

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica Museimpresa				
19	il Sole 24 Ore	17/09/2017	VIVERE D'ARTE	2
27	Libero Quotidiano	31/10/2017	LE "ICONE D'IMPRESA" CHE HANNO FATTO LA STORIA DEL BELPAESE (G.Rosa)	3
	Ilsole24ore.com	31/10/2017	DOMENICA IMPRESE E ARTE: IN CERCA DI NUOVI MECENATI DOMENICA IMPRESE E ARTE: IN CERCA DI NUOVI MECEN	4
16	Mi-Tomorrow	05/10/2017	PASSIONE ROSSA	6
102/04	L'Impresa	01/10/2017	MUSEI D'IMPRESA PER RICORDARCI CHI SIAMO	7
38	Via Sarfatti 25	01/10/2017	BOCCONIANI IN CARRIERA	10
13	Rapporti24 Impresa (Il Sole 24 Ore)	19/09/2017	Int. a G.Bocini: PREVISTA L'ANNO PROSSIMO L'APERTURA DEL NUOVO BITOSSI (S.Deganello)	11
	Exibart.com	12/09/2017	LE CATTEDRALI DELL'ENERGIA	12
Rubrica Cultura d'impresa				
118/21	Antiquariato	01/09/2017	PASSATO E FUTURO MAGIA DEL TESSUTO	15
Rubrica Musei Aziendali				
20	Corriere di Novara	21/10/2017	IMIT FESTEGGIA I SUOI PRIMI CENTO ANNI	19
26	Giorno/Resto/Nazione	07/10/2017	LA BELLEZZA DEI SOGNI IN VENDITA QUANDO LA PUBBLICITA' DIVENNE ARTE (P.Masini)	20
3	La Torre Massetana	30/09/2017	PRESENTATA NELLA NOSTRA CITTADINA LA STORIA DI UNA ECCELLENZA TOSCANA	21
50	Il Giornale di Vicenza	29/09/2017	DOMENICA SUL SET "DI PADRE IN FIGLIA"	22
30	Gazzetta di Modena Nuova	26/09/2017	APRE IL MUSEO "MUT", DOVE L'ARTE SI FA LARGO TRA LE CERAMICHE	23
1	La Tribuna di Treviso	20/09/2017	NERVESIA MODA LA FABBRICA NATA DAL PIANTO DI UN'OPERAIA	24
13	Rapporti24 Impresa (Il Sole 24 Ore)	19/09/2017	Int. a P.Famiglietti: UNO SPAZIO PER LA STORIA E IL PRESENTE DIETRO IL VETRO (S.Deganello)	25
33	Il Messaggero - Cronaca di Roma	13/09/2017	LA STORIA ITALIANA E MONDIALE: I DUE SECOLI DA RACCONTARE (R.Petronio)	26
Rubrica Cultura				
49	Corriere della Sera	09/09/2017	ACCARDO INTONA IL CANTO DELLA FABBRICA "QUESTA MUSICA TORNA DOVE' NATA" (M.Bardesono/M.Del Corona)	28
1	Tirreno Pontedera-Empoli	09/09/2017	SULL'APE CAR IL BABY COLLEZIONISTA DI MODELLINI PIAGGIO	19

Vivere d'arte

La nuova offerta IED in ambito Arte coniuga bellezza e storia con la contemporaneità

Si sta affermando sempre più l'idea che l'arte e la cultura possano divenire un efficace mezzo di promozione territoriale dove gli stessi musei possono evolvere nella direzione di spazi polifunzionali in costante dialogo con ciò che li circonda. Casi emblematici in questo senso sono il Guggenheim di Bilbao, acceleratore economico e culturale di tutta la regione dei Paesi Baschi, o gli erigendi Guggenheim e Louvre di Abu Dhabi inseriti in un progetto dove la cultura è da intendersi come una risorsa rinnovabile in zone che hanno basato il proprio sviluppo economico su risorse in via di esaurimento.

Si può quindi parlare di una vera e propria rivoluzione? Di certo si tratta di un nuovo approccio, oggetto di studio in molte università, quasi a voler stabilire un protocollo di sviluppo macroeconomico a partire dallo sfruttamento delle risorse culturali presenti su un territorio. Questa nuova tendenza porta con sé anche un importante effetto, ovvero la necessità di formare nuove professionalità legate alla produzione di contenuti o alla loro pianificazione/gestione, che sappiano adottare approcci innovativi e trasversali. L'Istituto Europeo di Design nei suoi 50 anni di storia ha dimostrato di essere un osservatore attento all'evoluzione del mercato del lavoro, in grado di immaginare percorsi di studio all'avanguardia nel formare professionisti dalla preparazione multidisciplinare,

