riproduzione riservata)

Chiara Bottoni



Le Vespe da tutto il mondo alla corte dei Gonzaga Un raduno per cinquemila

Una lunga festa fino a domenica con tour, mostre, spettacoli e premiazioni
E la partecipazione straordinaria di due grandi piloti: Melandri e Guintoli

Migliaia di vespisti, in rappresentanza di 31 Paesi e oltre 130 Vespa Club sono a Mantova per i Vespa World Days, la più importante manifestazione mondiale di club dedicata alla passione e all'amore per la Vespa. Tocca all'Italia, e a Mantova in particolare, ospitare l'edizione 2014 dopo le edizioni svoltesi in Portogallo (2010), Norvegia (2011), Gran Bretagna a Londra (2012) e Belgio (2013).

Punto d'incontro dell'evento è piazza Virgiliana, dove sorge il Vespa Village, casa dei vespisti e cuore della manifestazione. Un'altra grande meta è il Motoplex, nuovo Concept Store del Gruppo Piaggio - il più grande d'Europa - che si inaugura al Boma venerdì alle 19,30. Il party inaugurale vedrà la partecipazione straordinaria di Marco Melandri e Sylvain Guintoli, i piloti Aprilia Superbike reduci dal doppio trionfo di Sepang in Malesia.

Il ricchissimo programma dei Vespa World Days 2014 prevede una serie di tour che, con partenza da Mantova, attraverseranno il territorio che circonda la città dei Gonzaga: numerosissime le attrattive, esplorabili anche con la app gratuita 'Terre di Mantova', che la Provincia di Mantova dedica ai turisti e ha reso disponibile per Android e Apple iOS in italiano, inglese e tedesco. Le escursioni delle carovane di Vespa toccheranno luoghi di grande fascino paesaggistico, artistico e architettonico come Felonica (paese dalla storia millenaria nell'estremità orientale della Lombardia) con puntata fino alla storica Abbazia sulle sponde del Po, Sabbioneta (dove l'affluente

Oglio incontra il Po in un tripudio di vegetazione e colori), Grazie di Curtatone (un itinerario naturalistico tra canneti e fior di loto). Uscendo dalla provincia si incontreranno Sirmione (attraversando le colline moreniche tipiche dell'alto mantovano, un paesaggio di rara bellezza) e Valeggio (borgo medievale sul Mincio dove i sapori lombardi si incontrano con quelli veneti). Nei tour saranno toccate anche città di grande fascino e ricchissime di storia come Brescia e Verona.

Nel chiostro del museo diocesano saranno esposti venti pezzi unici del museo aziendale che per la prima volta escono dalle sale di Pontedera dove sono custoditi. Ci sono otto parcheggi, sorvegliati dalle 9 alle 24, per accogliere i vespisti iscritti: nelle piazze Sordello, Castello, Seminario, Virgiliana, del Diocesano, museo dei vigili del fuoco, campo canoa e Eni Sparafucile. Per tutti gli altri partecipanti sarà a disposizione una parte del parcheggio del campo canoa. Tutte le informazioni sui Vespa World

Days sono online sul sito web www.vespaworlddays2014.it, fornite dall'organizzazione che fa capo al Vespa Club Mantova. Anche quest'anno l'evento clou dei Vespa World Days sarà la premiazione dei vincitori del Vespa Trophy, la competizione fra i viaggiatori Vespisti, che testimonieranno con foto e timbri speciali sul proprio Travel Book, tutte le tappe nel viaggio verso Mantova. È un trofeo turistico che coinvolge oltre 2.000 concessionari del Gruppo Piaggio, di 25 Paesi nel mondo. Possono partecipare tutti i Vespa Club:

l'obiettivo è di raggiungere Mantova visitando il maggior numero di Check Points Piaggio e con il maggior numero di Vespa possibile. Tutte le informazioni sono disponibili sul sito www.vespatrophy.com.

I Vespa World Days: un evento unico al mondo e il programma è ricchissimo: si va dal concorso di eleganza al city parade. E ogni sera (dalle 20 alle 24) sono previsti spettacoli e premiazioni al Vespa Village. L'orario di apertura della segreteria è previsto per le 9 di ogni mattina. Alle 9,30 la partenza del primo tour della giornata; alle 15,30 il giro pomeridiano. La conclusione della manifestazione è fissata per le 15 di domenica con il saluto a tutti i partecipanti al Vespa world day del 2014.

