

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica Museimpresa				
14	il Sole 24 Ore	01/12/2017	LA CRESCITA DEI MUSEI D'IMPRESA (A.Cherchi)	2
24/25	il Giornale	24/12/2017	QUEST'AZIENDA E' (DIVENTATA) UN MUSEO (A.Allegri)	3
24	In Sesto Week	16/12/2017	L'ISEC: UNA GRANDE "SCATOLA MAGICA" CHE CONTIENE LA MEMORIA DELLA CITTA'	5
3	La Gazzetta Marittima	06/12/2017	IL MUSEO DEL MARCHIO OM ENTRA IN MUSEIMPRESA	6
	Distribuzionemoderna.info	03/12/2017	IL MUSEO OM ENTRA IN MUSEIMPRESA	7
	lsole24ore.com	01/12/2017	COMMENTI LA CRESCITA DEI MUSEI D'IMPRESA COMMENTI LA CRESCITA DEI MUSEI D'IMPRESA LA CRESCITA DEI MUSEI	8
87/88	MFL (MF)	01/12/2017	Int. a N.Favaretto Rubelli: A TEXTILE AFFAIR (M.Martello)	11
51	Bresciaoggi	22/11/2017	"TRE SUONI: AEREI!" ALLARMI DELLA GUERRA E RIFUGI DELLA BRED A	13
Rubrica Cultura d'impresa				
25	il Sole 24 Ore	23/11/2017	L'ART BONUS SUPERA I 200 MILIONI (A.Cherchi)	15
Rubrica Musei Aziendali				
56/57	La Provincia (CO)	10/12/2017	I TRENI RIVAROSSI CORRONO NEL MITO	17
11	Gazzetta di Reggio	28/11/2017	IMMERGAS, APRE IL MUSEO AZIENDALE DIGITALE	20
25	Il Cittadino - Edizione Brianza Nord	25/11/2017	MOLTENI&C IL CORPORATE ART AWARDS 2017	21
38	Libero Quotidiano - Ed. Milano	17/11/2017	FONDAZIONE PIRELLI TRA CULTURA E CUCINA	22
96/98	Bar Giornale	01/11/2017	LA RICERCA VANTO DEL CAFFE' MADE IN ITALY	23
15	il Sole24 ore	18/12/2017	IL DESIGN GIOCA LA CARTA DELLA CULTURA	25
	Corriere della Sera	16/12/2017	QUEI FILMATI D'AMARCORD	29
	rossanocalabro.it	08/12/2017	MUSEI D'AZIENDA, ROSSANO SUL SOLE 24 ORE	30
	italiaperme.com	01/12/2017	MIBACT E MUSEIMPRESA, ACCORDO	32
	inmoto.it	21/11/2017	GHOST MOTO PHOTO FOOD AL MUSEO PIAGGIO	33
	pambianconews.com	20/11/2017	ASPESI APRE IL SUO ARCHIVIO STORICO	37
50	Corriere della Sera	17/11/2017	FIAMMELLA IDENTITARIA: I 75 ANNI DI SNAM	38
12	Corriere Fiorentino	11/11/2017	E' TUTTA UN'ALTRA RUOTA	39
	pambianconews.com	02/11/2017	PARTNERSHIP LETTERARIA PREMIO STREGA E AURORA PENNE	42

Cultura. Oggi ai Beni culturali la sottoscrizione dell'accordo tra ministero e **Museimpresa** per far entrare i luoghi delle memorie aziendali nel sistema museale nazionale

La crescita dei musei d'impresa

di **Antonello Cherchi**

Il sistema museale nazionale amplia i confini. Oggi al ministero dei Beni culturali il responsabile della direzione musei, Antonio Lampis, e il presidente di **Museimpresa**, Alberto Meomartini, sottoscrivono un accordo che riconosce e promuove il ruolo culturale e sociale dei musei delle imprese e li inserisce nella rete dei luoghi d'arte nazionali.

Nel nostro Paese ci sono 64 musei che conservano, tutelano e valorizzano la memoria di altrettante aziende e che - insieme a quattro sostenitori istituzionali: l'Associazione archivio storico Olivetti, l'archivio nazionale cinema impresa, la Fondazione Isac (Istituto per la storia contemporanea), il museo della scienza e della tecnica di Milano - fanno squadra per promuovere il ruolo culturale e sociale delle imprese.

Lo fanno attraverso **Museimpresa**, associazione nata nel 2001, che con il supporto di Assolombarda e Confindustria si occupa di tenere vivo il passato imprenditoriale del nostro Paese riunendo musei a archivi di aziende grandi, medie e piccole lungo tutta la Penisola. Un'iniziativa unica a livello europeo, che negli anni ha sviluppato anche attività di ricerca, di formazione e di approfondimento delle

tematiche legate alla **cultura d'impresa**.

Un lavoro che ha dato i suoi frutti. Intanto perché - e uno dei risultati è l'accordo di oggi - si sono strette relazioni istituzionali con il ministero dei Beni culturali, quello dell'Istruzione e quello degli Esteri. Inoltre, perché la creazione di una rete dei luoghi in cui le aziende mettono in mostra la loro storia ha incentivato un turismo "industriale" che continua a crescere. L'anno scorso il museo e l'archivio storico della Piaggio a Pontedera, in provincia di Pisa, ha registrato quasi 57mila presenze, il museo della liquirizia "Giorgio Amarelli" a Rossano (Cosenza) 50mila, il museo Ducati a Bologna 40mila.

«Facciamo più visitatori degli scavi di Sibari e del codice Purpureus conservato a Rossano», commenta Pina Amarelli, presidente onorario dell'azienda e protagonista della prima ora in **Museimpresa**. «Abbiamo aperto il museo nel 2001 - prosegue - e la risposta è stata immediata. Non siamo mai scesi sotto i 30mila visitatori e l'anno scorso c'è stato un exploit, grazie anche alle tecnologie touchscreen in alcune sale e all'inaugurazione di un factory store. Ormai siamo entrati a far parte dei circuiti turistici della Calabria. Anche se l'ingresso è gratuito, riusciamo a mantenerci e a garantire l'apertura praticamente tutto l'anno, consentendo l'oc-

cupazione di tre persone a tempo indeterminato e altre quattro stagionali».

È un esempio del richiamo che i luoghi d'impresa esercitano e che l'inserimento nella rete museale nazionale può contribuire ad accrescere. L'obiettivo è, infatti, lavorare con i Beni culturali per elaborare proposte che, da un punto di vista operativo, possano rafforzare la missione che i musei d'impresa si sono dati. Significa anche estendere a questi ultimi gli standard dei musei nazionali, calibrandoli sulle particolarità dei **musei aziendali**.

«La sottoscrizione dell'accordo - afferma il ministro dei Beni culturali, Dario Franceschini - riconosce il valore delle esperienze di impresa come parte importante del patrimonio culturale nazionale. Si mette finalmente in rete la memoria delle competenze, della creatività, dell'ingegno delle aziende italiane, che sono, ancora oggi, matrice del miglior made in Italy e si amplia l'offerta culturale e turistica del sistema museale italiano».

La firma di oggi arriva a conclusione della settimana della **cultura d'impresa**, iniziativa giunta alla sedicesima edizione e che secondo Alberto Meomartini rappresenta «un'occasione unica per riflettere sulla capacità della cultura di contribuire alla crescita e allo sviluppo dei luoghi».

S. RIPRODUZIONE RISERVATA

La rete

La dislocazione regionale dei musei d'impresa

Lombardia	25
Lazio	8
Piemonte	7
Toscana	7
Veneto	6
Marche	4
Emilia Romagna	2
Campania	2
Liguria	1
Calabria	1
Puglia	1
TOTALE	64
Fonte: Museimpresa	



I MARCHI DELLA NOSTRA VITA

Quest'azienda è (diventata) un museo

Le raccolte conservano la memoria delle imprese che hanno fatto la storia della nostra economia. Sono 68 in tutta Italia

di Angelo Allegri

Volendo semplificare a ogni costo si potrebbe dire che da qualche settimana in Italia ci sono 68 musei «ufficiali» in più. Nessuno tra di loro corrisponde all'immagine, polverosa e un po' libresca, che si ha dei musei tradizionali. Parlano di tutto un po': moda, motori, calzature, macchine per il caffè, trattori e perfino attrezzature per il cestuozzo.

Sono i **musei aziendali** raccolti nell'Associazione **Museimpresa** e ai primi di dicembre hanno firmato un accordo di collaborazione con il Ministero dei beni culturali. L'obiettivo: il loro inserimento nel sistema museale nazionale, la rete incaricata di coordinare e far collaborare i principali poli espositivi del nostro Paese.

Ogni **museo d'azienda** è il racconto di una fetta della storia d'Italia. Ci sono i capitoli più noti e celebrati, come quelli legati ai motori, a grandi nomi come Ducati o Piaggio con le Vespe e le moto Gilera (*vedi anche il grafico a fianco*), a marchi del Made in Italy come Ferragamo o in tutt'altro settore, Campari. Ma ci sono anche storie sconosciute e minimali. Il più curioso è forse il Museo dell'orologio da torre di Tovo San Giacomo, in provincia di Savona. A fondarlo, più di 20 anni fa, è stato Giovanni Bergallo, ultimo orologiaio di una famiglia che dalla metà dell'Ottocento si è occupata di cosiddetti «orologi monumentali», macchine complesse e sofisticate infallibilmente destinate, almeno un tempo, a essere installate sui campanili delle chiese. La raccolta custodisce una serie di pezzi prodotti dal Seicento ad oggi, e ricostruisce storia e tecniche dei macchinari e degli strumenti di lavoro utilizzati nel settore. «Nel loro complesso sono uno spaccato della cultura e della storia economica d'Italia», spiega Giulia Polizzotti, coordinatrice di **Museimpresa**. L'associazione è stata fondata nel 2001 presso Assolombarda, l'associazione degli industriali milanesi. Ogni anno è tra i promotori della Settimana della **cultura d'impresa**, promossa da Confindustria, durante la quale appuntamenti ed eventi vengono coordinati con l'obiettivo di valorizzare l'attività imprenditoriale come protagonista della vita culturale e sociale.

Oltre che occasione di testimonianza delle tracce materiali del passato le gallerie espositive aziendali diventano spesso anche lo strumento per mantenere vive preziose competenze artigianali e industriali. Il già citato museo dell'orologio è per esempio anche un laboratorio di restauro e attorno ad esso si muove un network di esperti e tecnici del settore. Nello stesso senso si muove anche l'ultimissima arrivata nell'associazione, la Om Officine Meccaniche, nata a Brescia nel 1917 che oggi ha in sede a Lainate, in provincia di Milano: cento anni di storia che vanno dalla vittoria nella prima Millemitaglia alla produzione di camion, dai treni fino ai carrelli elevatori, il settore per il quale oggi l'azienda è più conosciuta.

Quello che segue è il racconto di quattro esposizioni aziendali, molto diverse tra loro: dalla Campari alla Piaggio, dal Museo del Totocalcio a quello delle Assicurazioni.

AFFARI DA ESPOSIZIONE

I **musei aziendali** raccolti nell'associazione «Museimpresa» sono oltre 60. Tra di essi figurano nomi eccellenti del made in Italy. Ecco i più noti



MOTORI

- **Fondazione Museo Agusta** Samarate (Varese)
- **Museo Ducati** (Bologna)
- **Museo storico Piaggio** Pontedera (Pi)
- **Museo Same Trattori** Treviglio (Bergamo)
- **Museo Cifa-Macchine per il calcestruzzo** Senago (Mi)



INDUSTRIA

- **Museo del cavallo giocattolo Artsana** Grandate (Como)
- **Istocarta Istituto di storia della Carta Fedrigoni** Fabriano (Ancona)
- **Museo Zambon farmaceutici** Bresso (Mi)
- **Officina Rancilio 1926** Parabiago (Mi)



DESIGN

- **Museo Alessi** Crusinallo di Omegna (VB)
- **Museo industriale Bitossi** Montelupo Fiorentino (Fi)
- **Mumac Museo delle macchine per caffè Cimbali** Binasco (Milano)
- **Museo Kartell** Noviglio (Milano)
- **Molteni Museum** Giussano (MB)
- **Poltroa Frau Museum** Tolentino (Mc)



MODA

- **Museo Salvatore Ferragamo** Firenze
- **Fondazione Fila Museum** Biella
- **Museo dalla calzatura di villa Foscari** Rossimoda Stra (Ve)



CIBO E BEVANDE

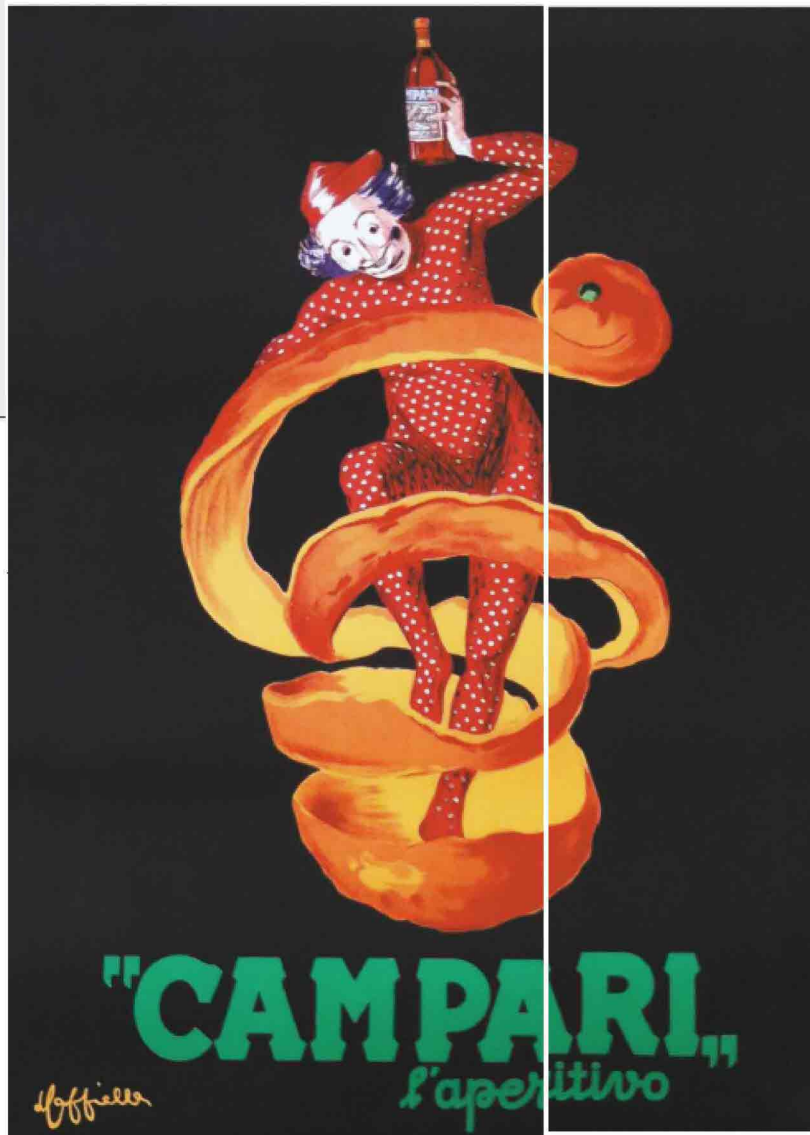
- **Museo della Birra Peroni** (Roma)
- **Collezione Branca** (Milano)
- **Galleria Campari** Sesto San Giovanni (Mi)
- **Casa Martini** Chieri (Torino)
- **Poli-Museo della Grappa** Bassano (Vi)
- **Spaziostrega** Benevento
- **Casa Martini** Chieri (Torino)



FINANZA E SERVIZI

- **Museo del Banco di Napoli** (Napoli)
- **Fondazione Mansutti-Assicurazioni** (Milano)
- **Museo storico Reale Mutua Assicurazioni** (Torino)
- **Sisal Archivio storico** Peschiera Borromeo (Mi)

L'EGO EDITORE



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Alla scoperta dell'Istituto dell'Età Contemporanea che custodisce sei chilometri di carte sulla storia di Sesto dal 1400 ad oggi

L'Isec: una grande «scatola magica» che contiene la memoria della città

di **Sonia Minichillo**

SESTO SAN GIOVANNI (mns) Nel cuore della città c'è una «grande scatola magica, un contenitore straordinario di memorie, storia, documenti, fotografie e audiovisivi». Così descrive l'Isec il direttore scientifico **Giorgio Bigatti**. In piazza Lamarmora villa Mylius ospita infatti l'Istituto per la Storia dell'Età Contemporanea che custodisce 6 chilometri di carte in cui c'è tutta la storia di Sesto dalla fine del 1400 ad oggi. «Ha una matrice fortemente locale, ma con uno sguardo che inserisce Sesto nel contesto di Milano e del Paese. All'Isec viene conservato un capitolo importante della storia dell'indu-

stria sestese, milanese, lombarda e nazionale». Ma l'Isec non si limita ad archiviare il materiale e a conservarlo, lo rende anche disponibile alla comunità, alle scuole, agli storici e ai ricercatori. E lo valorizza attraverso convegni, presentazioni di libri, laboratori per le scuole, seminari e mostre.