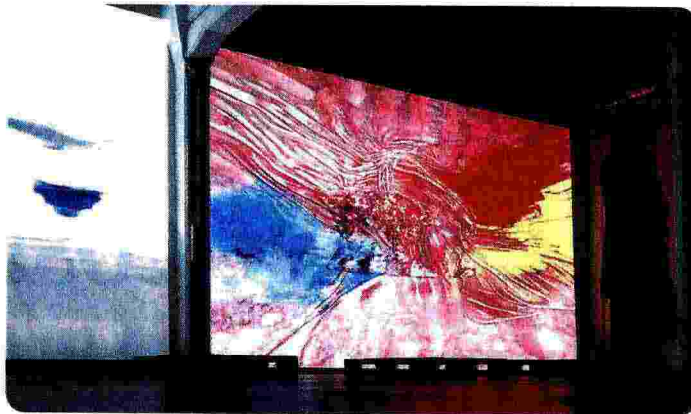


Foto: project by A. Schillaci

nare, capaci di riversare sul mercato del lavoro le competenze acquisite, in un mix di creatività e metodo progettuale. Con queste premesse è stata creata la nuova offerta IED Arte, presente a vari livelli presso tutte le sedi IED, ma con un focus specifico in alcune città del network. La sede di Venezia presenta Corsi che formano curatori con una forte vocazione internazionale (*Master in Curatorial Practice*), *project manager* culturali dalla visione imprenditoriale (*Master semestrale in Business for Art and Culture*), esperti

di comunicazione dell'arte (*Corso di Specializzazione in Comunicare l'Arte: dallo storytelling ai social media*) e professionisti che sappiano prendersi cura delle opere d'arte *nail-to-nail* (*Corso di Formazione Avanzata in Professione Registrar*). Sono inoltre in fase di studio un percorso dedicato alla figura dell'*art gallery manager* e un master sul tema dell'*educational* in ambito museale. Per le sedi di Firenze e Roma è presente il Joint Master Programme in *Arts Management*, che offre l'opportunità di una preparazione itine-

rante fra le due sedi dedicata alla gestione e promozione di grandi eventi in ambito culturale, musicale e artistico, con focus sul tema dell'*art direction*, del marketing e della comunicazione.

La sede di Milano pone il suo accento sul Master di 1° livello in *Visual Arts for the Digital Age* dove le pratiche artistiche più all'avanguardia vengono concentrate per formare professionisti in grado di dialogare con il mondo della comunicazione, dell'intrattenimento e dell'*educational*. La sede di Como completa infine il percorso quinquennale in restauro con un Master Accademico di 1° livello in *Contemporary Art Conservation* dedicato all'attualissimo tema del restauro nell'ambito contemporaneo. Sono da segnalare, inoltre, i numerosi accordi di partnership siglati da IED in questi anni e le *faculty* presenti all'interno dei corsi, composte da professionisti provenienti da istituzioni e fondazioni quali la Collezione Peggy Guggenheim, il Centro de Arte Reina Sofia, la Fondazione Pinault, Ruya foundation, La Biennale di Venezia, Fondazione Palazzo Strozzi, Yarat Foundation, il Beirut Art Center, il The King Abdul Aziz Center for World Culture, Ikon Gallery, il MIBAC, il MAXXI, Opencare, Museimpresa, Intrapresae, ed ENCACT.

Per conoscere l'offerta formativa IED in ambito Arte e le possibilità di borse di studio attive visitare il sito: IED.IT/ARTE



Foto: project by A. Schillaci

Oggetti in mostra Le «icone d'impresa» che hanno fatto la storia del Belpaese

GRETA ROSA

■ ■ ■ Grandi, piccoli, variopinti e vintage. Tutti diversi tra loro, accomunati dallo stesso proposito: sono giunti sino a noi direttamente dal passato per raccontarci la loro storia.

Sono gli oggetti-simbolo della cultura industriale italiana. Sono le icone che hanno segnato la storia del nostro Paese e accompagnato la quotidianità di intere generazioni. Una scatola di pasta, una bottiglia di liquore, un giocattolo, un trofeo e una macchina da caffè. Ce li racconta il libro **Icone d'Impresa - Gli oggetti che hanno fatto grande l'industria italiana**, edito da Carocci Editore e curato da **Museimpresa**.

Museimpresa è l'Associazione Italiana Archivi e Musei d'Impresa patrocinata da Assolombardia e Confindustria, che dal 2001 propone racconti inediti attraverso oggetti e documenti presi in prestito da musei e archivi di imprese italiane di diversi settori, in collaborazione con il Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo (MIBAC), il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca (MIUR) e il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI). Quello che offre l'associazione è un viaggio a ritroso nel tempo che ripercorre la storia del patrimonio industriale italiano esaltandone il valore culturale ed estetico. Per fare ciò, ha selezionato le più rappresentative invenzioni dell'età moderna mostrando al pubblico non più quello che erano, ma quello che sono diventate: vere e proprie icone. Icone raccontate, come nel romanzo di una nazione, da alcuni rappresentanti di **Museimpresa** che gli hanno dato parola.

Molti sono gli esempi che hanno affollato il nostro immaginario collettivo. Per esempio. Il primo packaging **Barilla** nacque negli anni Cinquanta quando Pietro Barilla Jr., nipote del fondatore del marchio, avvertì di ritorno da un viaggio negli Stati Uniti l'esigenza di creare una scatola con cui confezionare la pasta prodotta per conferire all'azienda un'identità ben definita. Oggi è in un'icona della tradizione alimentare italiana, sopraggiunta ai giorni nostri mantenendo intatta la sua unicità.

