

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica Museimpresa				
44	Corriere di Novara	30/06/2016	CON "STUDI APERTI" AMENO GRANDE POLO CULTURALE	2
15	La Repubblica - Ed. Torino	30/06/2016	L'ESTATE DI AMENO CASE-LABORATORIO APERTE AL PUBBLICO (O.Gambari)	3
61	la Stampa - ed. Torino	16/06/2016	L'ARCHIVIO DELLA REALE MUTUA RACCONTA LA STORIA D'ITALIA	4
7	Corriere Imprese Nordest (Corriere del Veneto)	13/06/2016	VESPA, CAMPARI, RUBELLI E' ARTE? SI, INDUSTRIALE (S.ma.)	6
4	MF Fashion (MF)	01/06/2016	FERRAGAMO RILANCIA SULLA SOSTENIBILITA' (G.Risi)	8
Rubrica Musei Aziendali				
59	Milano Finanza	11/06/2016	EMILIA FINANZA - CUCINE D'EGITTO	9
1	Giorno/Resto/Nazione - Economia	08/06/2016	I BILANCI DEL GRUPPO (S.Arminio)	10
26	la Prealpina	01/06/2016	IL MUSEO AGUSTA PRESENTA IL SITO WEB DI STORIA AZIENDALE	12
26	Preziosa Magazine	01/05/2016	UNOERRE INAUGURATO IL MUSEO GORI&ZUCCHI	13
24	INMOTO	01/07/2016	VESPA - 70 YEARS YOUNG SAINT TROPEZ OMAGGIA I 70 ANNI	14

DAL 1° AL 3 LUGLIO LA MANIFESTAZIONE PROMOSSA DA ASILO BIANCO. NON SOLO ARTE: ARCHITETTURA, MUSICA...

Con “Studi Aperti” Ameno grande polo culturale

Ameno, piccolo e delizioso centro sulle alture del Lago d'Orta, da venerdì 1° a domenica 3 luglio diventerà un grande polo culturale aggregato attorno alla manifestazione “Studi Aperti”, giunta alla XII edizione. Un bel traguardo per l'iniziativa nata nel 2005 da un'idea di Enrica Borghi, Angelo Molinari, Fausta Squatriti e Riccardo Sinigaglia inaugurando così una nuova modalità di fruizione dell'arte contemporanea, diretta e immediata. L'edizione 2016 è dedicata a “Social utopia. Progetti e visioni tra impegno e creatività”: un festival multidisciplinare che coinvolge, spiegano gli organizzatori, «sempre più artisti, inaugurando la fortunata sezione dedicata al design e all'architettura, Paesaggi Mirati». Promosso da “Asilo Bianco”, l'evento «ospita oltre cinquanta artisti con performance di musica, spettacolo, letteratura, insieme a laboratori, workshop, arte e architettura. Spazi espositivi pubblici e privati, con i cittadini che

aprono case e ville, premettendo agli artisti di installare le loro opere». Utilizzati anche il parco Neogotico, la storica Casa Cotta e il Museo Tornielli dove è allestita la mostra “50+! Il grande gioco dell'industria, curata da Francesca Molteni e realizzata da **Museimpresa** (Associazione Italiana dei Musei e degli Archivi d'Impresa) con il patrocinio di Assolombarda. Gli allestimenti in questa sede resteranno aperti fino al 28 agosto, da giovedì a domenica dalle 15 alle 18.30. Nella sezione dedicata all'arte, curata da Francesca Gattoni e Andrea Grotteschi, i lavori di Enrica Borghi, Cesare Viel, Fausta Squatriti, Angelo Molinari, Jay C. Lohmann, Lillian Daddi, Nataly Maier, Luciano Pivotto, Aurelio Andrighetto, Monika Gasser e Pia Gisler, Francesca Gagliardi (nella foto 1), Mauro Cappelletti, Francesco Brugnetta, Alda Failoni, Fabio Oggero, Maurizio Corradi, Paul Dorn e Laura Mercadante (DadAmeno), Giancarlo Bedoni, Davide Marini, Ti-