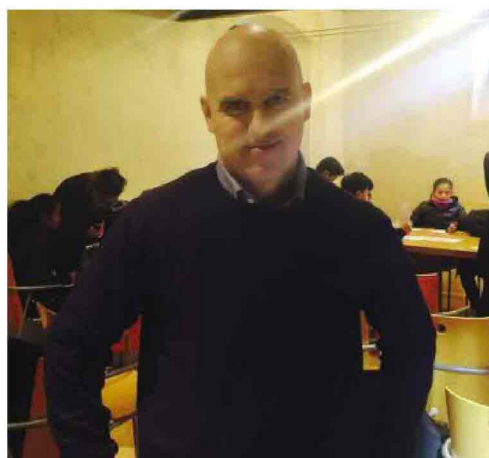
Ad oggi l'istituto è ancora poco conosciuto in città. Eppure è nato nel 1973 con lo scopo di raccogliere, conservare e valorizzare fonti e documenti sulla storia della Resistenza e del movimento operaio, e dal 1987 si è trasferito in Largo Lamarmora. La Fondazione Isec è diventata un punto di riferimento nazionale per chiunque sia interessato alle vicende della storia politica,

economica e sociale dell'Italia contemporanea. All'originario nucleo documentario, nel tempo si sono aggiunti archivi di grandi imprese industriali, come la Breda, partiti ed esponenti politici, militanti e rappresentanti del mondo sindacale e associativo. Isec oggi vanta un patrimonio archivistico e librario imponente: 6 km di documenti, 17mila fotografie, 100mila disegni tecnici, 1.500 manifesti politici, 500 ore di interviste, 100mila volumi, 4mila periodici. Tra le chicche c'è «il diario di un ufficiale borbonico che racconta il suo viaggio dalla Sicilia a Gaeta, è una testimonianza di uno sconfitto della storia - ha raccontato **Alberto De Cristofaro**, responsabile dell'archivio - E

poi abbiamo degli opuscoli mazziniani, ma anche curiosità come le etichette degli anni '30 e '40 delle stamperie Goiretti».

Per rendere vivo il patrimonio custodito negli archivi Isec ha cominciato una serie di collaborazioni con le università milanesi, i **Museimpresa** e la Fondazione Pirelli. E ogni anno apre le porte a 40 scuole, 3mila studenti. «Qui i ragazzi hanno modo di capire cos'è un archivio e come si lavora sulle fonti storiche - spiega **Stefano Agnoletto**, responsabile della sezione didattica.

I ricercatori dell'Isec stanno lavorando per raccontare la deindustrializzazione di Sesto, e per la creazione di un nuovo archivio che raccolga il materiale didattico delle scuole del territorio dagli anni '50 a oggi.



A sinistra Stefano Agnoletto, responsabile della sezione didattica; a destra Alberto De Cristofaro, curatore dell'archivio dell'istituto



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

UNA STORIA ITALIANA DI QUESTI CENTO ANNI

Il museo del marchio OM entra in Museimpresa

Dai camion al mitico "Leoncino" fino ai carrelli nella fusione con la tedesca STILL



LAINATE - Era il 1917 quando a Brescia le Officine Meccaniche diedero vita a OM, uno dei marchi che maggiormente hanno segnato la storia dell'industria Italiana e non solo. Erano a marchio OM le auto che occupavano i tre gradini del podio della prima edizione della leggendaria Millemiglia, nel 1927. Era a marchio OM il mitico Leoncino, un autocarro medio leggero di concezione molto moderna che - lanciato nel 1950 - ottenuto fama mondiale divenendo poi OM 40, Fiat 40 e infine Iveco 40, per una vita complessiva di 37 anni

e centinaia di migliaia di esemplari prodotti. In cent'anni di storia le Officine Meccaniche hanno dato un grande contributo allo sviluppo di molteplici comparti, realizzando camion, autobus, locomotrici a vapore ed elettriche, macchine agricole, macchine movimento terra e, infine, carrelli elevatori.

Una storia di successo e di successi che prosegue anche ai giorni nostri. In seguito alla fusione avvenuta nel 2011 tra OM e il gruppo tedesco STILL, la società opera oggi con il marchio OM STILL ed è leader nella

progettazione e produzione di carrelli elevatori, macchine da magazzino, trattori e trasportatori, oltre che nell'offerta dei più moderni sistemi per la logistica integrata. Ma il ricordo e la storia del leggendario marchio OM sono sempre vivi, ed è per questo che nell'anno del centesimo anniversario dalla sua fondazione è stato inaugurato un museo a Lainate. Un percorso che si snoda all'interno della rinnovata sede di OM STILL e che attraverso immagini storiche, macchinari d'epoca, documenti e targhe originali, ripercorre un secolo di storia e di successi.

Inaugurato a settembre, il Museo entra ora a far parte di **Museimpresa**, l'Associazione Italiana Archivi e Musei d'Impresa nata nel 2001 e supportata attivamente da Assolombarda e Confindustria. L'Associazione, unica a livello europeo, riunisce musei e archivi di grandi, medie e piccole imprese italiane che mettono il loro patrimonio a disposizione della collettività, per raccontare storie inedite attraverso oggetti e documenti custoditi in luoghi davvero significativi: ponti sospesi tra passato e futuro che parlano di persone, lavoro, cultura e innovazione.

IL MUSEO DEL MARCHIO OM
entra in **Museimpresa**

Marina Cala de' Medici
al via i corsi di formazione

Grimaldi Lines
a Job Orienta '17

GAMAR
AGENZIA COMMERCIALE E SERVIZI
ANCORA - ITALY

ALFA ITALIA

TI SERVE SPAZIO?
DEPOSITI A MISURA
PER FAMIGLIE E AZIENDE
• SOLUZIONI ARCHIVIO
• RIGOVERNO INVERNALE
MOTOCICLI
0586 214626

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



Vuoi essere sempre aggiornato?



ISCRIVITI
ALLA NEWSLETTER

Campo ricerca

CERCA

CERCA IN: NEWS TUTTE LE SEZIONI

HOME NEWS NOTIZIA DEL GIORNO TGDO PRIMO PIANO INTERVISTA SUCCESSI E STRATEGIE APERTURE PRODOTTI MERCATI SPECIALI DM MAGAZINE

Imprese | Persone | Spot News | Pubblicità | Estero | Sostenibilità | Finanza | Tecnologia | Logistica | Trend | Associazioni | Private Label | Real Estate | Fiere | Meeting&Co. |

Approfondimenti

News



Il museo OM entra in Museimpresa



Era il 1917 quando a Brescia le Officine Meccaniche diedero vita a OM, uno dei marchi che maggiormente hanno segnato la storia dell'industria Italiana e non solo. Erano a marchio OM le auto che occupavano i tre gradini del podio della prima edizione della leggendaria Millemiglia, nel 1927. Era a marchio OM il mitico Leoncino, un autocarro medio leggero di concezione molto moderna che – lanciato nel 1950 – ottenuto fama mondiale divenendo poi OM 40, Fiat 40

e infine Iveco 40, per una vita complessiva di 37 anni e centinaia di migliaia di esemplari prodotti. In cent'anni di storia le Officine Meccaniche hanno dato un grande contributo allo sviluppo di molteplici comparti, realizzando camion, autobus, locomotrici a vapore ed elettriche, macchine agricole, macchine movimento terra e, infine, carrelli elevatori.

Una storia di successo e di successi che prosegue anche ai giorni nostri. In seguito alla fusione avvenuta nel 2011 tra OM e il gruppo tedesco STILL, la società è leader nella progettazione e produzione di carrelli elevatori, macchine da magazzino, trattori e trasportatori, oltre che nell'offerta dei più moderni sistemi per la logistica integrata. Ma il ricordo e la storia del leggendario marchio OM sono sempre vivi, ed è per questo che nell'anno del centesimo anniversario dalla sua fondazione è stato inaugurato un museo a Lainate. Un percorso che si snoda all'interno della rinnovata sede di OM STILL e che attraverso immagini storiche, macchinari d'epoca, documenti e targhe originali, ripercorre un secolo di storia e di successi.

Inaugurato a settembre, il Museo entra ora a far parte di **Museimpresa**, l'Associazione Italiana Archivi e Musei d'Impresa nata nel 2001 e supportata attivamente da Assolombarda e Confindustria. L'Associazione, unica a livello europeo, riunisce musei e archivi di grandi, medie e piccole imprese italiane che mettono il loro patrimonio a disposizione della collettività, per raccontare storie inedite attraverso oggetti e documenti custoditi in luoghi davvero significativi: ponti sospesi tra passato e futuro che parlano di persone, lavoro, cultura e innovazione.

03 Dicembre 2017

Articoli Correlati



TGdo Le Videonotizie di DM



A Milano apre City Life Shopping District



NAVIGA HOME RICERCA

Il Sole **24 ORE**
COMMENTI

ABBONATI ACCEDI

ITALIA SCENARI **CULTURA & SOCIETÀ** EDITORIALI INTERVENTI INCHIESTE GLOBAL VIEW IL DIRETTORE MAPPAMONDOLo spettro dei tagli su Pac
e fondi strutturali«Sulla coesione il governo
è distratto»Mattarella: la crisi pagata
dai giovaniLa crescita dei
d'impresa

CULTURA

La crescita dei musei d'impresa

—di Antonello Cherchi | 01 dicembre 2017



Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo (Imagoeconomica)



Il sistema museale nazionale amplia i confini. Oggi al ministero dei Beni culturali il responsabile della direzione musei, Antonio Lampis, e il presidente di **Museimpresa**, Alberto Meomartini, sottoscrivono un accordo che riconosce e promuove il ruolo culturale e sociale dei musei delle imprese e li inserisce nella rete dei luoghi d'arte nazionali.

Nel nostro Paese ci sono 64 musei che conservano, tutelano e valorizzano la memoria di altrettante aziende e che - insieme a quattro sostenitori istituzionali: l'Associazione archivio storico

I PIÙ LETTI DI COMMENTI

ULTIME NOVITÀ

Dal catalogo del Sole 24 Ore

SCOPRI ALTRI PRODOTTI >

LE GALLERY PIÙ VISTE

**CASA** | 29 novembre 2017
Lo Shopping District di CityLife**MONDO** | 29 novembre 2017
Il Natale scintillante di Melania Trump alla Casa Bianca**ITALIA** | 30 novembre 2017
L'apertura dello Shopping District CityLife a Milano**ITALIA** | 30 novembre 2017
La cerimonia di consegna dell'onorificenza ai nuovi Cavalieri del lavoro**ITALIA** | 30 novembre 2017
Nina Moric in tribunale questa mattina a Milano per diffamazione

Olivetti, l'archivio nazionale cinema impresa, la Fondazione Isac (Istituto per la storia contemporanea), il museo della scienza e della tecnica di Milano - fanno squadra per promuovere il ruolo culturale e sociale delle imprese.

Lo fanno attraverso **Museimpresa**, associazione nata nel 2001, che con il supporto di Assolombarda e Confindustria si occupa di tenere vivo il passato imprenditoriale del nostro Paese riunendo musei a archivi di aziende grandi, medie e piccole lungo tutta la Penisola. Un'iniziativa unica a livello europeo, che negli anni ha sviluppato anche attività di ricerca, di formazione e di approfondimento delle tematiche legate alla **cultura d'impresa**.

Un lavoro che ha dato i suoi frutti. Intanto perché - e uno dei risultati è l'accordo di oggi - si sono strette relazioni istituzionali con il ministero dei Beni culturali, quello dell'Istruzione e quello degli Esteri. Inoltre, perché la creazione di una rete dei luoghi in cui le aziende mettono in mostra la loro storia ha incentivato un turismo "industriale" che continua a crescere. L'anno scorso il museo e l'archivio storico della Piaggio a Pontedera, in provincia di Pisa, ha registrato quasi 57mila presenze, il museo della liquirizia "Giorgio Amarelli" a Rossano (Cosenza) 50mila, il museo Ducati a Bologna 40mila.

«Facciamo più visitatori degli scavi di Sibari e del codice Purpureus conservato a Rossano», commenta Pina Amarelli, presidente onorario dell'azienda e protagonista della prima ora in **Museimpresa**. «Abbiamo aperto il museo nel 2001 - prosegue - e la risposta è stata immediata. Non siamo mai scesi sotto i 30mila visitatori e l'anno scorso c'è stato un exploit, grazie anche alle tecnologie touch screen in alcune sale e all'inaugurazione di un factory store. Ormai siamo entrati a far parte dei circuiti turistici della Calabria. Anche se l'ingresso è gratuito, riusciamo a mantenerci e a garantire l'apertura praticamente tutto l'anno, consentendo l'occupazione di tre persone a tempo indeterminato e altre quattro stagionali».

È un esempio del richiamo che i luoghi d'impresa esercitano e che l'inserimento nella rete museale nazionale può contribuire ad accrescere. L'obiettivo è, infatti, lavorare con i Beni culturali per elaborare proposte che, da un punto di vista operativo, possano rafforzare la mission che i musei d'impresa si sono dati. Significa anche estendere a questi ultimi gli standard dei musei nazionali, calibrandoli sulle particolarità dei **musei aziendali**.