L'APPUNTAMENTO

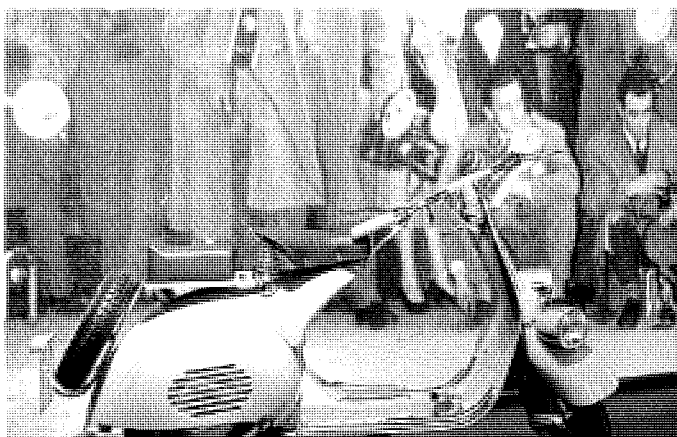
Apri al Boma il nuovo store con i marchi del gruppo Piaggio

1.300 metri quadrati di spazio, 46 veicoli esposti, due vere e proprie lounge dove sedersi e ammirare grandi schermi video, un bar, la possibilità di ammirare eventi live in web streaming attraverso i due videowall da 138 pollici. Si chiamerà Motoplex ed è il primo nuovo concept store dedicato a tutti gli appassionati di moto e scooter che il gruppo Piaggio inaugurerà oggi a Mantova, al Boma. Un tributo nei confronti dei marchi più importanti del gruppo - da Piaggio a Vespa, a Moto Guzzi, ad Aprilia - e dei milioni di clienti,

possessori e fan che questi brand hanno in tutto il mondo.

Il grande store Motoplex, che debutterà i oggi con un porte aperte dedicato a tutte le migliaia di vespisti giunti a Mantova, è il primo esempio di come si svilupperanno i futuri punti vendita e i concessionari del gruppo Piaggio nel mondo: non solo in Europa, dove il gruppo è leader assoluto a livello continentale, ma anche negli Usa (dove Vespa è lo scooter più venduto) e in mercati lontani come Vietnam, India, Sud est

Asiatico che in questi anni hanno visto crescere la presenza industriale e commerciale del gruppo Piaggio, autentico emblema del made in Italy per notorietà, stile e tecnologia. L'essere un gruppo motociclistico che spazia con le proprie gamme di prodotto in tutti i territori delle due ruote consente a Piaggio di racchiudere in un unico spazio i contenuti di stile, tecnologia, sportività, mobilità intelligente che caratterizzano i propri marchi e di farli conoscere a un pubblico allargato.



A sinistra la Vespa usata nel film "Vacanze romane" esposta al museo della Piaggio. A destra un nuovo modello in mostra al salone del motociclo



Una Vespa da battaglia, nel vero senso della parola



LA STORIA

Dalle navi agli aerei, poi arrivò la Vespa

Fondata a Genova nel 1884 da Rinaldo Piaggio, all'epoca ventenne, la società Piaggio si dedica inizialmente alla costruzione di arredamenti navali per poi estendere la propria attività alla costruzione di carrozze e vagoni ferroviari, motori, tram e carrozzerie speciali per autocarri. Negli anni che precedono la seconda guerra mondiale, Piaggio diventa uno dei maggiori produttori italiani di aerei grazie ad Enrico e Armando, figli di

Rinaldo. Nel 1946 Piaggio optò per una totale riconversione industriale, puntando sulla mobilità individuale di un Paese che usciva dalla guerra. La Vespa nasce dalla determinazione di Enrico Piaggio a creare un prodotto a basso costo e di largo consumo. A Biella venne realizzato un "motorscooter" sul modello delle piccole motociclette per paracadutisti. Enrico incaricò Corradino D'Ascanio di rivedere il progetto. Così nacque la Vespa.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Il nome di Rossano gira il mondo sulle scatolette di liquirizia

ROSSANO - La scritta Rossano in evidenza su un milione di scatolette che ogni anno partono e girano per il mondo intero. Stiamo parlando delle ricercate, tradizionali confezioni di liquirizia Amarelli. Sicuramente il più riconosciuto su scala globale, rispetto a un mercato dolciario dominato dall'aroma alla liquirizia.