ziano Bertona, le Tricottine di Ameno, Giovanni Cesca, Salvatore Zito, Adrian Hossli, Josef Gnos, Nada Pivetta, Ameno Geo Design, Di.Va, Sul filo dell'arte Attilio Tono, Werner Schmid, Brigitte Bauder, Denise Orrù, Romina Bassu (nella foto 2). Presente la nuova sezione Sparkling, progetto espositivo dedicato ai giovani artisti emergenti come Ilaria Bochicchio, Hisako Mori, Valerio Cerasani, Giulio Maulini, Carlo Valsesia, Yasmine Dainelli, Moritz Hossli, Johanna Gschwend, Reto Müller e Ragna Bagheri. Nella sezione “Paesaggi mirati”, rassegna di architettura del paesaggio curata da Elena Bertinotti di DAA Architetti, trovano spazio i progetti di architetti e designer che hanno contribuito alla crescita del festival. Per questa sezione sabato 2 luglio alle 10.30 è previsto un incontro pubblico con Marco Ferreri che presenterà il progetto “La Casetta del Viandante” (i cui prototipi sono attualmente in mostra a Milano, nel cortile della Stata-

le), Fabio Cacciati (Cacciati Costruzioni Restauri), Tullio Bagnati (urbanista e direttore del Parco Nazionale della Val Grande), Elisabetta Bianchessi (architetto paesaggista), Lorenzo Consalez (docente del Politecnico di Milano), Gianmaria Sforza (fondatore di Super, festival delle periferie di Milano) e Paolo Lampugnani (ideatore del progetto Geochavez, Interreg Italia-Svizzera). Al festival è legato un concorso fotografico con la collaborazione di IgersNovara, la community di Instagram della provincia di Novara.

e.m.
Appuntamenti:
venerdì 1° luglio ore 18
inaugurazione mostra a
Palazzo Tornielli
sabato 2 luglio dalle 10 alle 19
Apertura Studi; ore 10 incontro di architettura; ore 20 presso il Parco Neogotico “Picnic in bianco”
Jam Session e Dj set
domenica 3 luglio dalle 10 alle 19
Apertura Studi
Info e contatti: tel. 320 9525617; www.studiaperi.it e www.asilobianco.it



IL FESTIVAL

L'estate di Ameno Case-laboratorio aperte al pubblico

Come ogni estate Ameno si trasforma in uno spazio d'arte tra mostre, laboratori ma soprattutto studi d'artista aperti al pubblico. Un progetto di Asilo Bianco, nato nel 2005 dall'idea di un piccolo gruppo di artisti (Enrica Borghi, Angelo Molinari, Fausta Squatriti e Riccardo Sinigaglia) abitanti di Ameno di aprire le loro case-studio per accogliere e raccontare il proprio lavoro. Nel tempo Studi Aperti è diventato un festival multidisciplinare, giunto alla sua dodicesima edizione, da domani fino a domenica. Al Museo Tornielli la mostra 50+!. Il grande gioco dell'industria, curata da Francesca Molteni, è un'esposizione iconografica di oggetti che hanno fatto la storia della società e quella dell'impresa italiana, scelti dalle collezioni degli archivi e dei musei associati a **Museimpresa**. Poi una grande mostra diffusa in ogni angolo di Ameno con decine di artisti, ma anche architetti e designer, che prendono casa il location diverse, da scoprire passeggiando. Insieme concerti, spettacoli, talk e performance.

Studi Aperti, fino al 3 luglio, Ameno, www.studiaperti.it

LAGO D'ORTA**ASILO BIANCO**

E' l'associazione che cura il progetto multidisciplinare "Studi aperti"



Palazzo Biandrate Aldobrandino

L'Archivio della Reale Mutua racconta la storia d'Italia

Dalla prima polizza del Giro ciclistico a quella per il Vittoriale

EMANUELA MINUCCI

A dare il benvenuto agli invitati, ieri, all'inaugurazione dell'Archivio storico Reale Mutua, nel magnifico cortile di Palazzo Biandrate Aldobrandino di San Giorgio, c'erano due splendide Topolino. Coppia di auto storiche per celebrare un'apertura altrettanto storica. Pochi passi sull'acciottolato recentemente restaurato, ed ecco la scoperta: 200 anni di storia d'Italia svelati al pubblico attraverso 10.000 pezzi d'archivio: più di 1.500 registri e 7.000 tra disegni e planimetrie, centinaia di fotografie che documentano la storia della compagnia, fondata nel 1828. Un affresco d'Italia con sorprese per gli storici come per il pubblico, realizzato all'interno del secentesco Palazzo così bello che ad aprirlo ci pensa il Fai ogni anno, acquistato da Reale Mutua nel 1877 e sede della società fino al 1933, e ancor oggi sede di alcuni uffici nonché del Museo Storico Reale Mutua. «Vogliamo raccontare la storia della società e dei nostri dipendenti a tutti», ha spiegato Carlo Enrico

de Fernex, responsabile segreteria generale. «Non c'è niente di meno noioso di un archivio - ha detto l'archivista Andrea Maria Ludovici - perché rileva la vita vissuta delle persone e delle aziende. Non a caso gli archivi oggi sono sempre più curati e considerati grandi patrimoni».