«La sottoscrizione dell'accordo - afferma il ministro dei Beni culturali,

Dario Franceschini - riconosce il valore delle esperienze di impresa come parte importante del patrimonio culturale nazionale. Si mette finalmente in rete la memoria delle competenze, della creatività, dell'ingegno delle aziende italiane, che sono, ancora oggi, matrice del miglior made in Italy e si amplia l'offerta culturale e turistica del sistema museale italiano».

La firma di oggi arriva a conclusione della settimana della **cultura d'impresa**, iniziativa giunta alla sedicesima edizione e che secondo Alberto Meomartini rappresenta «un'occasione unica per riflettere sulla capacità della cultura di contribuire alla crescita e allo sviluppo dei luoghi».

© Riproduzione riservata

ARGOMENTI: **Museimpresa** | **Alberto Meomartini** | **Antonio Lampis** | **Pisa** | **Fondazione Isac** | **Calabria** | **Dario Franceschini** | **Piaggio** | **Olivetti** | **Pina Amarelli** | **Assolombarda** | **Confindustria** | **Cultura**

 **0 COMMENTI**

Partecipa alla discussione

Scrivi un commento...

Disclaimer

Pubblica

 **0 Commenti** | **Aggiorna**

VEDI TUTTI I COMMENTI ▲

 **Carica altri commenti**

FOTO

24

MOSTRE E EVENTI | 1 dicembre 2017

24

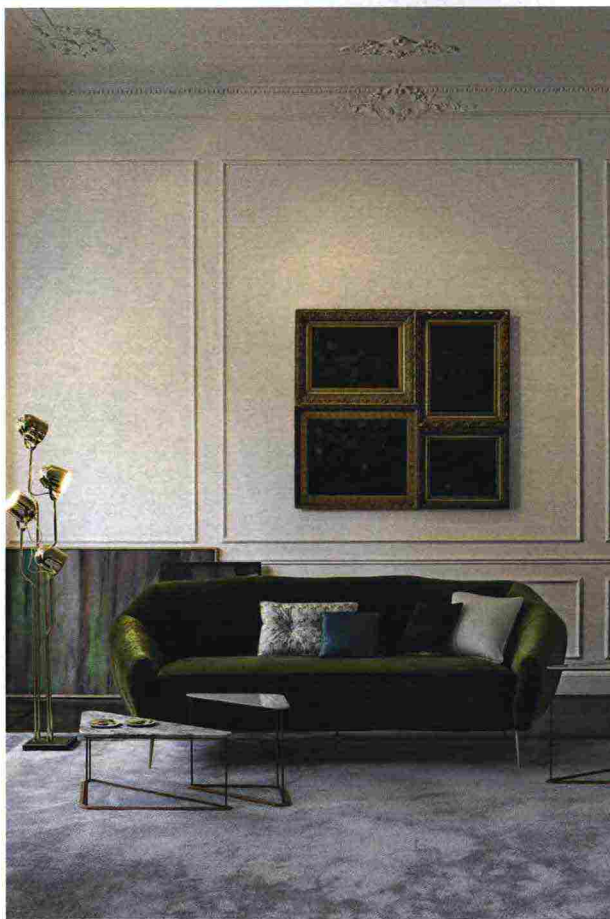
INDUSTRIA-FINANZA | 1 dicembre

24

BEAUTY-BENESSERE | 1 dicembre 2017

24

ASIA E OCEANIA | 1 dicembre 2017



A textile affair

Collaborazioni esclusive con partner come Armani Casa, una storia centenaria e progetti di lifestyle. Nicolò Favaretto Rubelli, a capo dell'azienda di famiglia leader nel tessile, guarda avanti con una serie di nuovi complementi d'arredo

In un tempo in cui si riscopre il valore dell'heritage, «l'essere contemporaneo non significa dimenticare la tradizione. Ci sono capisaldi imprescindibili, valori che oltrepassano il tempo nel suo inesorabile scorrere. Oltre la moda, nel tessile come in altri settori, ci sono motivi e modelli senza tempo. Oggi, la tradizione, ossia l'avere una storia, ancor meglio se di lunga data, è un valore aggiunto, nonché garanzia di qualità». Lo ha raccontato a MFL-Magazine For Living, Nicolò Favaretto Rubelli, chief executive officer dell'azienda tessile Rubelli che, da realtà veneziana, è diventata un gruppo internazionale da 81 milioni di euro di fatturato nel 2016.

Domanda. Quali valori costituiscono le fondamenta del vostro marchio?

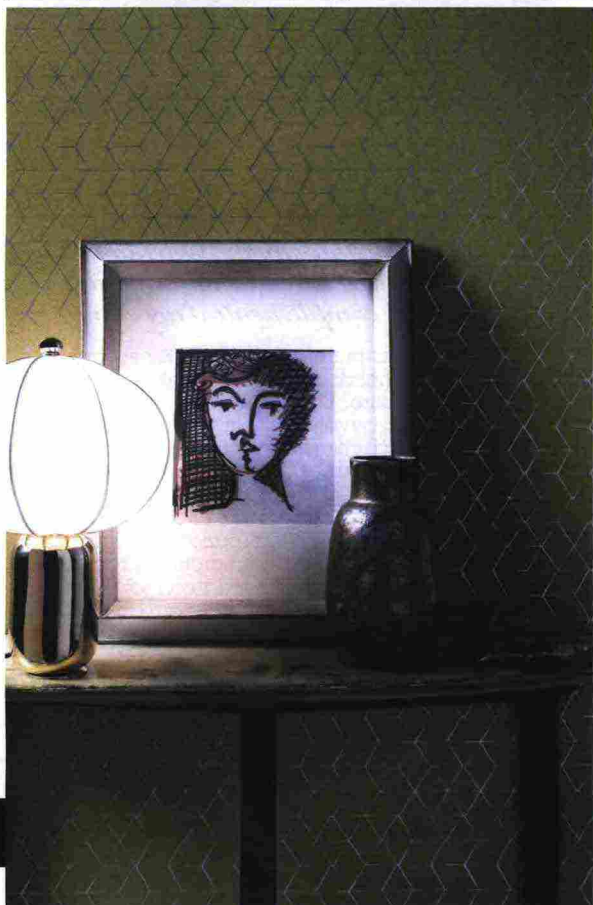
Risposta. Tradizione, che sta per Venezia. Qualità, tan-

to fondamentale quanto imprescindibile. Esperienza, che viene da oltre 150 anni di attività. Innovazione, ossia fare ricerca e guardare oltre. Etica, che sta per il rispetto del lavoro. Made in Italy, ovvero prodotti sia disegnati sia realizzati in Italia. Estetica, che sta per la vicinanza al mondo del bello in tutte le sue forme.

D. Come avete diversificato la vostra offerta produttiva?

R. Nel 1889 è nata l'azienda tessile. Nel corso degli anni, Rubelli è diventato un gruppo internazionale, a cui fanno capo un marchio in licenza e due marchi di proprietà. A questi, si è aggiunta Donghia, azienda non solo di tessuti ma anche di mobili, luci e complementi d'arredo. Nel 2015 l'offerta si è ampliata ulteriormente con Rubelli casa e Rubelli wallcovering. Tutto ciò, per offrire un lifestyle.

D. Il segreto di un family business alla quinta generazione?



Nelle immagini, alcune creazioni firmate Rubelli. In apertura, il ritratto di Nicolò Favaretto Rubelli e il divano Palazzo sofa della divisione casa

R. Ovviamente, la passione. Un amore, forse innato, ma comunque trasmesso di generazione in generazione. Chiaramente, l'innovazione. Migliorare e intraprendere nuovi percorsi. Rubelli casa è un chiaro esempio.

D. In che modo la storia e tradizione del marchio dialogano con la contemporaneità?

R. Essere contemporaneo non significa dimenticare la tradizione. Ci sono capisaldi imprescindibili, valori che oltrepassano il tempo nel suo inesorabile scorrere. Oltre le mode, nel tessile come in altri settori, ci sono motivi e modelli senza tempo. Oggi, la tradizione, ossia avere una storia, ancor meglio se di lunga data, è un valore aggiunto, nonché garanzia di qualità.

D. In quanto **museo aziendale**, Rubelli ha stretto la partnership con **Museimpresa**, associazione italiana promossa da Confindustria e Assolombarda. Ci può introdurre al vostro museo-archivio, spiegandone l'importanza?

R. Desideriamo valorizzare il nostro patrimonio culturale, esibendo una collezione di 6000 documenti tessili e cartacei. In archivio, è conservata la produzione storica, ossia i frammenti che documentano la nostra attività, come i veluti realizzati per la famiglia reale e i tessuti di Giò Ponti e altri designer illustri. Per noi, è una fonte d'ispirazione per la realizzazione di pezzi esclusivi e la ricostruzione di tessuti antichi come, per esempio, quando abbiamo operato nel Teatro La Fenice di Venezia.

D. Quali è il prodotto di punta di Rubelli?

R. Il Palazzo sofa, un divano ispirato ai modelli degli anni 50, e la poltrona tessile Pila-47, che nasce da un progetto in cui il materiale è stato reso il vero protagonista. Tra i tessuti, al primo posto metto il nostro damasco classico, San Marco. Infine, i prodotti di trevira, ignifughi e dalle elevate prestazioni tecniche.

D. In che modo l'azienda si relaziona con l'attenzione a una maggiore sostenibilità?

R. Di recente abbiamo ultimato, nel rispetto dell'ambiente, i lavori di ampliamento della nostra tessitura di Cucciago (Como), che ora presenta una nuova e moderna sala telai. Grazie all'installazione di pannelli solari e all'adozione di un sistema di recupero delle acque piovane, lo spreco di risorse è stato ridotto al minimo. Possiamo quindi parlare di uno stabilimento green.

D. Quali novità presenta quest'anno Rubelli?

R. A gennaio, alla fiera parigina Déco off, Rubelli presenterà la nuova collezione Rubelli Venezia, che si compone di una ventina di tessuti decorativi e tecnici. Oltre a una linea di cinque carte da parati firmata Rubelli wallcovering, sarà inoltre proposta una serie di tessuti di una bellezza imperfetta, Kieffer by Rubelli. Ad aprile, al Salone del mobile, sarà la volta di Rubelli casa.

D. Rubelli collabora spesso con produzioni sia televisive sia cinematografiche, fornendo tessuti e complementi d'arredo. In tal senso, vi sono nuovi progetti dei quali ci può dare un'anticipazione?

R. Ad esempio, la 2ª stagione di una serie Netflix, *The crown*. Al progetto, Rubelli ha partecipato con il suo jacquard Rousseau.

Marco Martello

IL LIBRO/2. I bunker dell'azienda meccanica bresciana nell'ultimo conflitto

«Tre suoni: aerei!» Allarmi della guerra e rifugi della Breda

La pubblicazione è il primo frutto di una collana presentata dall'Associazione Museo della Melara
«Se arrivavano i cacciabombardieri, i segnali erano sei»

Jacopo Manessi

Un suono inquietante: sirene antiaeree. Il codice che cambiava, la necessità di autoconservazione: essere rapidi, seguire la procedura, proteggersi dal nemico in volo. I fogli lisci e il profumo inconfondibile della carta patinata nascondono ricordi e sapori di tutt'altro tenore. Echi di guerra, rigore bellico, miseria e morte dentro la città. In circa 130 pagine di scritti, fotografie, progetti, cifre incasellate in schemi sciupati dal tempo, c'è l'essenza stessa della documentazione storica. E, per ovvio corollario, quella del ricordo.

Parte da questi concetti «Piccolo e grande allarme. I rifugi antiaerei della Breda Meccanica Bresciana», atto primo di una nuova collana editoriale presentata dall'Associazione Museo della Melara. Il testo, curato dall'archivista Alessandra Vesco, è dedi-

cato proprio al restauro del rifugio antiaereo della Breda Meccanica Bresciana, collocato all'interno dello stabilimento Leonardo di Brescia e costruito nell'ambito del progetto di protezione antiaerea della fabbrica, durante il pieno svolgimento della Seconda guerra mondiale.

Ieri pomeriggio si è tenuta la presentazione ufficiale nello stabilimento di via Lunga, con un incontro moderato dal direttore dell'Archivio di Stato di Brescia Marco Lanzini, a cui hanno partecipato la curatrice, ma anche Giancarlo Gonizzi, vice presidente di **Museimpresa**, Maurizio Savoja, soprintendente archivistico e bibliografico per la Lombardia, Andrea Thum, ricercatore Associazione Astec e Gianpiero Lorandi, nel doppio ruolo di presidente dell'associazione Museo della Melara e di capo divisione di Leonardo Sistemi e difesa. «Siamo di fronte a un passato che molti di noi non hanno vissuto - riflette Lorandi -

L'atmosfera che si respira nel rifugio è enfatizzata da luci e suoni che simulano le conseguenze di un vero bombardamento, contribuendo a far vivere allo spettatore un autentico salto nel passato».

Nel volume c'è una divisione in sezioni tematiche, tra cui spiccano quelle rivolte agli spazi antiaerei nell'ex Unità Breda Meccanica Bresciana e il rigoroso approfondimento sulla situazione della città nel biennio finale del conflitto (1944 e 1945). Tra i contributi figura quello dello storico Lodovico Galli, che visse l'esperienza sulla propria pelle e descrive con attenzione ai particolari le sequenze comportamentali: «Il piccolo allarme (avvistamento di aerei) era di 3 suoni della durata di 15 secondi, con un intervallo di altri 15 secondi. Nel grande allarme (caccia bombardieri diretti sulla città) invece i suoni erano 6, della durata di 3 secondi, con un intervallo di altri 3».

E un percorso di accompagnamento guidato. «Anche se agli autori è stato permesso di approfondire con libertà i temi - spiega Alessandra Vesco -, a seconda dei materiali a disposizione e delle differenti situazioni che descrivevano. Gli scritti sono stati pensati per un pubblico ampio, anche di non addetti ai lavori, e per stimolare la curiosità del lettore, suggerendo possibili itinerari da percorrere».

A completare il quadro la presenza di inserti multimediali come audio e video visionabili da pc, smartphone e tablet attraverso il link del codice Qr, con l'obiettivo di accomunare il quaderno a un ebook, favorendo l'interattività. Accanto al libro, per gli interessati c'è anche la possibilità di visitare la mostra fotografica permanente «La nostra storia. Le origini della Breda Meccanica Bresciana dalla fondazione alla ricostruzione 1924-1955», allestita all'interno dell'ex spogliatoio aziendale. •



Gianpiero Lorandi (Leonardo)

Alessandra Vesco
ha curato il testo
sul restauro
della struttura
nello stabilimento
Leonardo



Immagine di un interno di un ricovero antiaereo, 1942 circa: Archivio Storico Breda Meccanica Bresciana



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Corporate art awards. L'iniziativa è inserita nella settimana della **cultura di impresa** promossa da Confindustria

L'Art bonus supera i 200 milioni

Riconoscimenti a Generali e Ferragamo per i restauri di Venezia e Firenze

Antonello Cherchi

ROMA

Il mecenatismo prende sempre più piede. Lo dimostrano le cifre dell'Art bonus - la detrazione fiscale del 65% per chi sostiene la cultura, che ha superato la soglia dei 200 milioni di euro - e lo conferma la seconda edizione dei Corporate art awards, i premi alle imprese che aiutano l'arte, assegnati ieri a Roma, dopo una selezione di 80 aziende e 20 istituzioni di 18 Paesi.