Un dato che, insieme al successo del Museo Storico della Liquirizia (il 2° **museo aziendale** italiano dopo Ferrari e la prima proposta tra i musei calabresi per Tripadvisor), è certamente la risultante di tante co-

se: storia, identità, visione imprenditoriale ed efficaci strategie di marketing. A confermare questa che è ormai una tendenza diffusa seppur ancora non sufficientemente governata nel mercato nazionale dei turismi è stata la presenza della storica Fabbrica di Liquirizia Amarelli di Rossano, come unica azienda produttrice di liquirizia pura, all'importante appuntamento di Cibus 2014, il Salone Internazionale dell'Alimentazione, confermatosi l'evento di riferimento dell'agroalimentare italiano.

G.S.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 081231

ALESSANDRIA

Il museo Borsalino nuovo "Luogo del cuore"

ALESSANDRIA. Dopo la Cittadella, "Luogo del cuore" Fai nel 2012 e inserita tra i sette monumenti europei da salvare, quest'anno si punta sul Museo del Cappello Borsalino dove l'iniziativa è stata presentata. «E' importante valorizzare questa realtà - ha spiegato l'assessore ai Beni e Politiche culturali, Vittoria Oneto - Pertanto quando il Fai ci ha proposto di scegliere questo luogo per la nuova campagna siamo stati subito favorevoli». Per il sindaco Maria Rita Rossa «il nostro destino è di avere eccellenze non valorizzate, Abbiamo brand famosi in tutto il mondo che nel nostro territorio non godono del giusto riconoscimento. Ben venga la proposta del Fai che accende i riflettori su una realtà unica e ci stimola a mobilitarci per riappropriarci di una identità che è nel cuore di tutti gli alessandrini e nella coscienza collettiva e che può es-

sere un volano importante per la cultura, il turismo e l'economia del territorio». Saranno gli alessandrini a votare la scelta, il Comune costituirà un Comitato che si occuperà della raccolta delle firme, con alcune postazioni dedicate alla sottoscrizione. La campagna "Luoghi del cuore" si è aperta nel Museo situato al primo piano del palazzo dove si trova il Dipartimento di Giurisprudenza e Scienze politiche, economiche e sociali dell'università, frequentato da centinaia di studenti. A breve l'esposizione della ricca collezione di cappelli che rappresentano la storia del famoso marchio, sarà ricollocata al piano terreno di corso Cento Cannoni, nell'ampio ingresso dell'ex fabbrica. Una separazione di spazi che consentirà di migliorare l'accessibilità al Museo che, attraverso i modelli scelti tra gli oltre 4 mila che costituiscono la collezione, propo-

ne diversi punti di approfondimento legati alla storia della fabbrica e al processo produttivo, insieme ai cambiamenti sociali. Con i copricapo di diverse forme, fogge e colori, nella Sala Campioni si trovano l'archivio aziendale e le raccolte fotografiche, oltre a due video, per un percorso nella storia della Borsalino e della città. Una nuova collocazione per il rilancio di un «importante, unico, Museo che onora la memoria non solo di una impresa, ma di una famiglia di grandi benefattori di tutta la nostra comunità», ha sottolineato Ileana Spriano, responsabile della delegazione alessandrina del Fai. «Ma la nostra azione non si ferma - ha aggiunto - Nei prossimi giorni annunceremo nuovi luoghi del cuore che porteremo, in collaborazione con comitati spontanei già costituiti, all'attenzione di tutti gli alessandrini per chiedere il loro sostegno».

SI. FO.



Rossano, liquirizia che delizia gli intenditori di tutto il mondo

ROSSANO - Un milione di scatole all'anno partono e girano per il mondo intero, recando in evidenza la scritta Rossano. Stiamo parlando delle ricercate, tradizionali confezioni di liquirizia Amarelli, uno dei pochi se non ormai l'unico brand di liquirizia pura, autoctona calabrese. Sicuramente il più riconosciuto su scala globale, rispetto ad un mercato dolciario dominato dall'aroma alla liquirizia!