La polizza del Giro

Sbaglia chi pensa che questo archivio sia soltanto ad uso e consumo degli studiosi e degli addetti ai lavori: è una miniera di curiosità. Dalla prima polizza che venne stipulata dal Giro d'Italia nel 1958 - anzi, dalla tappa di Mondovì del medesimo - contro il pericolo di pioggia. Per non parlare dell'assicurazione stipulata da Gabriele D'Annunzio per il Vittoriale, dove quella splendida magione viene descritta in modo glaciale dall'allora tecnico-valutatore.

167 metri di documenti

Messi uno sopra l'altro i documenti conservati all'archivio di via Corte d'Appello (l'ingresso aulico è in via delle Orfane 6) compongono una torre di 167 metri: «Praticamente alta co-

me la Mole Antonelliana - spiega Carlo Enrico de Fernex -: se provi a immaginarteli così fanno un certo effetto».

Sicurezza garantita

Gli ambienti adibiti ad archivio sono stati predisposti in conformità delle più moderne tecniche di sicurezza e conservazione, tra cui un impianto di

spegnimento automatico di ultima generazione che, in caso di incendio, garantisce la miglior protezione del materiale cartaceo custodito. Nel luglio 2015 l'Archivio Storico Reale Mutua è stato dichiarato «di notevole interesse storico» dalla Soprintendenza Archivistica per il Piemonte e la Valle d'Aosta. Inoltre, dal 2016, la Società, con il proprio Museo e con l'Archivio Storico, ha aderito a **Museimpresa** con l'obiettivo di individuare, promuovere e mettere in rete le società italiane che hanno scelto di privilegiare il proprio patrimonio culturale.

L'Archivio Storico Reale Mutua, il cui accesso è in Via Corte d'Appello 11, è a disposizione del pubblico la mattina dal lunedì al giovedì previo appuntamento, telefonando allo 011/4312320 o inviando un'e-mail a: archiviostorico@realemutua.it.

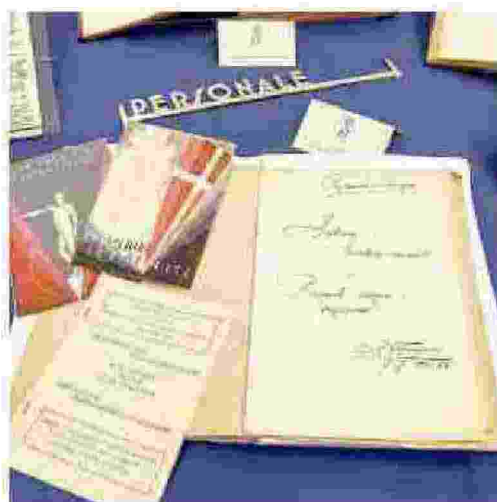




REPORTERS



REPORTERS



REPORTERS

Lo scrigno

A Palazzo Biandrate Aldobrandino sono custoditi 10.000 pezzi d'archivio: più di 1.500 registri e 7.000 tra disegni e planimetrie, ma anche centinaia di fotografie che documentano la storia della compagnia fondata nel 1828

Manifattura in mostra Nello spazio espositivo della Nice una rassegna delle innovazioni che hanno fatto grande il Made in Italy

Vespa, Campari, Rubelli E' arte? Sì, industriale

L'industria si mette in mostra nelle stanze dell'impresa, lungo una linea temporale scandita dalle cinquantatré invenzioni e innovazioni più importanti della creatività manifatturiera italiana. Ci sono, uno accanto all'altro, oggetti o racconti di oggetti che hanno fatto la storia: la bottiglietta monodose di Campari Soda datata 1932 e la prima confezione della pasta Barilla del 1956, la Vespa e la macchina per scrivere Olivetti. E ci sono anche gioielli veneti: l'alambicco mobile del museo della Grappa Poli, di Bassano del Grappa; un tessuto disegnato da Gio Ponti per la Rubelli di Venezia, che dal Quattrocento produce alcune delle stoffe più pregiate al mondo (questo esemplare è del 1934); forme per calzature provenienti dal museo della scarpa Rossi di Stra.