I due fronti spesso convergono, perché tra le imprese che hanno ottenuto il riconoscimento ci sono anche quelle che hanno utilizzato l'Art bonus. È il caso di Assicurazioni Generali e di Ferragamo, che facendo leva sull'incentivo fiscale hanno dato il via al restauro, rispettivamente, dei Giardini reali a Venezia e della Fontana del Nettuno, in piazza della Signoria a Firenze.

A questi due mecenati se ne aggiungono diversi altri, tutti premiati ieri nel corso dei Corporate art awards, iniziativa inserita nella settimana della **cultura di impresa** promossa da Confindustria e che si è svolta in due tempi: si è aperto con la presentazione delle eccellenze del mecenatismo presso il ministero dei Beni culturali, alla presenza del ministro Dario Franceschini, e successivamente una delegazione si è trasferita al Quirinale per illustrare l'evento al presidente della Repubblica, Sergio Mattarella.

Insieme alle Generali e Ferragamo sono stati premiati, tra gli altri, Banca Intesa, alla quale è stato assegnato il riconoscimento "Mecenati del XXI secolo", la Fondazione Tim per il restauro del Mausoleo di Augusto a Roma, la Fiat per la celebrazione dei 60 anni di Fiat 500 al MoMa di New York, l'Enel per il progetto di illuminazione artistica a livello internazionale, Poste italiane per aver impreziosito con opere della street art venti uffici postali, American Express per l'inter-

vento sull'Arco di Giano a Roma.

Alle imprese quest'anno si sono aggiunte anche le istituzioni. Tra i premiati ci sono il Parlamento europeo, il ministero degli Esteri, la Banca d'Italia, l'Abi, le Nazioni Unite, la Fao, la Camera dei deputati, la Banca europea degli investimenti.

Altra novità è stata l'istituzione del premio per la piccola e media impresa, ideato con il supporto di Confindustria, per dare visibilità agli imprenditori che investono in progetti di recupero di opere legate al territorio. Come è stato, per esempio, per il premio attribuito alla Fondazione Lungarotti per il polo museale specializzato in viticoltura o per quello assegnato al

L'IDENTIKIT

Tra i 6.345 mecenati che dal 2014 a oggi hanno fatto ricorso all'agevolazione per la cultura, oltre la metà sono persone fisiche

gruppo Otb per il restauro del ponte di Rialto a Venezia.

I progetti di recupero e valorizzazione di beni sul territorio sono tra quelli che spesso richiamano l'Art bonus. Anche perché tra i 6.345 mecenati che dal 2014 - anno di debutto dello sconto fiscale - a oggi hanno fatto ricorso all'agevolazione per la cultura, oltre la metà sono persone fisiche. Con l'Art bonus, infatti, è stato introdotto anche nel nostro Paese il micromecenatismo, cioè la possibilità per i cittadini di sostenere l'arte e ottenere uno sconto sulle tasse da pagare.

I 200 milioni di euro finora raccolti, però, arrivano soprattutto dalle imprese e dalle Fondazioni, che insieme sono riusciti a mettere insieme più del 95% dei contributi, grazie ai quali si sono potuti mettere in campo gran parte dei 1.323 inter-

venti a favore del patrimonio.

La regione più generosa è la Lombardia, con 72,8 milioni di euro, seguita dal Veneto (30,3) e il Piemonte (28,1). L'Art bonus ha, invece, fatto meno presa al Sud.

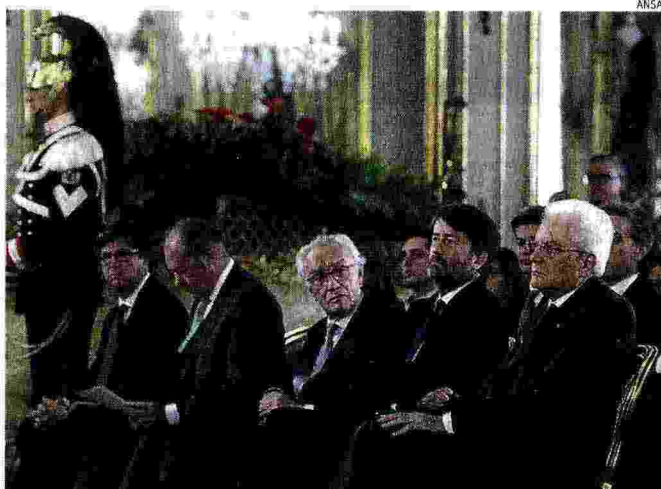
«Bisogna superare questo divario - ha commentato il ministro dei Beni culturali, Dario Franceschini, nel corso dei Corporate art awards - e spero che le grandi imprese decidano di scegliere l'Art bonus anche nel Mezzogiorno. Siamo, però, agli inizi di un percorso. Ci vuole tempo e in questo senso diventa importante premiare il gesto di quanti aiutano la cultura, che servono da stimolo per gli altri».

«Se molto resta da fare (soprattutto per incentivare una più estesa partecipazione), si deve riconoscere la portata innovativa di questa leva fiscale, che consente di dare nuovo ossigeno alle risorse per la cultura», ha affermato Marcella Panucci, direttore generale di Confindustria, che a proposito dei premi al mecenatismo ha avuto modo di sottolineare come rappresentino «un'occasione per dimostrare che è possibile operare le indispensabili cuciture tra impresa, cultura e società, sapendo che questa unione genera progresso, sviluppo e innovazione per il Paese».

Concetto ripreso dall'imprenditrice Pina Amarelli, del gruppo tecnico cultura e sviluppo di Confindustria: «Le aziende hanno un ruolo pubblico con un forte impatto sulla società. Da qui l'impegno degli imprenditori sul versante culturale, perché senza cultura non si fa impresa».

E Luca Desiata, docente di corporate art alla Luiss business school e "regista" dei Corporate art awards, ha voluto rimarcare che «a distanza di cinque secoli dalla Firenze dei Medici, l'Italia torna oggi capitale mondiale del mecenatismo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Quirinale. Da destra, Sergio Mattarella, Dario Franceschini e Giovanni Bazoli

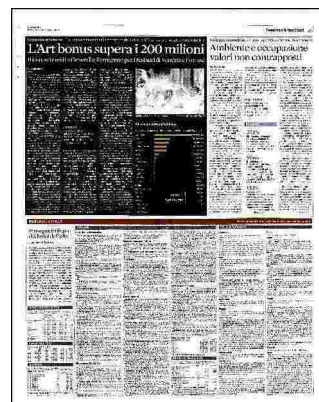
Gli investimenti con l'Art Bonus

Suddivisione regionale delle donazioni e degli interventi. **Valore in €**

Lombardia	72.859.443
Veneto	30.392.678
Piemonte	28.186.272
Emilia Romagna	24.011.200
Toscana	23.961.242
Lazio	8.433.686
Liguria	3.745.819
Friuli V. Giulia	2.265.510
Marche	1.631.660
Sardegna	1.279.615
Puglia	1.251.837
Campania	1.154.534
Umbria	649.259
Sicilia	171.925
Trentino A. Adige	81.200
Abruzzo	34.600
Calabria	5.200
Molise	600
Valle d'Aosta	500
Basilicata	-

Totale
200.116.780

Fonte: Mibact



I TRENI RIVAROSSI CORRONO NEL MITO

In occasione della Città dei balocchi vengono riproposti i modellini
E l'associazione ComoInTreno rilancia l'idea di un museo permanente

di ROBERTO GHIOLDI (*)

“**A**iculminare di uno stretto cortile tra case basse di pietra, c'era un muro mai in ombra alto poco più di un metro, al limite di una profonda trincea, laddove un fischio inconfondibile indicava con certezza il passaggio del treno nella ferrovia sottostante.

Col passare degli anni altri scenari prendono il sopravvento, ma non intaccano i ricordi che anzi acquistano più forza e diventano irrinunciabili suggestioni condensate in quel piccolo e affascinante mondo del modellismo. Con il primo soldo sudato mi sono concesso il lusso di un modello che già da qualche tempo giaceva nella vetrina del negozio nel centro della città: una coppia di automotrici Rivarossi! Con il trascorrere del tempo, l'interesse si è rivolto al mondo del treno in tutte le sue manifestazioni spaziando dalla storia alla tecnica, alle architetture, alla letteratura senza mai trascurare le riproduzioni in scala.

La fabbrica di Sagnino

Ho cominciato a frequentare la storica fabbrica di Sagnino dal 1994 e restai affascinato in primo luogo dal mitico museo, presso il quale mi allestiva la possibilità di insediare un gruppo di persone legate dal comune interesse per i treni in scala. Non avevo consapevolezza, in quegli anni, che il gruppo industriale stava per rovinare nella vicenda che da lì a poco l'avrebbe cancellato dal nostro territorio, complice allora l'assordante silenzio della nostra comunità distratta da altri interessi. A più di mezzo secolo di distanza da quel muro ancestrale, nel treno modello si concretizza l'appartenenza ad una comunità vivace che s'interroga, si confronta, ricerca soluzioni e le applica sempre con l'intento di dare forma ad un sogno e a sognare, anche ad occhi aperti... non vi rinuncerò mai!”.

Così scriveva l'amico Salvo Bordonaro sullo speciale “Tale & Rivarossi-Como” che nel 2013 ha accompagnato la mostra-evento al Broletto organizzata dal “Comitato per il Monumento all'ing. Alessandro Rossi” al quale ha collaborato anche la nostra associazione.

MOSTRA

L'associazione ComoInTreno rinnova l'appuntamento natalizio con il modellismo nel quadro di “Como città dei Balocchi”, grazie alla collaborazione con Consorzio Como Turistica e del Centro Cardinal Ferrari. Da ieri al 17 dicembre, il primo chiostro del Centro ospiterà la mostra statica ferroviaria, navale ed aeronautica, integrata nei fine settimana dai grandi plastici funzionanti “Ferrovia Retica LGB” ed “Amici del Treno di Bollate”

INCONTRO

Fino alla mezzanotte di oggi è possibile iscriversi alla terza edizione del concorso di Modellismo “Alessandro Civelli - Rivarossi Memory” la cui premiazione si svolgerà domenica 17 alle 16.30. La sera di venerdì 15 dicembre, sempre al Cardinal Ferrari si terrà la tavola rotonda “Rivarossi-Como fra passato e futuro”. Ingresso gratuito a tutti gli eventi

Chiunque abbia masticato anche poco di modellismo, sa che “Rivarossi” e “Como” sono stati per decenni vocaboli inseparabili; quasi sinonimi. Sicuramente il primo termine stava saldamente radicato nel terreno fertile del secondo, dal quale attingeva capacità intellettuali e manuali all'altezza delle proprie elevate esigenze e verso il quale riversava un interessante ritorno economico diretto e indiretto. Nel contempo anche in questo campo il secondo termine veniva riconosciuto nel mondo come patria di singolare creatività e solida capacità realizzativa. Artefice di queste vicende l'ing. Alessandro Rossi, vicentino di origini, ma comasco di destino.

Non è questa la sede per riscriverne la storia. Esistono ormai diverse pubblicazioni ed un autorevole sito web che ne custodisce la “memory”. Ci interessa piuttosto indagare il rapporto tra il marchio e la città e riflettere su ciò che valla pena tenere in evidenza per il futuro.

Al netto di ogni retorica si può affermare con certezza che Rivarossi ebbe grandi meriti tecnici, scontò alcuni limiti che ne determinarono ad un certo punto la parabola discendente, si impose

certamente per diversi decenni come punto di riferimento a livello mondiale. Tutto questo però, per casa nostra, fa ormai parte del passato. Col volgere del millennio lo storico marchio ha lasciato definitivamente il suolo lariano e dopo alterne vicende costituisce oggi un “brand” del blasonato gruppo inglese Hornby. Come noto se ne andò anche il museo aziendale e cronache recenti narrano dell'ennesima dispersione di materiale storico a causa - a quanto pare - della solitaria iniziativa di un funzionario della casa madre britannica.

Collezioni sparse

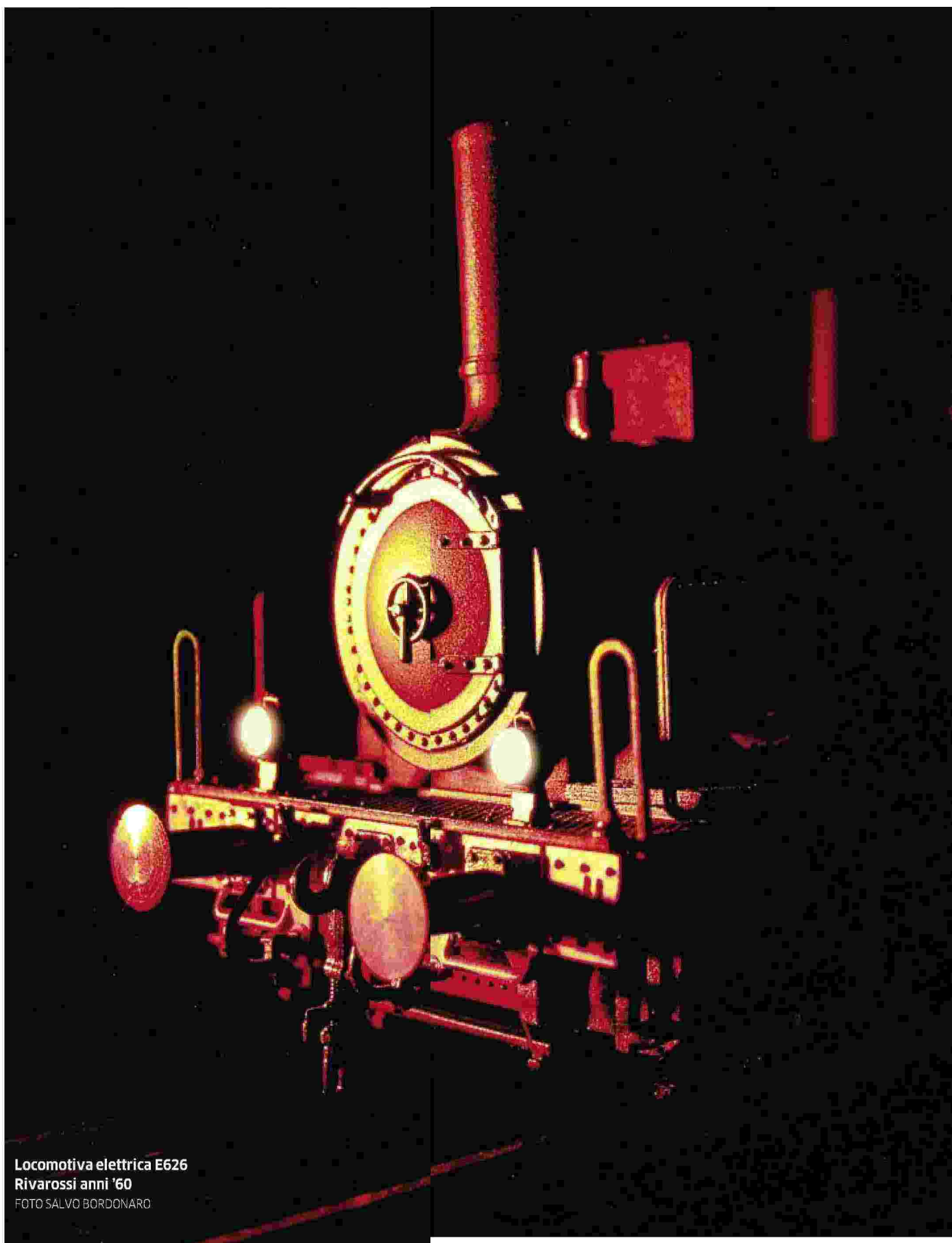
Storia finita? Crediamo di no. Si è poco indagato il rapporto tra l'azienda ed il grande pubblico... un rapporto di luci e ombre. Molti appassionati, pur conoscendo bene l'azienda, spesso le preferivano concorrenti d'oltralpe. Alla finezza del sistema italiano in corrente continua, molti di essi vi anteponevano la spartana solidità del teutonico triplo binario metallico “Märklin”. Vere e proprie vivaci tifoserie di stampo calcistico.