Altro oggetto. Un liquore giallo racchiuso in una bottiglia bianca, una pozione ammaliante ispirata all'antica leggenda delle streghe di Benevento: è il Liquore **Strega**, iconico souvenir beneventano che nei suoi 157 anni di vita ha conservato l'aspetto e il gusto dell'epoca, e che si è trasformato soprattutto nel simbolo. Prova-

re per credere. Poi, in mostra, svetta il mitico Chicco Rodeo amato dai bambini degli anni Ottanta: un'invenzione del patron di Chicco **Pietro Catelli** che permette ai ragazzini di sperimentare i principi del movimento e dell'equilibrio combinando due modalità distinte di utilizzo: la versione a dondolo e quella a ruote. Ma c'è anche spazio per il naqzikonal popolare per eccellenza: la UEFA **Super Competition Cup**, il premio destinato alla squadra europea più forte tra le vincitrici della Coppa dei Campioni e della Coppa delle Coppe, è la Nike alata dell'eccellenza calcistica, gelosamente custodita dal Milan nel suo Museo dopo la quinta vittoria consecutiva del 2007.

Infine fu il caffè Espresso. Che nel 1962 bussò alla porta di migliaia di italiani con la **Pitagora**, una macchina da caffè rivoluzionaria, ideata da Vittorio Cembali e dai fratelli **Castiglioni**. Facile da utilizzare, compatta e colorata, è una perla del consumo collettivo Made in Italy. Icone che descrivono mondi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



NAVIGA HOME RICERCA

Il Sole **24 ORE**
DOMENICA

ABBONATI ACCEDI

LETTERATURA SCIENZA E FILOSOFIA STORIA **ECONOMIA E SOCIETÀ** RELIGIONE ARTE MUSICA CINEMA TV TEATRO DANZA

Imprese e arte: in cerca di nuovi Mecenate

Torna l'epica pop di Asterix e Obelix

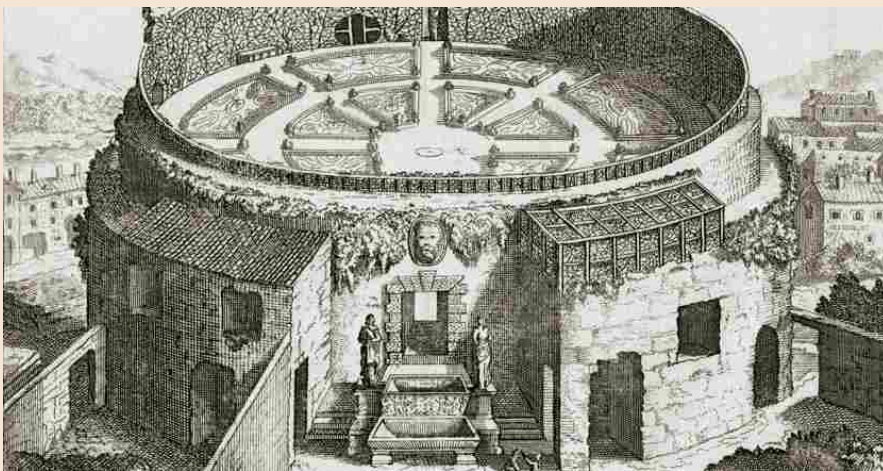
Esame di coscienza dell'Italia

Billie Jean King Riggs, match e...

«CORPORATE ART AWARDS: CANDIDATURE ENTRO IL 6 NOVEMBRE»

Imprese e arte: in cerca di nuovi Mecenate

—di Redazione Domenica | 31 ottobre 2017

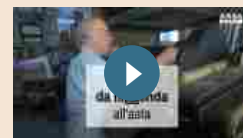


Tim è in gara per gli Academy Arts Awards con il restauro del Mausoleo di Augusto. (Marka)



Mecenate del XXI secolo, fatevi avanti. C'è tempo fino al 6 novembre per presentare la propria candidatura ai "Corporate Art Awards 2017", promossi da pptArt, piattaforma internazionale di crowdsourcing per l'arte contemporanea, e da Confindustria, con il patrocinio del Mibact. L'iniziativa, che si rinnova per la seconda edizione, nasce per valorizzare la collaborazione tra le imprese e il mondo dell'arte. E rilancia così il tema della valorizzazione del patrimonio culturale attraverso sinergie sempre più strutturate tra pubblico e privato, ma anche quello dei nuovi modelli di sviluppo

VIDEO

31 ottobre 2017
Chitarre da leggenda all'asta

I PIÙ LETTI DI DOMENICA

ULTIME NOVITÀ

Dal catalogo del Sole 24 Ore

SCOPRI ALTRI PRODOTTI >

LE GALLERY PIÙ VISTE

**MOTORI24** | 30 ottobre 2017
Le auto da sogno in vetrina al salone di Padova**VIAGGI** | 30 ottobre 2017
Tramonti spettacolari

economico per l'impresa e il territorio.

I "Corporate Art Awards" fanno parte del programma "Mecenati del XXI secolo", sviluppato con il patrocinio di Mibact, Confindustria Cultura, ABI, LUISS e **Museimpresa** per valorizzare le migliori iniziative istituzionali, aziendali e private a sostegno dell'arte. Tante le tipologie di progetti ammessi a partecipare. Dalle più consolidate e tradizionali forme della **cultura d'impresa** – collezioni d'arte e **musei aziendali**, restauro di monumenti, collaborazioni con musei e accademie d'arte – alla formazione manageriale con gli artisti, fino agli investimenti finanziari in arte. Ciò che conta è la qualità dell'iniziativa, come dimostrano i vincitori della scorsa edizione che, nel 2016, sono stati Intesa Sanpaolo (Italia) e Deutsche Bank (Germania) per la migliore collezione corporate, American Express (USA) per il miglior programma di restauro internazionale e Shiseido (Giappone) per la più antica galleria d'arte ancora attiva in Giappone.