La mostra, allestita nello spazio The Nice Place di Oderzo, si chiama «50+! Il grande gioco dell'industria» ed è una specie di museo portatile di progetti e comunicazione aziendale: per la

gran parte è composta di testi impaginati su pannelli di compensato, stampati sul legno; ci sono anche alcuni prodotti fisicamente presenti sul loro piedistallo; tutti raccontano la nascita di quella (allora) piccola e poi sempre più grande rivoluzione.

Si parte dall'unico oggetto non italiano, la spoletta volante o spoletta di Kay, che è stata all'origine della rivoluzione industriale in Inghilterra nel 1733, facendo passare la filatura da manuale ad automatica. Il primo pezzo d'Italia è del 1829 ed è la prima polizza assicurativa di Reale Mutua, sottoscritta da Carlo Felice di Savoia. L'ultimo in ordine cronologico è la quinta Coppa dei Campioni vinta dal Milan nel 2007, esempio di eccellenza e storia dello sport.

La mostra, associata a **Museimpresa**, è stata curata da Francesca Molteni: «Queste storie erano state inizialmente scritte per il Sole24Ore, poi è diventata una mostra in occasione del Salone del Mobile a Milano - spiega -. E adesso è una mostra itinerante, che dopo Oderzo toccherà

altre città italiane ed estere, e sarà anche allo Ied di Venezia dal 2 settembre. Ma devo dire che portarla in un edificio industriale è molto interessante, è stata una piacevole scoperta di quanto sia significativo questo connubio».

C'è tanta Italia in mostra, da Nord a Sud. Ma come fa un prodotto o un'idea a entrare nella storia? «Succede quando un'innovazione in qualche modo sposta i confini dell'azienda - risponde Molteni -. A volte è il prodotto, come il programma 101 di Olivetti, primo portatile dalla storia. A volte la creatività si trova nella comunicazione e nel modo di presentarsi al pubblico, come la birra Peroni che per prima associò la bevanda a una figura femminile. Oppure è il design, come la caffettiera di Aldo Rossi per Alessi, una rivoluzione nel suo campo. O ancora, qualcosa che cambia la vita di tutti noi come fu la Vespa, che ha rivoluzionato il modo di muoversi degli italiani».

Padrone di casa è Lauro Buoro, presidente di Nice Spa: è stato il suo gruppo a chiedere a Molteni di portare la mostra a

Oderzo, nello spazio The Nice Place dedicato all'incontro e allo scambio di idee in un padiglione dell'azienda, leader nel settore dell'automazione per la casa e dell'illuminazione con il marchio FontanaArte. A partire dalla produzione industriale, Nice ha arricchito il proprio portfolio di stimoli che mettono al centro la comunità e la creatività sociale, ed è in questa prospettiva che la mostra apre al pubblico (su prenotazione, dal lunedì al venerdì fino al 24 giugno) a due passi dal quartier generale Nice. «Dietro ogni prodotto c'è una vera storia di impresa fatta di persone, significati e valori che hanno valorizzato e valorizzano il Made in Italy - commenta Buoro -. Con lo spazio The Nice Place abbiamo scelto di essere promotori dello sviluppo culturale in azienda, tessendo un dialogo in apertura con il mondo per continuare a coltivare il bello. Questo è il luogo dell'identità Nice in cui far crescere il nostro Dna e il nostro patrimonio. È il nostro laboratorio e l'officina per tutti voi».

S.Ma.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La mostra

«50+ Il grande gioco dell'industria» è il titolo della mostra, aperta al pubblico dal lunedì al venerdì (su prenotazione) fino al 24 giugno, ospitata nello spazio The Nice Place dell'azienda Nice di Oderzo. In esposizione ci sono le 53 invenzioni o innovazioni più importanti della creatività manifatturiera italiana, dalla Vespa alla portatile Olivetti

**The Nice Place**

Lo spazio espositivo, a due passi dal quartier generale di Oderzo dove la Nice produce sistemi per l'automazione della casa, ospita la mostra «Il grande gioco dell'industria»