Anche i “rivarossiani” però erano (e sono) di due tipi: il collezionista ed il plasticista. Il primo, spesse volte ben infiltrato in fabbrica a Sagnino, distraeva con arguti stratagemmi ingenti somme dal bilancio familiare per investire in modelli unici, ancor'oggi gelosamente custoditi nelle scatole originali. I più arditi espongono i modelli in vetrina. Le linee di produzione che preferivano erano la “serie Galletto” o i “modelli Oro”.

Il plasticista invece osava di più. Riempiva soffitte e garage di binari e gallerie, con effetti estetici a volte più simili ad un “ottovolante” che ad un paesaggio reale. Si destreggiava in acrobazie elettriche per alimentare i convogli dalle rotaie e contemporaneamente dalla “linea aerea”. I più esperti manipolavano e modificavano i modelli della linea “RR”, oppure li costruivano in proprio con i kit “TrenHobby”.

Qualsiasi ipotesi di un nuovo museo o di qualcosa che gli somiglia, non potrà prescindere dalle due categorie: chi custodisce in maniera diffusa il patrimonio materiale della produzione (numericamente ancora molto più vasto di quanto si creda) e chi ne coltiva la passione sperimentale.

(*) associazione ComoInTreno



Locomotiva elettrica E626

Rivarossi anni '60

FOTO SALVO BORDONARO



Sagnino e lo stabilimento Rivarossi in una foto degli anni Cinquanta
(tratta da Speciale Tale&a Rivarossi - 2013 - fascicolo curato da ComolnTreno)



ComolnTreno con i suoi modellini in una passata edizione della Città dei Balocchi
La partecipazione si rinnova quest'anno al Centro pastorale Cardinal Ferrari

Immergas, apre il museo aziendale digitale

Nato nel 2007 per illustrare l'evoluzione dell'impresa di Brescello, ora si arricchisce di nuovi contenuti

► BRESCELLO

Un grande libro digitale sfogliabile con il tocco della mano, accoglie i visitatori nel nuovo allestimento del **Museo Aziendale Immergas**. Sono pagine di storia che si sfogliano in modo virtuale, grazie alle tecnologie digitali, ma raccontano anno dopo anno lo sviluppo reale di un'idea d'impresa. Raccontano un lavoro corale, quello di migliaia di uomini e donne, che da oltre mezzo secolo producono innovazione e sviluppo per i territori dove Immergas opera, in Italia e all'estero.

È una storia fatta prima di tutto di persone: «Il nuovo allestimento del **Museo Aziendale**

è stata l'occasione per intitolarlo a Camillo Scotti, per molti anni Direttore Commerciale e Marketing di Immergas – spiega il presidente di Immerfin, Romano Amadei –. Abbiamo immaginato il percorso museale come un viaggio nel tempo, decennio per decennio, rendendo visibili prodotti, tecnologie e persone che hanno fatto crescere, giorno dopo giorno Immergas. È storia, certamente, ma è anche il nostro impegno per il futuro. Il Museo infatti termina con lo spazio dedicato alle tecnologie ibride per il clima domestico orientate al comfort, al risparmio energetico e alla sostenibilità. La prossima tappa della vita di Im-

mergas, sarà l'inaugurazione del nuovo Centro Ricerche».

Il **Museo Aziendale** inizia così i suoi secondi 10 anni. È stato inaugurato nel 2007 con l'obiettivo di diventare un punto di riferimento per chi vuole scoprire Immergas. Studenti, tecnici, clienti, fornitori, istituzioni possono toccare con mano l'evoluzione di un marchio e di un modello imprenditoriale. Sono già quasi 40.000 i visitatori che hanno visitato il Museo Immergas dedicato ai 53 anni di vita dell'impresa fondata nel 1964 da Romano Amadei, Gianni Biacchi e Giuseppe Carra; un numero già rilevante che è destinato a crescere ulteriormente.



Visita al nuovo allestimento del **Museo Aziendale Immergas**



DESIGN Al Ministero **A Molteni&C il Corporate art Awards 2017**

■ “Molteni&C” vince il “Corporate art Awards 2017” confermandosi protagonista nella valorizzazione culturale del design nel mondo. Nella sede del Ministero dei Beni e delle Attività Culturali a Roma alla presenza del Ministro della Cultura Dario Franceschini, mercoledì scorso, il gruppo giussanese è stato premiato con il Corporate Art Award 2017 per il costante impegno in attività culturali come il Molteni Museum, che ha sede nel Molteni Compound di Giussano. Corporate Art Award è un premio internazionale riservato alle aziende che investono in cultura. Patrocinatori del premio, oltre il Mibact, sono la Luiss Business School, Confindustria, Ales e Muiseimpresa, l'associazione dei **musei aziendali** italiani. Oltre 70 i partecipanti al premio, attivi in tutti i settori dell'economia e dell'industria accomunati dall'impegno a investire in cultura, come Banca D'Italia, Fiat, Enel, Google, Lufthansa, Daimler-Benz, Salvatore Ferragamo, Nestlé, Banca Intesa. In giuria personalità della cultura di livello internazionale come Gabriel Zuchtriegel (Direttore del Parco archeologico di Paestum), Eike Schmidt (Direttore delle Gallerie degli Uffizi) e Bartolomeo Pietromarchi (Direttore del MAXXI Arte di Roma). “Molteni Group”, tra i principali gruppi industriali del settore dell'arredamento di alta gamma a livello internazionale, comprende quattro aziende: Molteni&C SpA (mobili per la casa), Unifor SpA (mobili d'ufficio), Dada SpA (mobili per la cucina), Citterio SpA (pareti divisorie e mobili per ufficio). ■ **Fe.Ve.**



Fondazione Pirelli tra cultura e cucina

EVENTO Letteratura e alta cucina si incontrano il 20 novembre alle 18.30 nell'Headquarters Pirelli per festeggiare l'anniversario dell'apertura delle due biblioteche aziendali di Bicocca e di Bollate e il loro imminente ingresso, prime tra le biblioteche aziendali, nel Sistema Bibliotecario Milanese. Protagonisti del dialogo su libri e la cucina, in una sorta di «showcooking letterario», saranno lo scrittore Alessandro Robecchi e l'«oste e cuoco» Filippo La Mantia. L'appuntamento sarà l'occasione per raccontare Milano attraverso un percorso espositivo curato dalla Fondazione Pirelli grazie ai materiali storici conservati nell'archivio aziendale e da immagini tratte dalla rivista «Pirelli».

Lunedì, ore 18,30

Ingresso libero



BAR MERCATO • LAZIENDA

LA RICERCA vanto del caffè made in Italy

SIMONELLI GROUP COSTITUISCE CON L'UNIVERSITÀ DI CAMERINO
UN HUB PER LA RICERCA APPLICATA AL CAFFÈ. E CONTINUA
A INVESTIRE NELL'INNOVAZIONE. IN RASSEGNA LE NOVITÀ

di Nadia Rossi



Sopra, l'Aurelia Wave presentata a Host, che tra le varie innovazioni si avvale di una tecnologia che rileva i parametri dell'acqua in ingresso e avverte se questa subisce variazioni. Accanto, il macinacaffè MDXS on demand, indicato per locali con alti volumi di vendita; vanta un sistema basato sull'uso di ammortizzatori in grado di isolare il motore, con abbattimento delle emissioni acustiche

Simonelli Group ha compiuto lo scorso anno i suoi primi 80 anni di attività e prosegue un intenso lavoro di ricerca e di espansione. Nonostante la sua operatività sia su scala mondiale, il gruppo è fortemente radicato nel proprio territorio anche attraverso la collaborazione con diversi istituti scolastici e con le Università, soprattutto quelle di Ancona, Camerino e Macerata. Da gennaio infatti è operativo l'International Hub for Coffee Research and Inno-

vation, costituito in collaborazione con l'Università di Camerino: quest'ultima dal 30 novembre al 1° dicembre ospiterà il primo convegno internazionale "The Quality of coffee. A never ending research".

Di più: dallo scorso giugno il gruppo si è costituito in Società per Azioni e oggi a Simonelli Group Spa fanno capo tutte le attività di studio, ricerca, progettazione, produzione e commercializzazione dei brand aziendali. A ottobre invece è

BARMERCATO ■ LAZIENDA



La Simonelli Group (118 dipendenti) esporta in 121 Paesi, con un bilancio consolidato 2016 di oltre 80 milioni di euro (+14% sull'anno precedente)

stato inaugurato un **museo aziendale** e il centro direzionale Simonelli Group a Belforte del Chienti (Mc), dove ha sede anche lo stabilimento produttivo, che vanta un potenziale di 120 macchine al giorno sia con il brand Nuova Simonelli sia con quello Victoria Arduino. È proprio a Belforte del Chienti che è stato realizzato il modello Aurelia: la prima macchina per caffè a ottenere la certificazione ergonomica nel 2003. Nel tempo sono state introdotte numerose tecnologie applicate alla macchina espresso: T3, con il controllo tridimensionale della temperatura, Gravimetria che misura l'esatta quantità di caffè estratto, Milk Silk ed Easy Cream, per creme di latte perfette, Klima pro, che gestisce la camera di macinatura del macinacaffè. Non ultime le novità presentate a Host lo scorso ottobre: l'Aurelia Wave, che tra le innovazioni ha la Smart Water Technology, in grado di rilevare i parametri dell'acqua in ingresso e avvertire se vi sono variazioni; Prontobar Touch, superautomatica compatta, con display touch da 7", sistema EasyCeram e tecnologia Silent, che si ritrova nel nuovo macinacaffè MDXS on demand. La silenziosità infatti è un filone che Nuova Simonelli ha imboccato, importante in un ambiente come il bar, la cui rumorosità può avere effetti negativi sul benessere dei dipendenti e dei clienti. ★

Maurizio Giuli è direttore marketing di Simonelli Group.

Laureato in Economia e Commercio, vanta il Dottorato di Ricerca in "Economia e gestione delle imprese" e il Master Science in "International Business". Nel 2014 ha pubblicato il libro "Il ritorno alla competitività dell'espresso italiano". È presidente dell'Associazione italiana costruttori macchine per caffè espresso Ucimac



GIULI: «NON C'È EVOLUZIONE SENZA CONOSCENZA»

Qual è il fine dell'International Hub for Coffee Research e quali benefici può dare all'intero mondo del caffè?

L'evoluzione futura del settore è strettamente legata alla sua capacità di fare innovazione e migliorare il livello qualitativo. Ma non c'è innovazione senza conoscenza. Per questo è nato il progetto "International Hub for Coffee Research and Innovation", creato da Simonelli Group e dall'Università di Camerino. La sua missione è mettere insieme le migliori competenze internazionali per fare ricerca scientifica e spostare in avanti gli orizzonti della conoscenza sul caffè, che diventerà poi patrimonio del mondo scientifico e della coffee community attraverso pubblicazioni, convegni e seminari.

Per le macchine espresso l'Italia è un punto di riferimento?

L'Italia detiene la leadership mondiale nella produzione di macchine per caffè espresso professionali grazie soprattutto alla capacità delle aziende nazionali di coniugare tradizione e innovazione. Le macchine di Nuova Simonelli si contraddistinguono per l'elevata tecnologia unita a una qualità estrattiva superiore. Aiutano il barista a esprimere al massimo la sua professionalità. Tutto è sotto controllo, sempre.

Il barista italiano riesce a cogliere le opportunità che le nuove tecnologie applicate alla macchina espresso gli offrono?

Il bar è stato a lungo radicato alle tradizioni. Oggi si affermano nuove tendenze focalizzate su un modo più moderno di vivere il caffè, in cui il barista diventa una sorta di sommelier, capace di interpretare le caratteristiche di ogni origine per trasformarla in una bevanda ricca di aromi e di sensazioni uniche. Ai caffè standard si preferiscono quelli pregiati, che richiedono l'uso di macchine con standard qualitativi irraggiungibili per quelle di vecchia generazione. Cambia così il rapporto fra macchina per caffè e barista, un interlocutore esigente che non si accontenta di una macchina qualunque.

Il design gioca la carta della cultura: archivi e musei vetrina per il made in Italy

di Giovanna Mancini
18 dicembre 2017

lsole24ore.com



«Il nostro museo si è rivelato uno dei più efficaci strumenti di marketing degli ultimi anni. Eppure tutto è nato dalla volontà di mio nonno e mio padre di valorizzare il grande patrimonio documentale dell'azienda che proprio mio nonno, con grande lungimiranza, aveva raccolto negli anni». Così Lorenza Luti, direttore marketing di Kartell, racconta come nacque l'idea, nel 1999, di fondare un museo aziendale adiacente alla fabbrica di Noviglio, alle porte di Milano. Firmato da Ferruccio Laviani, il percorso espositivo si estende su 2.500 metri quadrati e contiene oltre mille oggetti tra prototipi, fotografie, schizzi e documenti di grande valore storico e documentale.

Quello di Kartell, azienda del design fondata nel 1949 da Giulio Castelli, è uno dei 37 musei e archivi d'impresa del settore legno-arredo censiti in Italia da una ricerca presentata nei giorni scorsi a Roma da FederlegnoArredo, Fondazione Costruiamo il Futuro e Fondazione Edison. Il mondo dei musei d'impresa è una realtà in crescita nel nostro Paese e strettamente connessa al turismo culturale, tanto che di recente il ministero per i Beni culturali ha siglato un Protocollo di intesa per la valorizzazione di queste realtà e di progetti volti alla loro integrazione nei percorsi museali italiani.



I musei dell'arredo-design hanno un rilievo particolare sia per la natura stessa dei prodotti in questione, sia per il riconoscimento internazionale attribuito al design made in Italy e al valore storico della sua tradizione, in particolare a partire dal secondo Dopoguerra. Ma anche per l'importanza che il comparto legno-arredo ricopre nel panorama della manifattura italiana, come fa notare il vicepresidente della Fondazione Edison, Marco Fortis: un settore composto da 79mila aziende che, nel 2016, hanno generato circa 41 miliardi di fatturato, ovvero il 4,6% del manifatturiero italiano nel suo complesso (Rapporto Fla 2016).

Volendo tracciare una mappa ideale dei musei d'impresa del legno-arredo, è facile accorgersi come questa ricalchi in buona parte la mappa della produzione industriale, con la stragrande maggioranza dei musei e degli archivi concentrati nelle aree della Brianza e del Comasco, in Veneto (e in particolare nel distretto muranese del vetro), in Emilia Romagna e nelle Marche.