Per l'edizione 2017, più di 80 aziende e istituzioni da 20 Paesi in 4 continenti hanno confermato la loro partecipazione. Tra gli italiani, Banca Intesa con le Gallerie d'Italia, TIM con il restauro del Mausoleo di Augusto a Roma, Fiat con la celebrazione dei 60 anni della 500 al MoMA di New York, ed Enel con il programma internazionale di illuminazione artistica. Tra i partecipanti internazionali ci sono Google Art Project, Société Générale con la sua collezione d'arte, il museo Ikea in Svezia, Lufthansa con il connubio tra arte e architettura che ispira la creatività dei dipendenti nel suo quartier generale in Germania.

Novità di quest'anno sono il premio speciale per la piccola e media impresa, ideato per dare visibilità agli imprenditori che investono in progetti di valorizzazione artistica sul territorio, e i **premi per i musei aziendali**, in collaborazione con **Museimpresa**. E poi, il premio per il miglior progetto "Art Bonus" e il Social Media Award, per l'azienda che riceve il maggior numero di "like" nella gallery dei partecipanti. Per candidarsi, basta inviare una mail con una breve descrizione del progetto a info@CorporateArtAwards.it, oppure compilare il form al link www.pptart.net/nomination2017.

© Riproduzione riservata

ARGOMENTI: **Museimpresa** | Mibact | Confindustria Cultura | Fiat | TIM | Abi | Giappone | Germania | Enel | Intesa Sanpaolo | Libera Università Internazionale degli Studi Sociali | Ikea | Stati Uniti d'America | Lufthansa



MONDO | 29 ottobre 2017
«Orgogliosi di essere catalani, onorati di essere spagnoli»



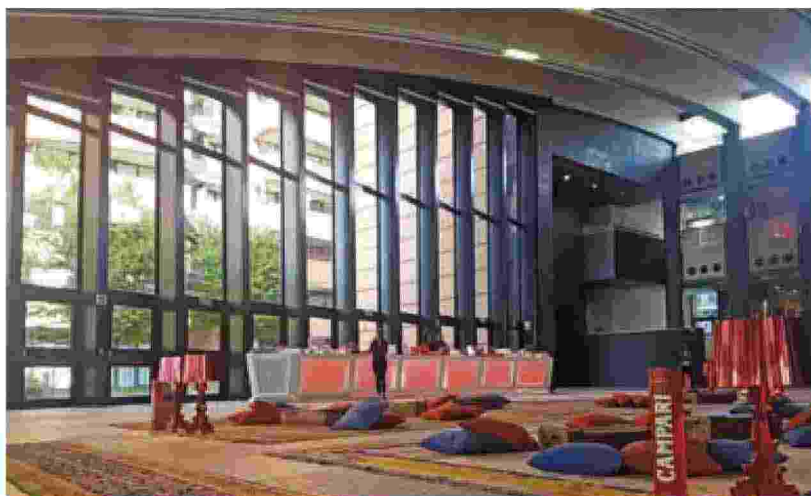
MODA | 28 ottobre 2017
Julia Roberts, i 50 anni dell'ultima diva americana



TECNOLOGIA | 29 ottobre 2017
L'iPhone 8 e l'iPhone 8 Plus

Passione rossa

Tornano a Sesto San Giovanni le riaperture serali della Galleria Campari, un **museo aziendale** gioiello che si prepara ad un autunno davvero ricco di eventi



Andrea Guerra
@AndreaGuerra84

Con la chiusura della mostra *Bike Passion* dedicata alle cento edizioni del Giro d'Italia, si è festeggiata la riapertura al pubblico della Galleria Campari di Sesto San Giovanni. Che ha in serbo per tutti gli amanti dell'arte e del design un autunno ricco di eventi e iniziative.

CATALIZZATORE • La Galleria Campari è un vero e proprio **museo aziendale** che è stato aperto nel 2010 all'interno dell'head quarter del gruppo, nell'ex

Stalingrado d'Italia. In quell'occasione il brand della "red passion" decise di festeggiare così, con l'inaugurazione di una galleria che non solo raccontasse al pubblico la vita dell'azienda ma servisse anche da catalizzatore di idee creative, i 150 anni di vita della società.

CALENDARIO • Dopo la pausa estiva sono riprese le aperture serali della Galleria di viale Gramsci. Che dunque torna a essere visitabile ogni primo martedì del mese, a partire dalle **20.00**. Ripartono anche le aperture straordinarie: sarà dunque possibile fare tappa nel **museo aziendale** ogni

secondo sabato del mese (visite guidate alle **10.00, 11.30, 14.00, 15.30 e 17.00**). Il prossimo 14 novembre è in programma un evento speciale per la ricorrenza della nascita di Davide Campari e, dal 10 al 24 novembre, la Galleria sestese sarà protagonista della XVI Settimana della **Cultura d'Impresa**, iniziativa di Confindustria e **Museimpresa**.