Un dato che, insieme al successo del Museo storico della liquirizia (il 2° museo aziendale italiano dopo Ferrari e la prima proposta tra i musei calabresi per Tripadvisor), è certamente la risultante di tante cose: storia, identità, visione imprenditoriale ed efficaci strategie di marketing. Ma che rappresenta, soprattutto, la conferma di un metodo: il food, di massa o di nicchia, può diventare di fatto un

marcatore identitario che conosce pochi competitori.

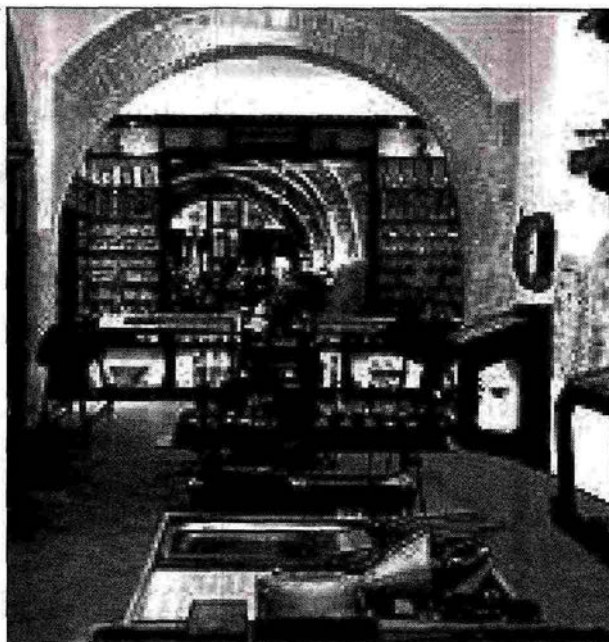
Ad avvalorare questa constatazione ed a confermare questa che è ormai una tendenza diffusa seppur ancora non sufficientemente governata nel mercato nazionale dei turismi è stata la presenza della storica Fabbrica di Liquirizia Amarelli di Rossano, come unica azienda produttrice di liquirizia pura, ad un importante appuntamento.

LO HA FATTO al Cibus 2014, il Salone internazionale dell'alimentazione, confermatosi nelle scorse settimane l'evento di riferimento dell'agroalimentare italiano, grande vetrina di visibilità internazionale con convegni e tavole rotonde

su temi di attualità in ambito Food

and Retail. La leadership dell'Amarelli in questo settore è stata scandita, in questi ultimi dieci anni, da una serie di investimenti che hanno di fatto guidato la diffusione di questo prodotto autentico del territorio regionale nelle principali e più prestigiose reti commerciali del mondo: da Harrods a Lafayette, da Fortress Maison ad Eataly.

ED È PROPRIO grazie alla sinergia con Eataly, il più grande e ricercato store del Made in Italy di qualità che la liquirizia Amarelli è oggi presente da Istanbul a San Paolo del Brasile, da Tokyo a Chicago, rappresentando negli scaffali di quei grandi magazzini un prodotto di eccellenza, un pezzo di food identitario italiano e con esso il nome e l'immagine di una terra e di Rossano.



Sabato & Domenica**LA BLASONATA FABBRICA AMARELLI**

La Fabbrica Amarelli a Rossano e sotto l'interno del Museo storico della liquirizia. Un francobollo celebrativo e sotto Fortunato Amarelli



Kisskiss dall'Acquapark Giugno ridotto per tutti

ROSSANO - A fare dell'imminente, ventesima stagione estiva del Parco acquatico più grande del Sud Italia, ancora una volta un evento nazionale sarà la confermata presenza, ad Odissea 2000, di Radio Kisskiss. La seguitissima emittente nazionale trasmetterà programmi, musica e interviste in diretta da Rossano. E per festeggiare lo speciale anniversario, per tutto il mese di giugno, il prezzo d'ingresso sarà ridotto per tutti. Radio Kiss kiss trasmetterà live dal parco acquatico rossanese tutti i weekend di luglio e tutti i giorni nel mese di agosto. Mentre per tutto il mese di giugno l'ingresso ad Odissea 2000 sarà eccezionalmente ridotto per tutti (a

12 euro da lunedì a sabato ed a 15 euro le domeniche). La sinergia tra l'Acquapark di Rossano e le più ascoltate emittenti radiofoniche regionali e nazionali ha preso il via nel 1998.