Complessivamente, si legge nella ricerca, i musei e gli archivi fondati dalle aziende del comparto attraggono ogni anno circa 150mila visitatori, soprattutto esperti e operatori del settore – come architetti e designer, docenti, studenti e ricercatori – ma anche turisti occasionali, attratti dalle mostre temporanee che molti di questi musei allestiscono durante l'anno. Si tratta in genere di luoghi aperti al pubblico e

visitabili gratuitamente, il che fa comprendere l'impegno di risorse, tempo e personale che questo genere di attività comporta per le aziende.

«Intercettare i turisti "puri" è la nostra grande sfida, ma non è facile, dal momento che il nostro museo si trova fuori Milano», spiega Giulia Molteni, responsabile marketing e comunicazione di Molteni&C, azienda di Giussano (Monza Brianza) che ha inaugurato il suo museo, progettato da Jasper Morrison, nel 2015, in occasione di Expo e degli 80 anni dell'azienda. «Organizziamo delle navette da Milano – aggiunge Giulia Molteni – e ovviamente la maggior parte dei visitatori arriva in coincidenza con il Salone del Mobile e della Design Week». Situato all'interno del cosiddetto Compound (il giardino antistante gli stabilimenti, che ospita anche due installazioni dei designer Ron Gilad e Patricia Urquiola), il museo attira 6mila visitatori l'anno e si propone soprattutto di essere memoria e testimonianza della storia dell'azienda e del design italiano. Oltre ai 48 prodotti-icona e prototipi esposti nella mostra permanente, si trovano infatti anche 4.500 documenti fotografici e cartacei, tra cui, ad esempio, le immagini dei "pionieri" che, nel 1961 diedero vita al Salone del Mobile di Milano. «Il museo risponde alla necessità di narare l'eredità delle aziende del gruppo – prosegue Giulia Molteni – ma assume anche un importante valore di marketing e un ruolo strategico per il training e la formazione dei nostri dealer e rivenditori».

Un compito confermato anche da altri imprenditori, che sottolineano l'importanza di questi musei o archivi come primo strumento di conoscenza delle aziende – delle loro storie e caratteristiche – per i potenziali dipendenti o partner delle aziende stesse.

«Anche per questo – spiega Lorenza Luti – organizziamo in genere visite guidate, soprattutto quando si tratta di partner o potenziali clienti». Tra i visitatori, dice Luti, non ci sono soltanto addetti ai lavori, ma anche manager di altri settori, che vengono a prendere ispirazione per avviare iniziative analoghe, oppure studenti universitari in cerca di materiale per tesi o tesine. «La maggior parte arriva dall'estero – aggiunge Luti – e prenotano la loro visita mesi prima».

Anche il museo di Potrona Frau a Tolentino, nelle Marche, è nato in occasione di un anniversario importante, il centenario dell'azienda fondata nel 1912. Progettato dall'architetto Michele De Lucchi, ospita prodotti, prototipi, foto, grafiche e documenti su uno spazio di 1.400 metri quadrati, visitati lo scorso anno da 4.500 persone.

Accanto ai musei aperti al pubblico, esistono molte realtà come il Museo Alessi o l'archivio Cassina, che sono invece rivolti a professionisti del settore, studenti o ricercatori, che possono accedervi su prenotazione per raccogliere materiale utile al loro lavoro o studio. «L'Archivio è memoria documentata dei prodotti dell'azienda – dice la responsabile dell'Archivio Cassina, Barbara Lehmann –: non solo degli

arredi entrati in produzione, ma anche dei relativi modelli di studio, degli stampi e dei prototipi di ricerca». Con oltre 600 modelli fisici storici, è un riferimento importante non solo per studiosi e studenti, ma anche per i designer e architetti che lavorano con l'azienda e per il suo Centro Ricerche e Sviluppo

Cultura & Tempo libero

Prestiti d'arte

Capolavori «ambasciatori» dell'Accademia Carrara nel mondo

Fuori dalla Carrara, continua la vita dei capolavori che danno lustro non solo alla Pinacoteca, ma anche a Bergamo, come ambasciatori ne mondo. Verso il prestigioso museo parigino del Louvre, dove rimarrà sino al 15 gennaio per una mostra sull'arte dei Paesi Bassi, è



diretto il «Ritratto di Louis de Clèves» (foto) di Jean Clouet. Resta in patria, in prestito alla Galleria Borghese di Roma (fino al 4 febbraio), «Andromeda e La Virtù trionfa sul vizio» di Pietro Bernini. Nella politica di scambi, presto toccherà alle opere: «Madonna col Bambino» di Tiziano, al «Devoto in meditazione davanti a Cristo risorto con la croce» del Moretto e al «Devoto in preghiera davanti al Crocifisso» di Vittore Belliniano, tutte opere dirette a Brescia, dove a marzo aprirà l'esposizione «Tiziano e la pittura del Cinquecento tra Brescia e Venezia». (m.ca.)



Cineprese amatoriali

Alcuni fotogrammi dei filmini raccolti a **Dalmine**, dei fondi Gandini e Pesenti e dell'Archivio Cinescatti

Giulia Castelletti, Archivio Cinescatti
Abbiamo recuperato le immagini di una città industriale in evoluzione e una moltitudine di storie di vita

Quei filmini d'amarcord

SEGUE DALLA PRIMA

Il progetto «Faccia a faccia. Memoria visiva della città industriale» di Lab 80 è stato realizzato in collaborazione con la Fondazione **Dalmine**, il Comune e il contributo di Regione Lombardia.

«In questi due mesi — dice la responsabile dell'Archivio Cinescatti Giulia Castelletti —, abbiamo raccolto 234 bobine, doni di privati, per 17 ore di girato e 14.500 metri di pellicola». Lab80 li ha restaurati, digitalizzati e archiviati. Sta anche raccogliendo le interviste per rintracciare i nomi e i racconti di chi appare nei video. Ieri è stata proiettata una selezione di 15 minuti, con tanti filmati da 30 secondi circa.

«Sono io!» sussurra una signora seduta nelle ultime file. Si chiama Rosetta Bergamoni, ha 73 anni, e si rivede in un filmato di 50 anni fa, quando era sul lago di Lecco con un costume a righe, la sorella Antonia il fratello Camillo e «mio marito, Virginio, che non c'è più. Lo ricordo bene, quel giorno. Ha fatto le riprese mio padre Antonio. La famiglia Bergamoni è piuttosto antica, e i maschi si chiamavano sempre o Antonio o Camillo». In un altro video c'è il mare, ci sono costumi neri, un

Lab 80 ha digitalizzato le pellicole casalinghe ritrovate a **Dalmine**. «Per salvare la memoria»



Cinefurgone

Gli autori del progetto lo chiamano «cinefurgone»: è una piccola sala di proiezione itinerante

giardino, un dondolo e due persone abbracciate, una mamma che dorme cullando il suo bambino. È Antonia, sorella di Rosetta, con il marito, che lavorava alla **Dalmine**, e il figlio.

Il filmato continua. Così Loredana Cologno e Marino Salvi ritrovano il loro matrimonio, gli occhi emozionati della sposa, i ricci che le incorniciano il viso e l'abito bianco con grandi

maniche a sbuffo. Una chiesa buia, una luminosa pioggia di riso all'uscita. «È la prima volta che lo rivedo. Non eravamo più riusciti a far funzionare la cinepresa» dicono. Sono sposati da 42 anni.

In un altro matrimonio, (Fondo Ravasio) c'è una sposa, con un abito semplice e bianco e accollato, e la gonna a balze che arriva al ginocchio. «Vestito

corto!», si sente mormorare qualcuno che scuote la testa con disapprovazione.

Ed ecco un campo da calcio, con ragazzi in calzoncini rossi e calzini gialli. A riprendere è Rocco Sepe, che aveva 12 anni e si era fatto regalare la cinepresa per la cresima.

Pochi frammenti dopo, e appaiono le irresistibili facce di una bambina con un cappuccetto azzurro (Fondo Colori). Avrà al massimo due anni, cammina con passo incerto, ruba il naso al papà e intrattiene profonde conversazioni con la sua bambola.

E ancora, c'è chi balla in una sala stretta, chi fa a palle di neve, chi fa un brindisi. Due fidanzati corrono sul prato, lei tenta di sollevare lui, lui solleva lei, danzano e ridono, e a loro si unisce un'altra coppia di amici, e a guardarli viene voglia di correre con loro, di sapere chi siano e dove siano andati. Non di tutte le storie sono tracciati i fili.

«Molti di voi — riprende

Il progetto

● Si è concluso ieri il progetto «Faccia a faccia» di Lab 80 e Fondazione **Dalmine** dedicato alla «Memoria visiva della città industriale»

● In poco più di due mesi sono stati raccolti 234 vecchi filmati amatoriali girati a **Dalmine** tra gli anni Cinquanta e Novanta del Novecento

Giulia Castelletti — all'inizio mi chiedevano «Ma che cosa vi interessa? Il mio matrimonio? Che importanza ha?». Per noi la storia privata è uno spaccato di vita che ha tanta importanza dal punto di vista storico».

«Il progetto rientra nell'iniziativa Faccia a Faccia — dice Manuel Tonolini della Fondazione **Dalmine** —. Da lì è iniziata la narrazione di vite personali, 100 anni di vita, dal bombardamento agli anni '50. I filmati finiranno nell'archivio della Regione Lombardia». «Credo — aggiunge Carolina Lussana, responsabile della Fondazione **Dalmine** — che sia il dovere degli archivi sostenere progetti di questo tipo».

«Che cosa hanno i film di famiglia in più rispetto alle foto? — conclude lo storico Peppino Ortoleva —. La fotografia allude, i video raccontano e nel rivederli anche chi non li conosce cerca di ritrovare la storia. In queste immagini si rivede un pezzo di Italia, lo stesso fatto di avere una cinepresa era un momento di passaggio. Si vede l'imbarazzo di starci davanti, i vecchi e i nuovi modi di ballare, il modo in cui si comportano le coppie, con tentativi di informalità».

Giessella Laterza
© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL LIBRO di Pietro Mosca

Streghe e artisti inquieti, la Bergamo del Rinascimento

Stregonerie e antica medicina, peste e danze macabre, personaggi come Bartolomeo Colleoni e Francesco Sforza, i grandi pittori a confronto. Pietro Mosca racconta le cronache del tempo in «Arte e costume in Bergamo Veneta, dal 1427 alla fine del millecinquecento». Il volume è edito da Art Alive e si trova in consultazione nelle biblioteche cittadine, inclusa la Angelo Mai in Piazza Vecchia. L'autore, originario di Taormina, è medico cardiologo e geriatra, 75 anni, arrivato in terra orobica quando aveva ne aveva 28. Qui ha coltivato mille passioni: è mu-

sicista, autore teatrale, poeta e ha recitato in «Femminilità (in)corporea», film di Roger Fratter. La sua casa, a Grassobbio, somiglia a un salotto letterario con migliaia di libri, il pianoforte, i suoi bozzetti, le pareti tappezzate di quadri e una galleria delle proprie tele. Ad oggi Mosca ha pubblicato 50 libri, dalle raccolte di poesie ai romanzi, dai trattati scientifici ai tomi storici. L'ultimo fa parte di una collana di 7 volumi per un totale di 4 mila pagine. A uscire per primo, nel 1984, è stato il libro dedicato al Novecento. Si sono aggiunti, nel 1988, i due sull'Ottocento,

Medico e scrittore
Pietro Mosca, 75 anni, abita a Grassobbio



nel 2004, quello sul '600 e tre anni fa sul '700. «Sono un estroverso, studio, approfondisco, sono entrato nelle case, nelle chiese e negli archivi alla

ricerca di documenti su quel gioiello che era la Bergamo rinascimentale — spiega —: mi piace dedicarmi anche alla psiche, scoprendo che pure gli artisti del passato avevano personalità controverse». Nel suo scritto si ritrovano tutti i più grandi pittori del '500, anche quelli dimenticati. Ognuno con un proprio temperamento. «Giovann Battista Moroni, famoso per i ritratti esposti nei più importanti musei del mondo, era un provinciale, lavorava nel suo studio ad Albino, era legato ai beni e ai terreni, mentre Palma il Vecchio era un tipico bergamasco che si

buttava a capofitto nel lavoro, era paragonabile a Tiziano per l'eroticismo che traspariva dalle tele, aveva una sessualità repressa — dice Mosca —. Il Merisi era diverso, uno psicotico irrequieto, osservava le scene nelle strade e le fotografava con la sua mente». Per un decennio al servizio presso «Villa Clementina», il dottore è diventato scrittore a metà anni 70. «Mi piace sapere di poter avere in mano i comandi della macchina del tempo per condurre i lettori a intraprendere un viaggio nel passato».

Rosanna Scardi
© RIPRODUZIONE RISERVATA

La scheda



● Il libro «Arte e costume in Bergamo veneta. Dal 1427 alla fine del millecinquecento» di Pietro Mosca (nella foto la copertina) è edito da art-alive.eu


Rossano
il Blog


facebook



Notizie

Musei d'Azienda, Rossano sul Sole 24 ore

comunicato stampa Notizie 08 Dicembre 2017



Sibarinet

News di cronaca, attualità, politica e spettacoli dal territorio

- **Cariati: incontro con Associazioni di volontariato, nuove idee per i ragazzi**
- **Trebisacce: I^a edizione di "un Mare di Vino"**
- **"Avvicendamento Ufficio commissario Sanità? Solo fantasie. Lavoriamo per il territorio e la collettività"**
- **Sanità regionale: ecco**



Amarelli dopo Piaggio e prima di Ducati. In rete memoria, ingegno e creatività imprese

Cultura e marketing territoriale, la Città del Codex e della Liguirizia ancora una volta alla ribalta nazionale su IL SOLE 24 ORE attraverso il

Museo Storico AMARELLI che, con i suoi confermati numeri da record nel panorama delle analoghe esperienze d'impresa, conferma ROSSANO e la CALABRIA stabilmente e con prestigio nel sistema museale nazionale.

Il museo e l'archivio storico della PIAGGIO a PONTEDERA, in provincia di PISA, ha registrato quasi 57 mila presenze. Il museo della liquirizia Giorgio AMARELLI a ROSSANO in provincia di COSENZA 50 mila. Il museo DUCATI a BOLOGNA 40 mila. I dati, già noti, sono stati diffusi e commentati in occasione dell'importante notizia nazionale della sigla, nei giorni scorsi, tra MiBACT e MUSEIMPRESA, l'associazione italiana archivi e musei d'impresa fondata nel 2001 su impulso di ASSOLOMBARDA e CONFINDUSTRA ed alla quale AMARELLI ha da subito aderito, di un accordo per il riconoscimento e l'integrazione dei musei d'impresa nel sistema museale nazionale. L'obiettivo è quello di riconoscere e promuovere il ruolo, in ambito culturale e sociale, dei musei d'impresa italiani e sostenere attività di tutela e valorizzazione dei beni culturali in essi conservati. La sottoscrizione dell'accordo riconosce il valore delle esperienze di impresa come parte importante del patrimonio culturale nazionale. Si mette finalmente in rete la memoria delle competenze, della creatività, dell'ingegno delle aziende italiane, che sono, ancora oggi, matrice del miglior Made in Italy e si amplia l'offerta culturale e turistica del sistema museale italiano. Facciamo più visitatori degli scavi archeologici di SIBARI e del CODEX PURPUREUS Patrimonio Unesco (sempre conservato a ROSSANO) – dichiara Pina AMARELLI, nell'articolo pubblicato sul prestigioso quotidiano economico-finanziario nazionale. Abbiamo aperto il Museo nel 2001 e la risposta è stata immediata. Non siamo mai scesi sotto i 30mila visitatori e quest'anno c'è stato un



IN VIA ARTICOLO

info@rossanocalabro.it



Ultimi commenti

- Il dopo fusione (1)
- Manca l'acqua allo Scalo (2)
- Rotazione personale, limiti attuazione (1)
- Vanno a tonni ma pescano...uno squalo! (1)
- Forza Italia si riorganizza (1)





perchè Graziano non può fare il commissario!