ARTISSIMA • Non solo storia "di casa": la Galleria Campari si è strutturata negli anni non solo come **museo aziendale** ma anche come spazio espositivo dove hanno trovato casa mostre

ed esposizioni che hanno saputo mixare passato e futuro, creatività ed estro. E proprio data questa vocazione, da quest'anno la Galleria ha siglato una collaborazione triennale con *Artissima*, la Fiera Internazionale di Arte Contemporanea di Torino: un accordo che si coniuga nell'istituzione del premio Campari Art Prize «che sarà dedicato ad un artista under 35 scelto tra tutti quelli presenti nelle sette sezioni della Fiera da una giuria internazionale. Verrà selezionato e verrà ospitato con una mostra personale a budget dedicato presso la Galleria Campari», spiega Paolo Cavallo, direttore del museo.





Musei d'impresa per ricordarci chi siamo

L'arte di fare e l'arte di raccontare da parte di grandi protagonisti del '900

di **Massimiliano Cannata**

«Essere stati è la condizione per essere» diventa naturale la citazione del grande storico degli Annales Fernand Braudel considerando il successo e la risposta di partecipazione da parte del pubblico che ha suscitato il convegno «L'industria in Mostra» che si è tenuto lo scorso 20 giugno presso il «polo del '900» di Torino.

TRACCE E ICONE DELLA MODERNITÀ

Memoria e futuro si sono per la prima volta dati la mano, in un percorso affascinante che ha squadrato momenti essenziali dello sviluppo sociale ed economico della nostra Penisola. «La ricchezza degli archivi e dei musei di impresa – spiega **Sergio Toffetti**, direttore dell'Archivio Nazionale del Cinema d'Impresa (che non certo a caso sorge a Ivrea in un edificio che era nato come scuola materna di Olivetti) – è qualche cosa di veramente straordinario, e in larga parte ancora poco conosciuta. Quello che vediamo di solito è come la punta di un iceberg. Ci si dimentica, infatti, che in questi luoghi non si trovano solamente incartamenti burocratici e neanche solo macchine come è facile immaginare per le fabbriche manifatturiere. C'è stato, infatti, un tempo in cui le imprese hanno fatto da committenti a grandi artisti, fotografi, designer, che hanno dato vita a collezioni di pregio che dobbiamo impegnarci a rendere fruibili, perché si abbia consapevolezza di una storia che è patrimonio di tutti».

L'INDUSTRIA RACCONTATA DAL CINEMA...

Ed è proprio questo passaggio concettuale il vero nodo cruciale di una grande operazione di valoriz-

zazione della memoria, che sta a monte dell'evento torinese. Sviscerare la grande capacità narrativa che la nostra storia industriale possiede, troppo spesso rimasta sotto traccia, può infatti diventare un asset strategico per una nazione che vuole tornare a essere competitiva, senza snaturarsi.

L'aspetto di certo più affascinante emerso dal dibattito è rappresentato dalla forza del rapporto che negli anni ha legato industria, cultura e cinema. Bernardo Bertolucci giovane aveva iniziato la sua carriera producendo film aziendali per l'Eni, Ermanno Olmi, che con l'aiuto della Edison si cimentò a nelle riprese di vita aziendale in un corto dal titolo *Gita sociale in Val Formazza*, sono stati numerosi i registi e gli sceneggiatori, anche quelli apparentemente distanti dai linguaggi delle organizzazioni produttive, a respirare la vita dell'impresa. «Basti ricordare – continua Toffetti – che lo stesso Antonioni nel 1949 diresse il cortometraggio *Sette canne un vestito* per la Snia Viscosa, fabbrica che era sorta in Friuli in un'area che era stata negli anni Trenta bonificata dalle paludi».

... E DALL'ARTE CUSTODITA NEGLI ARCHIVI

Oltre alla storia delle tecnologie e dei processi che conducono alla creazione di un prodotto/servizio innovativo, nei musei di impresa vi sono custodite delle vere e proprie icone della modernità, che hanno a che fare con l'evoluzione del costume, della fotografia e delle arti figurative. Dai bozzetti di Sironi che si possono ammirare all'interno del centro ricerche Fiat, alla lettura pittorica che De

Chirico ha dato dei settori industriali, che si possono ammirare grazie alla conservazione che ne ha fatto Italsider, sensibilità e linguaggi estetici da sempre si sono ibridati per dare un'interpretazione critica delle fenomenologie del cambiamento. Il caso della Martini & Rossi che ha custodito negli archivi le magnifiche sponsorizzazioni delle gare automobilistiche, l'originalità della Borsalino, che presenta nella sua vetrina dei ricordi i cappelli che abbiamo visto in film famosi, sfoggiati da Alain Delon, Robert Redford, Federico Fellini, la stessa ineffabile eleganza di altri tempi delle "signorine del telefono", che sono state protagoniste di un'affascinante mostra di immagini e ritratti d'epoca curata dall'archivio storico di Tim, offrono tracce indelebili che raccontano molto sulla nostra identità. Tracce su cui è importante riflettere.

LA CONCRETA UTOPIA DI OLIVETTI

A sfogliare questo infinito album fatto di oggetti, cose, storie, ma anche di grandi figure appare ancora più concreta l'utopia di Adriano Olivetti, che diceva: «Voglio una fabbrica piena di luce e bellezza, perché la bellezza rende migliori. E una fabbrica che produca cultura, perché la cultura ci rende liberi».