Certificazioni

Ferragamo rilancia sulla sostenibilità

Il Museo Salvatore Ferragamo è il primo spazio espositivo aziendale d'Italia, formalmente «sostenibile», cioè certificato **Iso 14064**. Il museo del gruppo fashion da 321 milioni di euro di ricavi nel primo trimestre 2016 si propone dunque come ambasciatore in materia di sostenibilità tra i **musei aziendali** italiani, diventando capofila del progetto «Museimpresa Green», nato in partnership tra **Federturismo**, **Confindustria** e **Museimpresa** e al quale il gruppo fiorentino aveva aderito lo scorso anno (vedere **MFF** dell'11 novembre 2015). Intanto sul sito corporate della maison fiorentina è stata inaugurata una nuova sezione sempre dedicata al tema della sostenibilità, nel quale è fra l'altro possibile scaricare per la prima volta il bilancio di sostenibilità 2015 della Salvatore Ferragamo spa, redatto secondo le linee guida internazionali **Global Reporting Initiative Gri – G4**. (riproduzione riservata) **Gianni Risi**

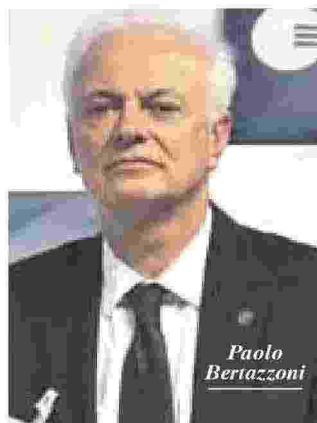


BERTAZZONI L'ingresso nel progetto Elite di borsa italiana spinge l'azienda verso il Medio Oriente con una joint venture insieme a El Arabi Group

Cucine d'Egitto

Pagina a cura
di **Stefano Catellani**

Il successo, consolidato e crescente, in terra americana delle cucine «italian style» firmate Bertazzoni unito all'ingresso nel progetto Elite di Borsa italiana spingono l'azienda reggiana verso una forte accelerazione sui piani di internazionalizzazione e crescita aprendo la porta anche alla quotazione in Borsa nell'arco di qualche anno. La prima mossa, giusto un anno dopo l'ingresso in Elite, è una partnership in Egitto per produrre cucine dedicate al mondo arabo. Il nuovo stabilimento, il primo all'estero per l'azienda nata in riva al Po nel 1882, sarà ultimato nell'agosto del 2017 con circa 1.000 occupati (a regime) e il 50% della produzione sarà dedicata all'esportazione nelle aree limitrofe. «Il mercato egiziano è uno dei più importanti e promettenti al mondo», ha commentato il presidente Paolo Bertazzoni, «e potremo esportare i nostri prodotti e linee dedicate verso più mercati, inclusi quelli dell'Africa». L'impianto di produzione della Bertazzoni in Egitto prevede un investimento rilevante: 55 milioni di euro. Sarà costruito e gestito in collaborazione, al 50%, con l'imprenditore egiziano Mohamed al Arabi, proprietario di «El Arabi Group». È la svolta che apre la porta alla sesta generazione dei Bertazzoni: Valentina, Federico e Nicola. Una storia lunga che è raccontata in un



Paolo Bertazzoni

nuovissimo **museo aziendale**, una casa-museo dedicata alla storia del marchio «La Germania» (da quella a legna fino al gas e ai più moderni piani elettrici a induzione) e ai nuovi prodotti, che è anche show room appena inaugurato a Guastalla. Bertazzoni conta già oltre 250 dipendenti e una produzione di circa 200 mila pezzi all'anno. Esporta in più di sessanta Paesi. Nel 2015 il fatturato consolida-

to dell'azienda ha raggiunto quota 87 milioni di euro (93% export). A spingere gli investimenti in ricerca e sviluppo su nuovi prodotti (design, materiali e filosofia produttiva) e quelli orientati all'internazionalizzazione sono sempre i margini che rimangono positivi: l'utile netto 2015 è stato di 3 milioni. Paolo Bertazzoni ha vinto la sua sfida puntando sulle grandi cucine free standing per la casa, ma che si ispirano a quelle dei grandi chef uscendo dai vincoli delle «cucine componibili» che in molti Paesi sono meno gradite rispetto all'Italia. Bertazzoni riserverà attenzioni anche alle possibilità di crescita sui mercati europei senza dimenticare le opportunità su quelli del Far East, India, Indonesia e Hong Kong. I ricavi, che negli ultimi cinque anni sono cresciuti del 50% vengono realizzati per il 40% in America, il 26% in Medio Oriente, il 23% in Europa (l'Italia pesa per il 9%). (riproduzione riservata)



I BILANCI DEL GRUPPO Carpigiani, primato dolce Il nome del gelato nel mondo



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 081231

La culla della vaniglia e del cioccolato «La metà del gelato nel mondo prodotta dalle macchine Carpigiani»

Anche la storica Mille miglia fa tappa nella fabbrica Carpigiani di Anzola nell'Emilia. Omaggio a un'eccellenza italiana che ha fatto conoscere il gelato in tutti gli angoli del mondo.