- Sibaritide. L'odissea dei dializzati. Nefrologia, tra eccellenze e disagi

Crediti

Questo blog non rappresenta una testata giornalistica poiché viene aggiornato senza alcuna periodicità. Non può pertanto considerarsi un prodotto editoriale ai sensi della legge n. 62/2001. Le immagini pubblicate sono quasi tutte tratte da internet e quindi valutate di pubblico dominio: qualora il loro uso violasse diritti d'autore, lo si comunichi all'amministratore del blog che provvederà alla loro pronta rimozione. L'amministratore dichiara di non essere responsabile per i commenti inseriti nei post. Eventuali commenti dei lettori, lesivi dell'immagine o dell'onorabilità di persone terze non sono da attribuirsi all'amministratore, nemmeno se il commento viene espresso in forma anonima o criptata. **Ogni forma di collaborazione si intende offerta e fornita a titolo gratuito.**

exploit, grazie anche alle tecnologie touch screen in alcune sale ed all'inaugurazione della FACTORY STORE questa estate. Ormai siamo entrati a far parte dei circuiti turistici della Calabria.

👍 Mi piace 0

f Share

Aggiungi commento

Prima di commentare gli utenti sono tenuti a leggere il regolamento del sito:

I commenti che verranno ritenuti offensivi o razzisti non verranno pubblicati e saranno cancellati

VERRA' PUBBLICATO UN SOLO COMMENTO PER IP

Nome (richiesto)

E-Mail (richiesta)

Sito web



1000 caratteri rimasti



Notificami i commenti successivi



↕ Aggiorna

Invia

JComments

Cerca...Q

Go!



I più letti del mese

- Rossano: omicidio a Lido Sant'Angelo. Pluripregiudicato ucciso dal figlio
- Rossano | Mario Manzi ucciso dal figlio Alessandro
- Ecco chi sono i 10 falsi insegnanti nostrani
- Rossano. Terrore in famiglia, scattano le manette
- Rossano: arrestati tre topi d'appartamento
- Rossano: in possesso di droga tenta invano la fuga, arrestato 26enne
- [VIDEO]Rossano, tragedia a viale Sant'Angelo: figlio uccide padre a fucilate
- Corigliano | A processo tre ginecologi ed un'ostetrica
- Rossano | Querelato il vicesindaco Zagarese
- Momenti di paura a Rossano per le abbondanti piogge

Che tempo fa

Previsioni
ROSSANO

Fenomeni Intensi	Terr
Ven	
Sab	
Dom	
Lun	

A cura del Servizio

MIBACT E MUSEIMPRESA, ACCORDO PER IL RICONOSCIMENTO E L ...



MIBACT E MUSEIMPRESA, ACCORDO PER IL RICONOSCIMENTO E L ...

1 dicembre 2017 in Cultura e Musei by ItaliaNews 0 Comments

SHARE



ROMA - E' stato siglato venerdì 1 dicembre a Roma, dal Direttore generale Musei del MiBACT, dott. Antonio Lampis e dal Presidente Museimpresa, dott. Alberto Meomartini, l'accordo per riconoscere e promuovere il ruolo, in ambito culturale e sociale, dei Musei d'impresa italiani e sostenere attività di tutela e valorizzazione dei beni culturali in essi conservati.

In occasione della XVI Settimana della Cultura d'Impresa promossa da Confindustria "I linguaggi della crescita: impresa, cultura, territorio", questo accordo consolida i rapporti di collaborazione tra il MiBACT e Museimpresa, Associazione italiana archivi e musei d'impresa, con l'intento di integrare la rete dei Musei d'impresa nel Sistema museale nazionale. Il patrimonio culturale italiano, nella sua complessità e stratificazione, è infatti frutto anche di un'importante tradizione di intervento privato e la firma di oggi rappresenta un impegno condiviso per affermare l'importanza sociale della cultura d'impresa e valorizzarla come parte integrante del patrimonio culturale nazionale.

«La sottoscrizione dell'accordo - ha commentato il Ministro dei beni e delle attività culturali Dario Franceschini - riconosce il valore delle esperienze di impresa come parte importante del patrimonio culturale nazionale. Si mette finalmente in rete la memoria delle competenze, della creatività, dell'ingegno

Notizie Correlate by Tag



Diventa attiva a...



Cabras, il Comun...



Cabras, il Comun...



Presentata IR...

IN PRIMO PIANO



delle aziende italiane che sono, ancora oggi, matrice del miglior made in Italy e si amplia l'offerta culturale e turistica del Sistema Museale Italiano».

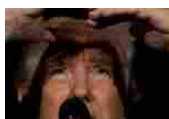
Museimpresa – Associazione Italiana Archivi e Musei d'Impresa – è stata fondata nel 2001 ed è promossa da Assolombarda e Confindustria. Si propone di promuovere la politica culturale dell'impresa attraverso la valorizzazione del museo e dell'archivio d'impresa. È impegnata anche nell'ambito della promozione del turismo industriale e svolge attività di ricerca, formazione, sviluppo e approfondimento nel campo della museologia e dell'archivistica d'impresa.

Fonte: Google News – Cultura Musei site-artemagazine.it

Articoli che potrebbero interessarti



Trump's best and worst day as president



Il tizio che aveva bloccato l'account Twitte...



Diventa attiva anche a Genova l'offerta incl...



Robe di Kappa, ritrovato il ragazzo del logo. Ora ...



Caitlyn Frisina, Florida teen missing with soccer ...



Saronno, in auto contro un camion. Morti tre ragaz...

Invia Report sui Contenuti

Tags:

2001

Accordo

Act

Arte

Attività

Cultura

Culturale

Impresa

Inter

Italia

Italiana

Mare

Ministro

Museimpresa

Museo

Nazionale

Os

Presidente

Riconoscimento

Roma

Sio

Soci

Social

Sociale

Turismo

[clicca qui](#) **LAVORA CON NOI**

NOTIZIE

RISTORANTE VICINO A TE

ALBERGO RISTORANTE FARNETA



[in](#) Aziende Italiane Varie
Ristoranti

[Distanza stimata da Isola](#)

Maggiore 16.39 km

AZIENDE IN EVIDENZA

3 ESSE DI CIAMMARUGHI SILVANA & C



[in](#) Aziende Italiane Varie

[Distanza stimata da Isola](#)

Maggiore 46.16 km

LA MADONNUCCIA



[in](#) Agriturismo Alberghi

Aziende Italiane Varie

[Distanza stimata da Isola](#)

Maggiore 38.38 km

IN PRIMO PIANO



ItaliaNews

Post a Comment



NEWS

Ghost Moto Photo Food al Museo Piaggio

Dal centro stile di Noale al box della MotoGP durante l'ultimo Gran Premio di San Marino a Misano: fino al 20 gennaio al Museo Piaggio una mostra sul mondo Aprilia

Insieme alla **presentazione di Ghost Book Numero Tre** presso l'Auditorium del Museo Piaggio, avvenuta **lunedì 20 novembre**, si è inaugurata la **mostra di fotografia** che ha come contenuto principale il progetto fotografico realizzato da **Toni Thorimbert** per Ghost Book sul mondo **Aprilia**, dal centro stile di Noale al box della MotoGP durante l'ultimo Gran Premio di San Marino a Misano.

La mostra resterà aperta dal 21 novembre al 20 gennaio 2018.

La mostra sarà completata da una retrospettiva del progetto Ghost Book che in poco più di due anni ha potuto contare sulla collaborazione di autori importanti dello scenario italiano e internazionale.

Il progetto editoriale **Ghost Book** è pubblicato e supportato dall'Associazione Culturale e Ricreativa Ghost. Dopo la pubblicazione del Numero Zero nel 2015, del Numero Uno e del Numero Due nel 2016, ora arriva il **Ghost Book Numero Tre**, presentato con due eventi, il 20 novembre al Museo Piaggio di Pontedera e il 28 novembre a Eataly Torino

La mostra al Museo Piaggio è strutturata in due parti.

Vita intima di Aprilia di **Toni Thorimbert** è il ritratto del marchio Aprilia del Gruppo Piaggio, che va dal pensiero dei designer del centro stile che prelude alla nascita di una nuova moto, alla ricerca tecnologica nel mondo delle corse e all'impegno in MotoGP. Un ritratto voluto dal Gruppo Piaggio e realizzato per il progetto editoriale **Ghost Book Numero Tre** dal fotografo **Toni Thorimbert** il 27 luglio 2017 presso il Centro Stile Aprilia e il Reparto Corse Aprilia a Noale e l'8 settembre 2017 durante le prove del Gran Premio di San Marino di MotoGP nel box di Aprilia Racing al Misano World Circuit marco Simoncelli.

esordito negli anni settanta come reporter. Negli anni ottanta, la sua collaborazione ai migliori periodici dell'epoca, quali Max, Sette e Amica, è fondamentale per definire il nuovo standard visivo di quegli anni, mentre gli anni novanta segnano la sua maturità come autore e la sua consacrazione a livello internazionale. Come ama lui stesso affermare, da qualche anno è diventato il Thorimbert che tutti conoscono.

Il secondo gruppo di fotografie esposte al Museo Piaggio sintetizza i primi tre anni di vita del progetto Ghost Book. La retrospettiva di un tempo breve attraverso alcuni scatti tratti dai progetti fotografici realizzati per Ghost e pubblicati su Ghost per raccontare la fotografia stessa, ma anche le donne, gli uomini, le passioni, il cibo, le motociclette.

Aspesi apre il suo archivio storico

20 NOV 2017
PAMBIANCONews.COM

Aspesi apre il proprio archivio storico tramite un progetto fotografico raffigurante la collezione vintage del marchio, una capsule collection di sperimentazione composta da abiti femminili realizzati a mano.

‘This is a door; Here is a sea’, questo il nome che **Alberto Aspesi** scelse per raccontare il lavoro stilistico, e che oggi prende nuovamente vita attraverso gli scatti fotografici realizzati dalla giovane fotografa **Clara Giaminardi** per la mostra fotografica Archive Alive durante il Photo Vogue Festival.

Cavi in metallo, elementi luminosi, giochi di mani e pannelli in plexi che conferiscono un effetto onirico sono gli strumenti utilizzati nella realizzazione dei dodici scatti fotografici che compongono l'esposizione.

A conclusione di questo percorso visivo, la possibilità esclusiva di acquistare i capi appartenenti alla collezione d'archivio 'This is a door; Here is a sea', solo negli Aspesi store di Roma e di Milano fino ad esaurimento.



di Alberto Meomartini

La storia di **Snam** dimostra la teoria secondo cui un'impresa è destinata a durare nel tempo soltanto se ha, fin dall'inizio, una propria visione che motivi i collaboratori e indirizzi le scelte strategiche. I fondatori di un'azienda capace di lasciare il segno nella storia non sono tanto coloro che hanno investito il capitale iniziale su un'idea, quanto coloro che hanno costruito un'identità di impresa a sostegno di quell'idea. Nel Dopoguerra italiano Mattei, Olivetti, Mattioli, Valletta posero una visione aziendale a fondamento del loro impegno per lo sviluppo dell'Italia. Così certamente è stato per **Snam**.

1960: è il decennale della scoperta del metano in Val Padana, una occasione importante per raccontare la sua centralità per lo sviluppo del Paese. Mattei, allora anche presidente di **Snam**, incarica Joris Ivens, il più grande documentarista del secolo scorso, di realizzare con la Rai un film dal titolo emblematico «L'Italia non è un Paese povero»; collaboratori i giovanissimi fratelli Taviani, Alberto Moravia sceneggiatore e Tinto Brass aiuto alla regia. L'originale del film, censurato dalla Rai, mai trasmesso e fatto scomparire tra i fondi di magazzino, verrà ritrovato moltissimi anni dopo, salvato da Tinto Brass con una valigia diplomatica. L'importanza del film, oltre alla modernità della regia, è la volontà di definire una innovazione identitaria in rapporto con le comunità in cui l'azienda opera: non solo metanodotti, ma il coinvolgimento dei territori e della pubblica opinione in una visione strategica dello sviluppo. Dirigenti straordinari di **Snam**, per primi al

L'appuntamento Una mostra a Milano racconta le origini, le strategie e le innovazioni dell'azienda, oggi diventata uno dei protagonisti europei nel campo energetico. Ecco perché continua a essere un grande progetto tecnologico e politico

FLAMMELLA IDENTITARIA

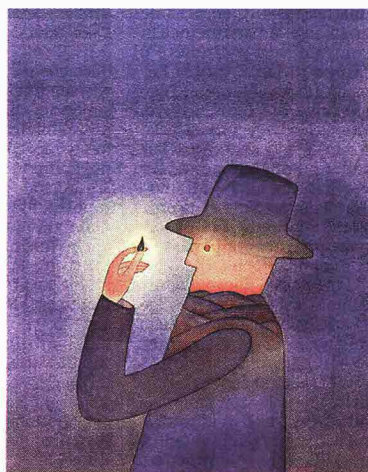
I 75 ANNI DI **SNAM**: COSÌ IL METANO SCALDÒ LA CRESCITA DELL'ITALIA E FAVORÌ IL **DIALOGO** EST-OVEST



Mattei, nel '60, incaricò il documentarista Joris Ivens di realizzare con la Rai il film «L'Italia non è un Paese povero», censurato e mai trasmesso

mondo, concepiscono e poi realizzano l'importazione di metano da Paesi non confinanti, lontani e separati da barriere fisiche e geopolitiche che apparivano insormontabili. E ne assicurano la commercializzazione su tutto il territorio nazionale attraverso l'acquisto e lo sviluppo di **Italgas**, una delle più antiche aziende italiane. Questo grandioso progetto tecnologico e politico ha rappresentato, per i lunghi anni della Guerra fredda, l'unico collegamento stabile fra Occidente e Urss, un'enorme rete di gasdotti che non a caso i sovietici chiamarono con il nome di «fratellanza». Ed è con questo progetto italiano che si sviluppa, nei decenni successivi, la grande rete europea dell'energia.