Radici del Sud a Carovigno Sfilata di calici calabresi

Da mercoledì 4 giugno al successivo lunedì 9 si svolge, a Carovigno, in provincia di Brindisi, in uno scenario mediterraneo in cui prevale l'ulivo, la nona edizione di Radici del Sud, 'vetrina' enologica che consente di conoscere le 171 cantine - con circa

390 vini - di Puglia Basilicata, Calabria e Sicilia. Sono in particolare 19 quelle calabresi. Tra esse numerose quelle del cirotano e della nostra provincia. Ecco: 'A vita; Cataldo Calabretta viticoltore; G. Calabrese viticoltore a Saracena; A.A. Ducropio; A.A. la Pizzuta del principe; A.A. Termine Grosso vigneti e cantina; Cantine Viola; Casa Commerci; Ceraudo; Cote di

Franze; Ippolito 1845; Librandi Antonio e Nicodemmo; Senatore vini; Sergio Arcuri; Serracavallo; Tenuta del Conte; Tenute Ferrocinto; Terre Nobili; Statti.





La Pop Vespa 'firmata' da Maddalena Carrai



La Vespa della giovane artista entrerà a far parte della collezione d'arte del museo Piaggio



PONTEDERA Sabato prossimo la consegna ufficiale al museo Piaggio della due ruote Primavera completamente «rivisitata» nei colori dalla giovane artista, salita alla ribalta per i disegni fatti per Lady Gaga

Luca Bongianini

IL MUSEO PIAGGIO tra pochi giorni avrà una Vespa in più da poter esporre nella vetrina che da circa 20 anni permette ai cittadini di tutto il mondo di entrare nella memoria storica della Piaggio di Pontedera.

Maddalena Carrai è una ragazza di 22 anni di Livorno e studia a Firenze, è un'illustratrice emergente e ha una passione speciale per il disegno. Si è sempre occupata di illustrazioni per poster, volantini, t-shirt, collaborazioni per eventi ma negli ultimi anni si sta sempre di più appassionando al mondo della moda.

IN PASSATO Maddalena ha coronato uno dei suoi sogni quando per la prima volta presentò un suo disegno su Littlemonsters, la pagina ufficiale della cantante Lady Gaga, alla quale la giovane art designer è molto legata, più dal punto di vista artistico piuttosto che dal

personaggio. Il suo disegno riscosse molto successo e l'art director della cantante la contattò per proporle un contratto. Maddalena accettò e da lì iniziò a collaborare facendo illustrazioni che venivano esposte negli stand del tour della diva americana. Questo è stato il primo vero trampolino di lancio per la talentuosa graphic designer. Adesso Maddalena ha avuto l'onore di ampliare il suo bacino culturale.

NELL'AMBITO di un format promosso dalla Piaggio la ragazza espose il suo progetto e questo entrò subito negli occhi del Presidente della Fondazione Piaggio, il quale dopo pochi giorni la contattò per assegnarle un prestigiosissimo lavoro. Alla giovane disegnatrice era stato conferito il compito di decorare la nuova Vespa Primavera. Dal febbraio di quest'anno i visitatori del Museo potevano trovare una ragazza china sulla Vespa presa a disegnare e immersa in tavo-

lozze e barattoli di colore.

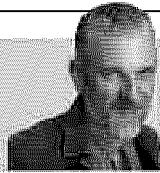
«PER ME È STATO un onore disegnare a mano la Vespa, il simbolo della città di Pontedera, la mia passione per il disegno mi sta facendo sognare sempre di più – commenta Maddalena – la Vespa adesso è finita e sono soddisfatta del mio lavoro, ho dipinto a mano utilizzando smalti specifici. Essendo un'appassionata di moda mi sono ispirata soprattutto a Versace riproponendo gli arabeschi in una chiave più pop; inoltre ho trovato l'ispirazione anche da un'Ape esposta nel Museo colorata in stile siciliano».