L'OMAGGIO DELLE AUTO STORICHE
Il passaggio delle auto storiche della Mille Miglia davanti alla sede della Carpigiani

Simone Arminio
BOLOGNA

NEL TEMPIO del gelato, la Carpigiani di Anzola nell'Emilia, anche il tempo scorre a modo suo. La fine dell'anno, per dire, arriverà tra due mesi. Nulla di strano per Andrea Cocchi, direttore generale di uno dei marchi leader nel mondo per le macchine di produzione del gelato: «Per tradizione - spiega - i nostri bilanci seguono l'annualità del prodotto. Perciò i conti si fanno a fine estate, perché è chiaro che se un gelataio deve cambiare le macchine lo farà in inverno, prima dell'alta stagione. Quella che si sta per chiudere sarà un'annata dei record per la società del gruppo Ali: 145 milioni di fatturato, in crescita del 12% sul bilancio precedente. Un +30% in più rispetto agli anni pre-crisi. Già, perché c'è stato un tempo in cui anche i gelatai hanno tirato a campare piuttosto

che rinnovare i propri laboratori.

ANCHE Carpigiani poteva tirare a campare, e invece ha dato fondo all'inventiva. È nata la Gelato University, con i suoi corsi seguiti da aspiranti gelatai di tutto il mondo. Poi il Gelato Museum, che a Bologna pochi conoscono e che le comitive di americani e giapponesi vengono a idolatrare in massa. Infine c'è il Gelato World Tour, una gara città per città per eleggere il gelato più buono. «La diffusione della cultura del gelato artigianale, quello che nel

IL CUSTODE DEL MARCHIO PIÙ DOLCE

Andrea Cocchi,
direttore generale del gruppo Carpigiani

mondo è semplicemente il gelato italiano - chiarisce Cocchi - è stata la chiave della nostra crescita anche in tempi magri».

UN PROGRAMMA mondiale, impegnativo: «Siamo una delle poche realtà meccaniche che spende tempo e risorse per la diffusione della cultura del prodotto che le proprie macchine servono a produrre». E pure vero che il gelato non è un prodotto qualunque. Se ne accorsero presto Bruto e Poerio Carpigiani quando, 70 anni fa, inventarono

I NUMERI DI UN'AZIENDA DA RECORD

Il fatturato del 2015 supera i 145 milioni

Il bilancio 2015-2016 chiuderà con 145 milioni di euro e una crescita del 12% sul bilancio precedente. La crescita è stata costante negli anni. Il valore oggi è più alto del 30% rispetto al 2008.

Artigianale e «soft» Il 50% del mercato

La produzione Carpigiani è equamente suddivisa tra le macchine di produzione per il gelato artigianale italiano e le macchine per il gelato «soft», più diffuso in America e Asia. In entrambi i mercati la quota Carpigiani è al 50%.

Sono 500 dipendenti La metà è ad Anzola

La sede principale di Anzola nell'Emilia occupa circa 250 persone. Le altre sedi nel mondo sono undici, per un totale di oltre 500 dipendenti. Carpigiani è un marchio di Ali Group, di proprietà della famiglia Berti.

una geniale tecnica di trasformazione del moto continuo in intermittente, e capirono che avrebbe potuto rivoluzionare le tecniche di produzione della dolce gioia gelata dei bambini. Bruto, che morì un anno prima della commercializzazione, quella rivoluzione non la vide mai.

IN COMPENSO la conoscono bene i gelatai di 110 paesi nel mondo dove Carpigiani opera. «Più del 50% delle gelaterie artigianali nel mondo usano le nostre macchine», sottolinea Cocchi. Anche nel settore del gelato soft, che oggi pesa la metà esatta del fatturato. In quel caso Italia c'entra ben poco da un punto di vista gastronomico, ma ritorna sulla precisione, l'affidabilità e la tecnologia. Altrimenti non si spiegherebbe come Carpigiani abbia conquistato la Cina, dove i produttori di macchine per il gelato sono 20, e agguerriti, o il Brasile, dove ce ne sono 8. Ma la sfida resta sempre il gelato artigianale. Un salvagente per molti: «Con i corsi in accademia, e il nostro sforzo per la diffusione dell'italiano nel mondo - conferma infatti Cocchi - abbiamo accompagnato in questi anni molti italiani che si sono reinventati all'estero diventando gelatai». Il gruppo Ali, proprietà del milanese Luciano Berti, titolatore anche di Catlabriga e altri marchi, se ne giova sfiorando il miliardo di fatturato.