Visione dunque, condivisione e dialogo con i partner, le comunità e i territori. Nasce Metanopoli, la città giardino per i dipendenti progettata con criteri e servizi ancora oggi all'avanguardia, con un centro sportivo che farà vincere alla **Snam**, nell'atletica e nel



Poetico
Uno degli acquerelli dell'artista belga Jean-Michel Folon, realizzato per la campagna di comunicazione **Snam** nei primi anni 90. In precedenza era stato lanciato il fortunato slogan «Il metano ti dà una mano»

nuoto, competizioni internazionali e medaglie olimpiche. Nascono progetti di comunicazione, nazionali e a livello locale, che sono nella memoria e nella cultura del Paese. Un bambino, in realtà una bambina, è protagonista di

una campagna storica per raccontare il valore sociale del sistema del gas naturale: «Il metano ti dà una mano». Mentre, anche a seguito dell'affondamento nel 1967 di una petroliera nella Manica, crescono i timori per l'impatto dell'ener-

gia sulla qualità della vita, **Snam** è la prima grande società ad allargare il proprio impegno imprenditoriale a comportamenti e iniziative di responsabilità ambientale. Fioriscono e si moltiplicano gli interventi. Dalla collaborazione con il Parco nazionale d'Abruzzo agli accordi con Wwf e Legambiente, il sostegno alla creazione di piccoli musei con i reperti degli scavi per i metanodotti, i libri fotografici di grandi maestri come Franco Fontana, Ferdinando Scianna, Giorgia Fiorio, lo storico accordo con il Teatro alla Scala, dove **Snam** promuoverà anche il concerto di Keith Jarrett, il restauro del cortile del Filarete nell'Università Statale a Milano, i volumi di fotografia di Giuseppe Tornatore ed Emilio Tadini che raccontano la Siberia, da cui inizia il lungo viaggio del metano verso l'Europa attraverso la grande rete costruita da **Snam**, e tante altre iniziative in campo culturale, sociale, formativo, artistico che hanno declinato in ogni campo il valore ambientale, economico e sociale del gas.

Poi arriva la poesia di Jean-Michel Folon. Il grande pittore e scultore belga, alla richiesta di collaborazione, si informa su cosa sia la **Snam**, cosa abbia realizzato e soprattutto come. Poi dice semplicemente «sì, accetto: mi state chiedendo di essere me stesso». Le immagini e i film di Folon conquistano il più vasto pubblico in Italia e in Europa: non erano campagne commerciali, servivano a dire: noi siamo questo, noi lavoriamo così, per questi obiettivi, noi siamo «Il cuore del metano».

Estratto dal libro «Re-Sour-ce. Il gas naturale nel futuro dell'energia» (Rizzoli), a cura di Paolo Mieli e Daniela Viglione. Alberto Meomartini, manager, è stato amministratore delegato di **Snam** dal '90 al '99

© RIPRODUZIONE RISERVATA

32

le migliaia di
km di gasdotti
Snam che
toccano Italia,
Francia, Austria
e Inghilterra

15

i miliardi
capitalizzati
in Borsa da
Snam, primo
player europeo

5

l'investimento
in miliardi pre-
visto in Italia
fino al 2021
(400 milioni
più del 2016)

17

le migliaia di
posti di lavoro
che **Snam**
sostiene ogni
anno in Italia

300

i distributori
di metano
per auto che
Snam intende
costruire nei
prossimi anni



Design È tonda e rotola, come l'invenzione dei Sumeri che ha rivoluzionato la nostra vita
Ma produce energia: così Luca Del Nero ha vinto il premio **Piaggio** con l'oggetto più comune

È tutta un'altra ruota

Italo Rota

Molti
oggetti
sono come
gli esseri
viventi
Se
cambiano
le esigenze
bisogna
pensare che
è sempre
possibile
trasformarli

di **Giorgio Bernardini**

PONTEREDERA (PISA) L'invenzione simbolo di uno scatto quasi darwiniano, al servizio di una nuova evoluzione. Più di cinquemila anni fa la creazione della ruota ha modificato la storia con un progresso tecnologico su più fronti, diventando l'asse fondamentale del mondo del trasporto e dei mezzi che consentono movimento. Uno strumento così iconico che oggi è oggetto di piani di ripensamento, come quello portato del giovane Luca Del Nero. Lo studente carrarese di 24 anni, neolaureato all'Accademia «Laba» di Firenze, ha progettato una ruota senza aria, che si ammortizza con un reticolo interno alle gomme e recupera energia da trasformare ogni volta che subisce una scossa o un urto che proviene dall'asfalto.

La sua visione è divenuta una tesi di laurea per cui gli è stato riconosciuto il massimo dei voti e che ieri pomeriggio gli è valso il premio **Vespa** nella giornata di chiusura di Creativity, l'evento sull'avanguardia del design del museo Piaggio di Pontedera con centinaia di giovani tra i 18 e i 25 anni. Proprio come il motorino che ha fatto la storia della mobilità su due ruote — nato da un progettista di aeroplani e concepito

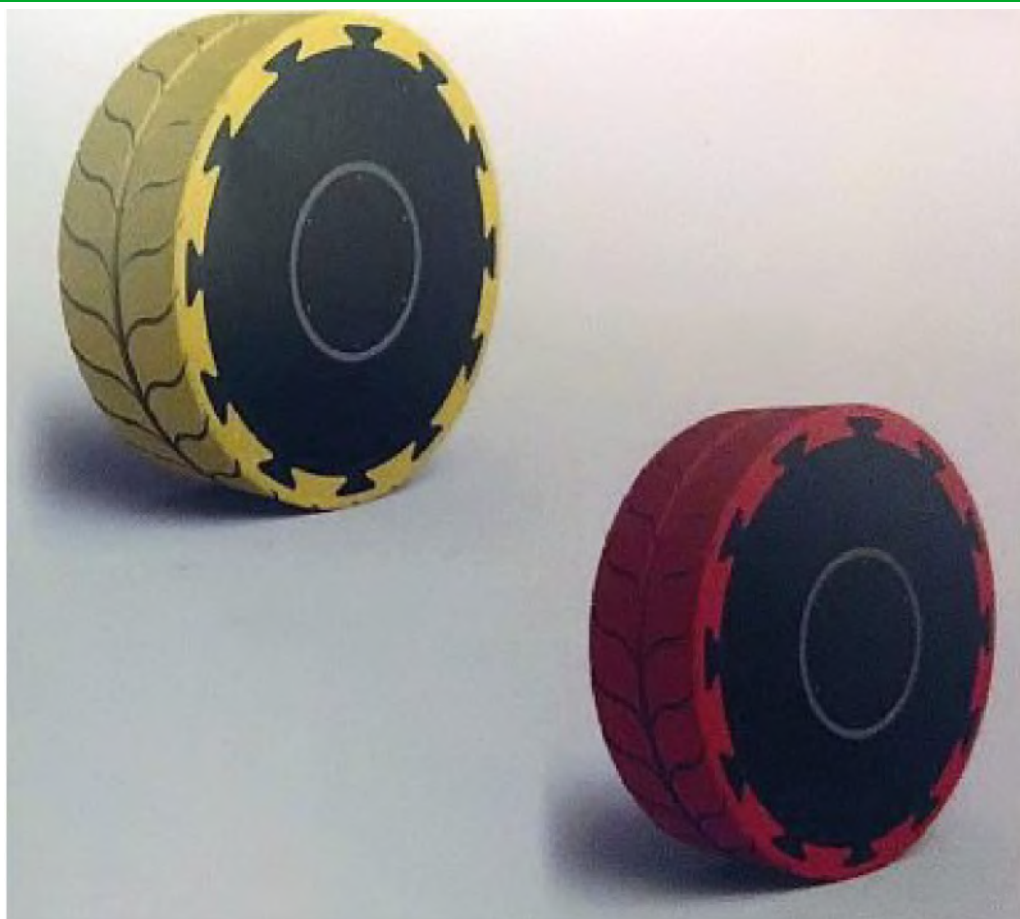
to con forme e tecniche proprie dell'aeronautica — anche la ruota di Luca mantiene poche caratteristiche dello strumento che siamo abituati a conoscere. È tondo, gira, ma dentro non c'è aria: primo vantaggio, non si può bucare o sgonfiare. Il disegno e il ripensamento degli strumenti base dell'esistenza si traduce nell'esigenza che hanno le persone di riadattare la propria vita. Così accade che, in un contesto proiettato verso il futuro come «Creativity» — dove tra i workshop principali ce n'era uno che cercava di dirimere le difficoltà dei prossimi e sperati viaggi degli umani su Marte — si torni a parlare di futuro riferendosi all'antichissima ruota. «Quello a cui non pensiamo più sono proprio gli oggetti comuni», spiega l'architetto guru Italo Rota. «Invece — approfondisce spiegando il senso di questa azione — tanto cambia l'ambiente quanto l'evoluzione degli oggetti deve essere rapida: molte invenzioni e reinvenzioni sono paragonabili agli esseri viventi. Per far corrispondere mezzi e oggetti alle esigenze, a partire dall'invenzione per eccellenza come quella della ruota, bisogna pensare che è sempre possibile trasformarli».

Un concetto che Luca Del Nero ha messo in pratica con successo. «Non posso definirmi altro che un progettatore — spiega a margine della premiazione — anche perché l'idea è stata pianificata con il massimo dello scrupolo tecnico, ma non è stata ancora realizzata». L'idea nasce dalle passioni di Luca, che arrivano cronologicamente prima di quella per lo studio: «Da sempre mi piace occuparmi di automobili. Sognavo di progettare una innovativa per intero ma gli spazi e i tempi di una tesi — scherza — mi hanno permesso solo di lavorare a una parte di essa». Il suo progetto si chiama «Rare»,

acronimo di ruota ammortizzante con recupero di energia. È proprio quest'ultimo aspetto rende la sua invenzione così particolare: la sua probabile utilità nel creare induzione elettromagnetica. In pratica un reticolo plastico e flessibile riempie le gomme dell'auto: nel reticolo ci sono magneti che sprigionano energia cinetica a ogni movimento che, raccolti da una bobina, si possono trasformare in nuova energia. Ad esempio elettrica, una modalità del tutto complementare con il funzionamento delle auto in produzione. Dalla tecnica al design passando per le necessità e la creatività. «Questo termine — spiega ancora Del Nero — è un po' abusato: per creare infatti ci vuole un gruppo di menti: io ad esempio ho fatto un progetto e mi piacerebbe ora che ci fosse qualcuno che lo vuole realizzare». Un'immagine del tutto assimilabile a quella del design contemporaneo, secondo Rota che sostiene «Oggi il lavoro puramente artistico è stato sostituito dal team» che elaborano un unico concetto completo. «Il design — chiarisce l'architetto — è divenuto un misto fra invenzione e nuove necessità, prodotto da gruppi di persone complesse. Questo è il metodo più funzionale per la creazione di nuovo lavoro». Il complesso ruota «Rare» è stato pensato da Del Nero per essere montato su veicoli ibridi o completamente elettrici, compatibilmente con la direzione che il mercato della mobilità sta prendendo. Il progetto era nato dalla reale esigenza di ammortizzare le buche stradali evitando le forature: una soluzione non del tutto innovativa rispetto all'assenza dell'aria. Ciò che è del tutto inedito è il concetto di sfruttamento della compressione del reticolo plastico delle irregolarità stradale per convertirla in energia elettrica da usare per ricaricare il veicolo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Oggi

A sinistra

«Rare» la ruota senz'aria ma con all'interno un complesso reticolato in grado di produrre di energia
Sotto Luca Del Nero

Ieri

Lo stendardo di Ur, l'opera, sumera, ritrovata in Mesopotamia, risale a 2.500 anni fa e sono evidenti le ruote



Da sapere

● Uno studente carrarese di 24 anni, neolaureato all'Accademia «Laba» di Firenze, ha progettato «Rare» una ruota senza aria, che si ammortizza con un reticolo interno alle gomme e recupera energia da trasformare ogni volta che subisce una scossa o un urto che proviene dall'asfalto

● Ieri ha ricevuto il Premio Piaggio a Pontedera nell'ambito di Creativity, l'evento sull'avanguardia del design del museo Piaggio di Pontedera con centinaia di giovani tra i 18 e i 25anni

Partnership letteraria tra Premio Strega e Aurora Penne

2 NOV 2017

WINE.PAMBIANCONEWS.COM



Le penne Premio Strega realizzate da Aurora

Novità in casa **Strega Alberti**. La società beneventana produttrice dell'iconico liquore giallo ha raggiunto una partnership con **Aurora Penne** nel segno del celebre **Premio Strega**, istituito nel 1947 e di cui è *title sponsor*, che crea di fatto un link tra letteratura e strumenti di scrittura. Lo rivela a *Pambianco Wine&Food* **Emanuele Sacerdote**, discendente della famiglia Alberti (proprietaria della società che produce il liquore Strega), componente del cda e responsabile della parte strategica. “Una storia di amicizia, quella tra noi e la famiglia Verona a capo di Aurora Penne, che è alla base di questa intesa e collaborazione. La licenza avrà una durata iniziale di due anni, poi rinnovabile, e darà forma a due o tre linee di scrittura a marchio Premio Strega”.

Il più prestigioso premio letterario italiano è una delle tre aree di attività in cui Strega opera. Le altre due sono identificabili nella produzione del liquore ideato nel 1860 da Giuseppe Alberti (“Un vero genio del marketing, per capacità di ideare non solo un prodotto completamente diverso dalla concorrenza, ma anche una bottiglia e un’etichetta di forte innovazione e per aver scelto un brand separato dal nome della famiglia”, sottolinea Sacerdote, che ha un passato nel fashion e retail con esperienze in Zegna, Ferrari e Moleskine) e nella preparazione di dolci aromatizzati.

Le linee strategiche identificate da Sacerdote per lo sviluppo di Strega sono tre. La prima passa attraverso il rapporto con il mondo dei **mixologist e bar tender** per l'utilizzo del liquore come base per i cocktail, uno sforzo che ha dato vita a ricette quali Stazione Strega, Corpse Reviver #0824 e Lo Stregone. “Strega è un prodotto italiano, con una storia secolare da raccontare, ha un alta gradazione alcolica che lo rende

un alleato dei bartender da cui è apprezzato perché rappresenta quell'ingrediente speziato che dona un tocco di personalità ai loro originali cocktails", il più famoso dei quali è stato ribattezzato Strega Mule. La seconda è il **retail**, a cui Strega ha iniziato ad avvicinarsi nel 2003 con una serie di temporary e che oggi la vede presente con due store a Napoli, uno a Benevento e con un mobile store sotto forma di Apecar. La terza strategia è quella dell'**heritage marketing**, con l'ingresso nell'associazione Museimpresa a cui aderiscono le aziende italiane che hanno investito valorizzazione del loro patrimonio: Strega è l'unica realtà industriale campana a farne parte con il suo spazio museale creato nello storico stabilimento beneventano ed è una delle otto aziende nel mondo food&beverage assieme ad Amarelli, Barilla, Birra Peroni, Fratelli Branca, Campari, Martini&Rossi e Grappa Poli.

Dopo aver chiuso l'esercizio fiscale 2015/16 a 11,7 milioni di ricavi, il cda di Strega Alberti approverà nei prossimi giorni il nuovo bilancio con previsioni del +12% nel fatturato derivante dall'export, del +8,5% del fatturato retail e del +6% del fatturato consolidato annuo.

Tra le ultime novità dal mondo Strega spicca infine il lancio del liquore al caffè in partnership con **Kimbo**. Si tratta della seconda collaborazione con un'azienda del sud Italia dopo quella tra brand storici avviata con **Amarelli** per il liquore alla liquirizia.