Andare oltre la dittatura del presente, questa dunque la parola d'ordine, non certo per trasformarsi in topi da biblioteca, né per cristallizzare un passato che non torna, piuttosto per tentare di riannodare il filo di un percorso che se smascherato dalle troppe letture ideologiche che per troppo tempo hanno lacerato il nostro territorio da Nord a Sud, potrebbe essere una chiave importante per ridare slancio alla crescita e per mettere alle spalle gli anni difficili di una crisi interminabile. Esercitare un equilibrato sguardo retrospettivo può in particolare aiutarci a comprendere che non c'è stata solo la storia delle contrapposizioni di classe, ma anche una storia che ha riguardato lo sviluppo economico, se pensiamo a quello che è stato il Dopoguerra del grande boom, che ha portato con sé la grande espansione di un paese che stava rinascendo.

L'INSEGNAMENTO DI GIORGIO BOCCA

Siamo sempre più propensi a soffermarci sui frutti negativi della industrializzazione, dall'Italsider, all'Ilva di Taranto, dimenticando l'insegnamento contenuto in una illuminante considerazione di Giorgio Bocca: «Molte delle cose che oggi ci sembrano terribili un tempo ci sembravano magnifiche, se non capiamo questo non possiamo comprendere il senso del tempo che abbiamo attraversato». Inutile sottolineare che la coscienza ecologista sarebbe nata dopo il nostro irripetibile miracolo economico, con tutte le problematiche relative alla sostenibilità, ma quello che va colto, nello sforzo che istituzioni come l'archivio nazionale del cinema insieme ad Associazioni come *Museimpresa*, sostenuta da Assolombarda e Confindustria stanno portando avanti, è la necessità di ridare fiato alla dimensione di un "neo capitalismo



altruista", attento ai bisogni dell'uomo e alle esigenze del territorio.

Richiamare la concezione di un welfare a misura d'uomo, che figure del calibro di Ferrero per il contesto di Alba e Olivetti a Ivrea, hanno saputo *ante litteram* concepire e sostenere non è certo fuori luogo. La moderna impresa digitalizzata sente molto forte l'esigenza di trovare una sintesi aurea tra la pervasività delle tecnologie e la qualità del fattore umano. Sarà questa la sfida dei prossimi anni, che richiederà ancora una volta cultura, memoria, consapevolezza della storia, oltre a una giusta attenzione per le tradizionali eccellenze che l'Italia ha saputo esprimere nel tempo.

GLI "ATTORI" DEL PROGRESSO VERSO L'INTELLIGENZA COLLETTIVA

«Nella dinamica di un rapporto virtuoso tra ieri e oggi, la presenza all'evento di Torino di importanti attori della modernità come Fiat, Olivetti e Telecom assume una rilevanza particolare» precisa **Daniele Cerrato**, responsabile dell'Archivio Storico di Tim, preziosa realtà che contiene nel settore iconografico circa 70.000 immagini e 2.500 video, una biblioteca di 4.000 volumi sulla storia e tecnica delle telecomunicazioni, oltre a un'emeroteca che a partire dagli anni Trenta raccoglie 800 testate di

altrettante aziende. Dai laboratori di Cselit (Centro Studi e Laboratori Telecomunicazioni) inaugurati cinquant'anni fa, ha preso le mosse l'Internet Society con le prime sperimentazioni di strumenti e apparati trasmissivi per il radio mobile, la fibra ottica, gli standard della telefonia cellulare, fino allo MP3 e ai protocolli avanzati di rete che hanno portato alla diffusione della personal communication. Se ormai tutti disponiamo di uno smartphone e se siamo ormai pronti a dialogare in un universo denso di oggetti intelligenti e robot tutto fare che popoleranno la nostra quotidianità, molto lo dobbiamo ai ricercatori dello Cselit.

La parola passa ora alla Rete. Risulterà infatti decisivo mettere insieme questo immenso patrimonio di know how per creare un tessuto di intelligenza collettiva, che potrà dare impulso anche in termini di attrazione turistica, aspetto non certo banale, a quelle aree, da Nord a Sud dell'Italia, che hanno contribuito a scrivere i capitoli più importanti del progresso. Dalla messa in rete degli archivi e dei Musei di Impresa potrà farsi strada una nuova fenomenologia delle "connessioni", termine critico che sarà per altro oggetto di studio al prossimo Festival della Comunicazione, che si svolgerà come ogni anno a Camogli dal 7 al 10 settembre prossimo. Partecipare può essere senz'altro interessante.



Museo Reale Mutua

BOCCONI@ALUMNI

Elisabetta Cozzi



Un museo di famiglia icona del Made in Italy

La storia di un marchio ma, anche, la storia dell'auto e quella dell'Italia. E, infine, quella di una famiglia. Nel Museo Fratelli Cozzi, a Legnano, sono esposte circa 60 vetture Alfa Romeo, tutti i modelli creati dalla casa automobilistica del Biscione, con alcune rarità. L'iniziativa è nata nel 2015 ed è partita ufficialmente l'anno successivo, «per dare visibilità alla straordinaria collezione di mio padre, che è il titolare della più vecchia