IL LAVORO è stato concluso qualche mese fa e sarà presentato sabato prossimo 21 giugno nel Museo dove, per l'occasione, è stato organizzato un evento accompagnato dalla musica di Dj Sise e Lore e da un aperitivo offerto.

La Vespa non è commerciabile ed entrerà quindi a far parte della collezione d'arte del Museo in modo permanente.

HO VISTO COSE

GIUSEPPE CULICCHIA



Ho visto cose che noi umani... per dire: a Torino c'è un museo, il Museo Italgas, in corso Palermo al numero 3. Di solito che vai in corso Palermo per motivi diversi dalla residenza ci va per sedersi a un tavolo della pizzeria Cristina, previa dura selezione alla porta d'ingresso. E non sa che proprio all'inizio del corso, a pochi passi dal Lungodora, c'è questo piccolo ma affascinante museo, pieno zeppo di tesori che non sono certo egizi o hollywoodiani e che però hanno fatto la storia di questa nostra città e anche del nostro Paese. E dunque non solo tubi (del gas, ovviamente: che partendo dall'Africa o dalla Russia fanno arrivare il calore e la luce nelle nostre abitazioni, basta girare una manopola o premere un interruttore; oltretutto si tratta di una ragnatela di tubi sotterranea, che dunque non deturpa il paesaggio, oltre a unire continenti e paesi e città), ma anche fotografie di minatori e di officine, e documenti originali firmati da Sua Maestà il Re d'Italia, e frammenti di pietre (uno si immagina che il gas in natura si trovi sotto forma di gas, e invece si trova spesso sotto forma di minerale), e poi una miriade di contatori perfino a gettoni, e cappelli e strumenti da lampionaio che farebbero la gioia di Saint-Exupéry e del suo Piccolo Principe, e carretti dove un tempo veniva caricato il carbone, e perfino un forno a storte, e cucine economiche risalenti ai tempi gloriosi del Boom, e pubblicità «vintage», e video in cui gli operai che lavoravano per portare la luce e il calore nelle nostre case raccontano mestieri talvolta scomparsi o in via d'estinzione, si pensi a quello di carbonaio, che oggi come oggi sopravvive pare solo in Calabria. E poi la riproduzione di un gascometro che al suo interno cela un salotto borghese, perché un tempo il gas era un lusso che solo i torinesi più benestanti potevano permettersi, e un lampione a gas un po' arrugginito che chissà quale angolo di strada o di piazza illuminava, tanti e tanti decenni fa. Corso Palermo, già. Da qualche parte, in corso Palermo, abitò mio padre nel 1946, appena arrivato a Torino dalla sua Marsala. Non so dove. Il tempo porta via tutto, restano solo i ricordi e i ricordi dei ricordi. E in tanti passiamo attraverso questa nostra sola e unica vita in modo superficiale, senza alcuna consapevolezza del valore di certe cose. Per altre cose, invece, e per fortuna, ci sono i musei: e anche se non avete un lampionaio o un minatore tra i vostri avi, quello al numero 3 di corso Palermo vale la passeggiata.



Dalmine, la storia vista dai bambini

Dalmine

È stata un successo la giornata conclusiva di «Raccontare la città industriale», organizzata nei giorni scorsi negli spazi della Fondazione Dalmine. Un progetto curato dalla Fondazione Dalmine (in collaborazione con l'assessorato alla Cultura, istruzione pubblica e sport del Comune di Dalmine e con la Fondazione Isec di Sesto San Giovanni) per l'anno scolastico 2013-2014, che ha coinvolto circa 200 studenti di otto classi del Comune di Dalmine, dalle scuole dell'infanzia alle scuole secondarie di secondo grado.

Il progetto «Raccontare la città industriale» nasce per far riscoprire agli studenti la storia e le trasformazioni nel tempo della loro città. I lavori dei partecipanti quest'anno (videointerviste a testimoni, creazioni a misura di bambino di edifici, lavori fotografici in movimento) hanno avuto come



Un momento della giornata conclusiva di «Raccontare la città industriale»

filo conduttore la ricostruzione di Dalmine e della sua vita sociale, politica ed economica dopo la distruzione provocata dal bombardamento del 6 luglio 1944.