Il marketing Tour nelle capitali mondiali e un museo della crema

ANZOLA DELL'EMILIA (BO)

CON PIÙ di 1.500 concorrenti provenienti da cinque continenti, il Gelato World Tour ideato da Carpigiani è la competizione che coinvolge ogni anno il maggior numero di gelatieri al mondo. Un evento itinerante che ha già interessato diverse capitali mondiali, da Roma a Valencia, Melbourne, Dubai, Austin, Berlino, Rimini, Singapore e Tokyo. E soprattutto un grande piano di marketing, visto il ritorno che la Carpigiani ha a lungo termine nella logica di una

diffusione della cultura del gelato artigianale, italiano, nel mondo. Partner dell'iniziativa, oltre a Sigep, il Salone internazionale del gelato e della pasticceria di Rimini Fiera, è la Gelato University Carpigiani, che l'azienda (500 dipendenti in undici sedi sparse nel mondo, 220 nello stabilimento principale di Anzola) ha creato per formare nuove leve di maestri gelatieri. Il Gelato World Tour è sostenuto a livello internazionale dal Ministero degli Affari Esteri e dello Sviluppo

Economico e della Regione Emilia Romagna. Nella logica di marketing di Carpigiani rientra anche il Gelato Museum Carpigiani, l'unico museo al mondo che racconta e approfondisce storia, cultura e tecnologia del gelato artigianale. Un percorso interattivo su 3 livelli di lettura: l'evoluzione del gelato nel tempo, la storia della tecnologia produttiva e dei luoghi e modi di consumo del gelato. Capace di attirare migliaia di visitatori e di essere al top tra i **musci aziendali**.

S.A.

CASCINA COSTA

Il Museo Agusta presenta il sito web di storia aziendale

SAMARATE - La presentazione ufficiale avverrà stamattina (ore 9.30) nella sede di Cascina Costa. Si tratta del nuovo sito web dedicato al Museo Agusta che rappresenta un prestigioso esempio di **museo aziendale** fortemente voluto dal Gruppo Lavoratori Seniores e dall'azienda stessa. Che con la "Divisione Elicotteri" fa ora parte della One Company Finmeccanica - da poco diventata Leonardo - alla luce del riassetto strategico imposto dall'amministratore delegato di Finmeccanica Mauro Moretti.

«Il Museo - spiega Fondazione Museo Agusta - è gestito da lavoratori ed ex lavoratori che, dopo aver dedicato tanti anni di lavoro all'azienda, a volte una vita intera, portano avanti con dedizione un'opera formativa e di tradizione trasmettendo a tutti gli appassionati, ai cultori e ai visitatori l'immagine di una realtà produttiva industriale che costituisce un vanto per il nostro paese».

Questo sarà possibile attraverso numerose testimonianze fotografiche e attraverso l'esposizione di esemplari unici di elicotteri, motori, prototipi e motociclette con la possibilità anche di acquistare libri, modellini o abbigliamento specifico nel bookshop.

Il museo - grazie al contributo di Kifadesign - ha oggi un rinnovato strumento per proiettare nel futuro la storicità di due brand che hanno fatto la storia nel mondo dell'aviazione e del motociclismo con comune denominatore la famiglia Agusta e la vocazione motoristica del territorio.

Kifadesign è certamente un'azienda di riferimento nel campo della comunicazione industriale molto nota sul territorio soprattutto per aver contribuito all'immagine del "Museo Rossi" di Albizzate e ciò conferma la massima attenzione e l'interesse nei confronti del tessuto industriale varesino e non solo che deve continuare a essere tutelato e incentivato nella sua elevata capacità produttiva.

M.Be.