concessionaria Alfa Romeo al mondo e che ha sempre tenuto per sé un esemplare di ogni modello prodotto», spiega **Elisabetta Cozzi**, direttrice e anima del museo, laureata in Economia aziendale nel 1992 con tesi di marketing. Una collezione, comprendente anche molto materiale illustrativo e pubblicitario a partire dagli anni 50, che è anche una sorta di storia del marketing di questi 60 anni. «Un archivio immenso che stiamo digitalizzando per renderlo il più fruibile possibile e che è il degno corollario delle nostre magnifiche auto. Il museo, realizzato da un importante studio di architetti, si snoda lungo tre direttrici contrassegnate da colori: il nero, che rappresenta la cultura; il rosso, la passione; il bianco, gli eventi», spiega Elisabetta. «Il museo è anche un luogo molto richiesto dalle aziende per organizzare eventi». Il museo è entrato a far parte di Musei Impresa, del circuito del Fai, ed è visitabile da chiunque, gratuitamente, previa registrazione sul sito, una volta al mese, «anche se, visto che la disponibilità viene esaurita in pochissimi giorni, stiamo pensando di aumentare il numero delle visite. Alfa Romeo è un marchio fondamentale nella storia del made in Italy», prosegue Elisabetta Cozzi, «il nostro è un patrimonio che va fatto conoscere. Intercettare i turisti, anche quelli stranieri, il nostro prossimo obiettivo».

BOCCONIANI IN CARRIERA

✓ **Andrea Accinelli** (Economia aziendale, 1994) è il nuovo chief financial officer di Brooks Brothers. Proviene da Triumph International dove era regional finance director.

✓ **Francesca Baldussi** (Economia aziendale, 2004) è la nuova communications & marketing manager per l'Italia di Clifford Chance. Proviene da Deutsche Bank.

✓ **Silvia Candiani** (Economia aziendale, 1993) è il nuovo ceo per l'Italia di Microsoft. Proviene dalla divisione consumer e channel per l'area dell'Europa centrale e dell'Est.

✓ **Nicoletta Greco** (Economia aziendale, 1998) è diventata strategic development e business intelligence director di Miroglio Fashion. Ha lavorato in MediaMarket e MediaWorld.

✓ **Chiara Virtuani** (Economia aziendale, 1999) è la nuova international sales & marketing manager di Nexo Digital. Proviene da Twentieth Century Fox Entertainment Italia.

Intervista / Alessandro Gandolfi

IL COUNTRY HEAD DI PIMCO A CAPO DELLA BAA DI COMO

Un gruppo di alumni è un asset e alla guida dell'Area Como della BAA c'è una persona che di asset management se ne intende. È **Alessandro Gandolfi**, country head di Pimco Europe Ltd., il branch europeo della società di gestione che, a livello globale, amministra un patrimonio di circa 1.600 miliardi di dollari.

→ Qual è stato il suo percorso nel settore?

Ho iniziato la mia esperienza al Credito Italiano e solo nel 1997 sono entrato nell'asset management grazie a Imi Fideuram, società di gestione che in quel periodo stava creando un team di lavoro che si occupasse degli investitori istituzionali, realtà che prima di allora non esisteva in Italia. Proprio in quel momento stavano partendo i primi mandati di selezione di fondi di gestione. Sono rimasto in Imi Sanpaolo (il nome che prese in un secondo momento) per dieci anni fino a raggiungere la responsabilità del team istituzionale di Sanpaolo asset management.

→ E il primo contatto con Pimco?

Nel 2006, a una review di portafoglio. In quel periodo Pimco non aveva ancora molti mandati di gestione in Italia. A quell'incontro mostrarono la loro preoccupazione per la situazione dei mutui subprime negli Usa e io feci parecchie domande in proposito, in quel momento in Italia era un argomento del quale si sapeva poco. Rimase colpito da questo interessamento e nel novembre di quell'anno entrai ufficialmente nella società. Per i primi tre anni mi chiesero di lavorare a Londra. Fu un periodo molto intenso, che coincise con l'esplosione della crisi finanziaria.

→ Com'era l'ambiente?

Intenso e competitivo. La prima cosa che feci fu di conquistare la fiducia dei miei colleghi, quasi tutti Mba delle migliori università americane.

→ Ha citato la crisi. Che impatto ha avuto nel vostro settore?

In realtà è stata un vantaggio, per tre motivi. Primo: ha messo in evidenza tra i risparmiatori che il fai-da-te non era più una sicurezza per il portafoglio. Secondo: ha spinto alla diversificazione perché, con l'abbassamento dei tassi di interesse, gli investitori non trovavano più vantaggi nel rivolgersi a strumenti classici come i titoli di Stato. E, terzo, la forte regolamentazione del settore bancario conseguente alla crisi ha costretto le banche a ridimensionare aree di attività come quelle dell'investment banking che prima competevano con le soluzioni di asset management. Elementi strutturali come demografia, tecnologia ed

eccesso di indebitamento secondo noi non permetteranno ai tassi di risalire ai livelli pre-crisi e questo, che noi a Pimco abbiamo chiamato 'nuova neutralità', non potrà che spingere ancora di più gli investitori a cercare soluzioni diversificate favorendo ulteriormente il settore dell'asset management.

→ Area leader di Como da circa un anno. Su cosa puntate?

Sull'industria, su finanza e private banking, sulla cultura e sulle professioni. Sui primi tre temi abbiamo già organizzato degli eventi, ora stiamo pianificando un incontro anche sul quarto.