In occasione della giornata

conclusiva, la Fondazione Dalmine è rimasta aperta dalle 14 alle 18: durante il pomeriggio è stato possibile ammirare i lavori degli studenti e anche l'archivio.

Un tassello in più arricchisce

quindi ora la storia di Dalmine, grazie ai «racconti con la luce, i colori, le parole e le immagini» di bambini e ragazzi. È così che il passato torna a vivere. ■

Gloria Vitall

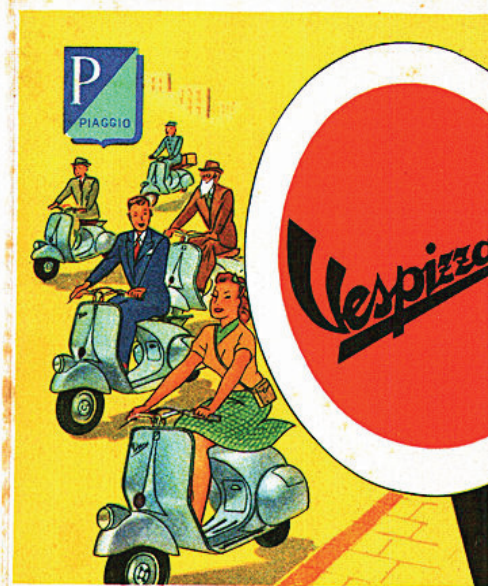




Revival

VESPA A TUTTO GAS: ICONA SENZA TEMPO

Dal prototipo del 1943, soprannominato **Paperino**, ai celebri modelli degli Anni 50 e 60, simbolo della Dolce Vita, alla mitica **PX** del 1977, lo scooter **Piaggio** è amatissimo da un collezionismo internazionale. Di Laura Civinini



Quando nel 1945 **Enrico Piaggio** vide il prototipo del primo "moto-scooter" ideato da **Corradino d'Ascanio**, l'**MP 6**, con la parte centrale molto ampia per accogliere il guidatore, esclamò: «Sembra una **Vespa**!» E **Vespa** fu.

Il ritorno del Vespino. Il primo modello entrato in produzione, nel 1946, fu la **Vespa 98**, disponibile in due versioni, "normale" (venduta a 55mila lire) e "lusso" (61mila lire). Da quel momento l'azienda di Pontedera ha messo sul mercato oltre **150 modelli**, per un totale di **17 milioni di scooter**. L'ultima nata, lo scorso marzo, è la **Vespa Sprint**, riedizione della mitica



MP 5 Paperino, 1943
È il prototipo della **Vespa**, una motocicletta di piccole dimensioni soprannominata "Paperino" per la strana forma. Il progetto non piacque a **Enrico Piaggio**, che chiese all'ingegnere aeronautico **Corradino d'Ascanio** (1891-1981) di modificarlo.

Vespa 50, nata nel 1964 come risposta all'introduzione in Italia della targa obbligatoria per le cilindrata superiori a 50 cc. La **Sprint** era una serie speciale apparsa nel 1966, con il manubrio stretto e basso e la marmitta lunga e cromata, ancora oggi tra i modelli più

amati e richiesti dai collezionisti. La **Vespa 50**, detta anche **Vespino** per distinguerla dallo scooter più grande, riscosse subito enorme successo e la sua produzione non fu mai abbandonata superando la cifra di 3.500.000 pezzi. Accanto agli esemplari degli esor-

di, la più apprezzata, imitata e ricordata è la **Vespa 150 GS**, del 1955, con la sella lunga, il cambio a quattro marce e una forma più aerodinamica, mentre la **150 GL**, del 1963, è considerata tra le più belle disegnate dagli stilisti **Piaggio**. Il modello di maggior succes-

Vespa 98, 1946
È la prima **Vespa**. Resta in produzione per due anni, dal 1946 al 1947.



Vespa 125, 1951
È il modello utilizzato nel celebre film "Vacanze Romane" del 1953.





A SINISTRA:
manifesto
pubblicitario della
Vespa Piaggio, 1950.

presto un fenomeno di costume. A partire dal celebre film **Vacanze Romane**, del 1953, con Audrey Hepburn e Gregory Peck, lo scooter **Piaggio** divenne sinonimo della Dolce Vita, ripreso e raffigurato in decine di manifesti pubblicitari e pellicole cinematografiche.