Informazioni
su aviazione e
motociclismo
grazie
agli ex
lavoratori





(Da sinistra: Michele Tocchi, storico dell'arte; Giuliano Centrodi, direttore del Museo; Enrico Crispolti, professore emerito di Storia dell'Arte contemporanea all'Università di Siena; Sergio Squarzialupi, titolare della UnoAerre; Beppe Angiolini, presidente onorario della Camera nazionale Buyer della Moda)

UNOAERRE inaugurato il Museo Gori&Zucchi

Un percorso espositivo che va dall'archeologia industriale alla produzione orafa, dal 1926 a oggi

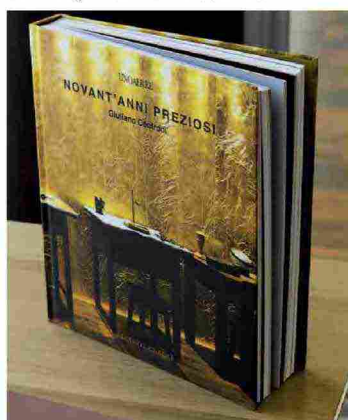
Inaugurata la nuova sede del Museo Aziendale Gori&Zucchi, nato nel 1998, il primo in Italia nel settore orafa, collocato all'interno dell'azienda UnoAerre, che quest'anno celebra i suoi "90 anni d'oro", raccolti in un'esposizione che va dall'archeologia industriale alla produzione orafa realizzata dal 1926 a oggi. Al taglio del nastro il presidente di UnoAerre Sergio Squarzialupi, che ha trasmesso ai presenti le attese di crescita per il futuro. La UnoAerre promuove la memoria storica ed offre un percorso espositivo unico che passa attraverso una serie di pezzi unici, frutto della collaborazione con Giò Pomodoro, iniziata nel 1995, che ha lasciato oltre alla collezione seriale, il monumento Koinòs Hermes, simbolo del Museo; svelati anche sei pezzi inediti mai presentati: una demi-parure composta da



collana e orecchini per signora e una parure "for men" composta da ferma-soldi, ferma-cravatta, bracciale e gemelli. Gioielli e argenti, dagli anni Venti ad oggi (anche di artisti e stilisti famosi come Carmelo Cappello, Bino Bini, Nicola Carrino, Louis Féraud, Oscar de la Renta), prototipi e modelli, disegni e progetti, cataloghi storici e il ricco medagliere con presenze di artisti che hanno fatto la storia dell'Arte del Novecento (Pietro Cascella, Salvatore Fiume, Pietro Annigoni, Salvador Dalí, Francesco Messina, Emilio Greco ed Enzo Scatragli). In occasione dell'inaugurazione è stato presentato il volume "Novant'anni Preziosi" scritto dal Direttore del Museo, Giuliano Centrodi, con l'introduzione di Enrico Crispolti, già Professore Ordinario di Storia dell'Arte Contemporanea all'Università di Siena, Critico e Storico dell'arte contemporanea, entrambi presenti all'evento. (CDM)

UNOAERRE, INAUGURATED THE GORI & ZUCCHI MUSEUM.

Inaugurated the new headquarters of the Company Museum Gori & Zucchi, born in 1998, is the first in Italy in the gold sector, located within the company UnoAerre, which this year celebrates its 90 "golden years", collected in an exhibition that goes from industrial archeology to gold production, from 1926 to today. Cutting the ribbon was president of UnoAerre Sergio Squarzialupi, who conveyed to those present the growth expectations for the future. UnoAerre promotes historical memory and offers a unique exhibition that spans through a number of unique pieces, the fruit of the collaboration with Giò Pomodoro, begun in 1995, who released the serial collection, and the monument KOINOS Hermes, the symbol of the Museum; also disclosed are six new pieces never presented before: a demi-parure composed of necklace and earrings for women and a set of jewels "for men" consisting of money clips, tie clips, bracelets and cuffs. Jewelry and silver, from the Twenties to today, prototypes and models, drawings and designs, historical catalogues and the abundant list of artists who made the history of art in the twentieth century. For the opening the book "Ninety Precious Years" was presented written by the Director of the Museum, Giuliano Centrodi, with the introduction of Enrico Crispolti, former Professor of Contemporary Art History at the University of Siena, critic and historian of contemporary art, who were both present at the event.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 081231



Vespa - 70 Years Young Saint Tropez omaggia i 70 anni

Vespa - 70 Years Young è la mostra che ha celebrato il settantesimo compleanno della **Vespa**, dal 2 al 5 giugno, a Saint Tropez, negli ambienti eleganti della Salle Jean Despas, in Boulevard Vasserot, in concomitanza con i **Vespa** World Day 2016, ospitati in Costa Azzurra. L'esposizione ha narrato la storia e l'evoluzione dello scooter più famoso al mondo, anche da un punto di vista tecnologico e costruttivo, attraverso le foto d'epoca conservate dall'Archivio Storico **Piaggio**, calendari, locandine, pubblicità e veicoli, immagini e filmati dei viaggi del passato.

24 InMoto