Il Museo Piaggio. Inaugurato nel 2000 per volere di **Giovanni Alberto Agnelli** (1964-1997) allora presidente della **Piaggio**, il Museo occupa i tremila metri quadri dell'ex **Attrezzeria**, uno dei capannoni più antichi dello stabilimento di Pontedera. Sono esposti pezzi unici, originali, a volte curiosi, che hanno fatto la storia dei trasporti: dalle **Vespa** degli esordi a quelle più rare, come l'esemplare decorato da **Salvador Dalí** per celebrare l'impresa dei suoi connazionali **Santiago Guillen e Antonio Veciana**, che viaggiarono in scooter da Madrid ad Atene, fino ai modelli "carenati" per battere i record di velocità degli Anni 50. Accanto alle **Vespa**, i mitici **Ciao** e **Ape** e le motociclette **Gilera**, dal 1909 agli Anni 50.

(Info: www.museopiaggio.it).

so, però, è la **Vespa PX**, nata nel 1977 e ancora in produzione per la felicità dei suoi numerosissimi estimatori.

Simbolo di un'epoca. Alla fine della Seconda guerra mondiale **Enrico Piaggio**, proprietario con il fratello **Armando** di una fabbrica che produceva carrozze, vagoni ferroviari, tram, idrovolanti e aeroplani, per rimettere in moto la produzione decise di puntare su un **prodotto a basso costo e di largo consumo**. Quando la **Vespa** fece la sua comparsa sul mercato internazionale il *Times* la definì: «Un prodotto interamente italiano come non se ne vedevano da secoli, dopo la biga romana». La piccola motocicletta divenne ben

Vespa Dalí, 1962
Decorata da Salvador Dalí per celebrare il raid Madrid-Atene di Guillen e Veciana.



Simulazione d'impresa alla **Tenaris**

Gli studenti alle prese con l'organizzazione aziendale

L'ITIS 'A. Righi' del Polo 'Mozzali' di Treviglio ha sperimentato, nel mese di febbraio, una nuova modalità di *Alternanza Scuola-Lavoro*.

Non si è trattato della solita visita aziendale, ma di una vera 'immersione' nella vita dell'impresa. E non di un'impresa qualsiasi, ma della **Tenaris Spa** di Dalmine (la nota azienda produttrice di tubi in acciaio, che molti chiamano semplicemente 'la Dalmine'). L'attività, breve ma intensa, ha coinvolto le classi quinte degli indirizzi Chimico, Elettrotecnico e Meccanico.

Gli studenti hanno avuto modo, non solo di visitare gli impianti di produzione dei tubi in acciaio, ma anche di svolgere un'attività di simulazione d'impresa.

Ai ragazzi, divisi in gruppi corrispondenti ciascuno a una funzione aziendale (approvvigionamenti, comunicazione, produzione, personale, ecc), è stato chiesto di risolvere due problemi tipici, che realtà industriali come la **Tenaris** affrontano quotidianamente. Il primo consisteva nel pianificazione di una fornitura di 2500 tubi entro trenta giorni.

Il compito prevedeva l'organizzazione degli approvvigionamenti di materie prime, dei mezzi di trasporto, dei turni di lavoro, il reclutamento personale ecc.

Il secondo, invece, prevedeva l'organizzazione di un stand aziendale presso una fiera del settore a Dusseldorf (Germania). In questo caso, occorreva definire la quantità di personale coinvolto, il tipo di stand e di dépliant, i mezzi di trasporto, i pernottamenti ecc.

Gli studenti si sono immediatamente immedesimati nei ruoli e i docenti che li accompagnavano sono stati favorevolmente sorpresi dalle capacità che i ragazzi hanno mostrato. Dopo un po' sembrava di assistere a una classica riunione di esperti manager che

pacatamente pianificavano il lavoro coordinandosi a perfezione.

L'Istituto ringrazia sentitamente il personale della **Fondazione Dalmine** che ha permesso la realizzazione di questa attività e si augura di ripetere anche in futuro l'esperienza.



I ragazzi di Quinta di fronte agli stabilimenti della **Tenaris**