Alessandro Gandolfi

A Montelupo Fiorentino

Prevista l'anno prossimo l'apertura del nuovo Bitossi

Il nuovo museo artistico industriale Bitossi, secondo quanto previsto, aprirà nel 2018, più grande di prima e più ambizioso, all'interno della Bitossi Ceramiche di Montelupo Fiorentino (Firenze), guidata da Cinzia Bitossi. In azienda la direzione artistica è affidata alla figlia, Ginevra Bocini, che sul museo dice: «Vogliamo che il nostro spazio diventi fonte di ispirazione per i creativi». I lavori di ristrutturazione e ampliamento dello spazio espositivo, inaugurato nel 2003 e inserito nel circuito di Museimpresa, sono iniziati nel 2016 e riguardano 2 mila metri quadrati al primo piano della manifattura (la produzione è stata spostata al pian terreno). Curato dall'architetto milanese Luca Cipelletti il progetto. Come il vecchio museo, anche il nuovo sarà aperto su appuntamento, almeno inizialmente. Sempre gestito dalla Fondazione Vittoriano Bitossi, ospiterà la storia della famiglia e una parte rappresentativa dell'archivio storico aziendale composto da 7 mila pezzi, con un allestimento che potrebbe prevedere anche un'area destinata a mostre temporanee.

La presenza di Bitossi nel territorio a vocazione ceramica di Montelupo Fiorentino risale alla seconda metà del XIX secolo. L'azienda occupa la sede attuale dal 1921 e nel 2014 è stata inserita nel registro delle Imprese storiche. Tra i nomi che hanno fatto la sua storia, il più importante è quello del designer Ettore Sottsass, di cui si celebra quest'anno il centenario della nascita con varie iniziative, tra cui una mostra alla Triennale di Milano iniziata il 15 settembre (*There is a Planet*). «Ci saranno anche alcuni nostri prodotti storici», dice Bocini che ricorda come il maestro abbia frequentato l'azienda a partire dagli anni 50, sotto la direzione artistica di Aldo Londi, «per



Produzioni. Alcuni pezzi Bitossi Ceramiche

sperimentare una ceramica nuova, di industrial design». E in occasione del prossimo Cersaie (Salone della ceramica a Bologna dal 25 settembre), ci sarà un tributo in suo ricordo nello stand del colorificio Colorobbia, l'azienda al vertice del gruppo industriale di cui fa parte anche Bitossi. «Colorobbia esporrà una selezione di vasi provenienti dall'archivio ceramico Bitossi, insieme alle novità in materia di inchiostrati digitali, cristalline, effetti ceramici ispirati ai colori del grande maestro», continua Bocini.

Nel nuovo museo non ci sarà solo la storia da celebrare. «L'obiettivo è valorizzare la nostra attività. Ma vogliamo anche che sia un contenitore creativo, uno spazio aperto al design e alla contemporaneità», sottolinea Bocini, che negli ultimi anni ha invitato designer come Bethan Laura Wood, Dimore Studio, Benjamin Hubert e quest'anno - Max Lamb a disegnare le nuove linee di vasi per l'azienda.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





11/09/2017 20:18 Banksy arrestato. Anzi no, è il comunicato stampa della sua prossima mostra



TROVAMOSTRE

TITOLO

CITTA'

ARTISTA

TROVA

EXIBART.TV

COMMUNITY

LOG IN

password persa?
registrati



READING ROOM

Incontro tra Minimalismo occidentale e identità d'Oriente: l'esempio dell'artista sudcoreana Soonja Han, in un prezioso catalogo di Ernesto Jannini



AVANTI & INDIETRO

Una nuova rubrica che entra negli studi d'artista. Prima conversazione con Caterina Silva di Raffaele Gavarro



SPECIALE VENEZIA

Sondrio - dal 12 al 30 settembre 2017

Le cattedrali dell'energia



Francesco Radino, Centrale idroelettrica di Fraele, Sondrio, 2016
[Vedi la foto originale]

PALAZZO PRETORIO
vai alla scheda di questa sede
Exibart.alert - tieni d'occhio questa sede
Piazza Campello (23100)
individua sulla mappa Exisat
individua sullo stradario MapQuest
Stampa questa scheda
Eventi in corso nei dintorni

Architettura, industria e paesaggio nelle immagini di Francesco Radino e degli Archivi Storici Aem

orario: lunedì - domenica, dalle 9.30 alle 19
(possono variare, verificare sempre via telefono)

biglietti: free admittance

vernissage: 12 settembre 2017. h 18

catalogo: in galleria.

ufficio stampa: IRMA BIANCHI

curatori: Francesco Radino, Fabrizio Trisoglio

autori: Francesco Radino

genere: documentaria, fotografia

segnala l'evento ad un amico

mittente:

e-mail mittente:

e-mail destinatario:

messaggio:

INVIA

individua sulla mappa



Port Tonic Art Center, St. Tropez



Franca Sozzani, la sua storia al cinema. Il trailer



"Maledetto Romantico. Opere dalla Collezione Enea Righi". Intervista ad Amir Fattal



UN'ETERNA BELLEZZA. Il canone classico nell'arte italiana del primo Novecento, Mart

Il Padiglione Catalogna secondo Antoni Abad, per una "Venezia che non si vede" ma si riesce a vivere di Eleonora Minna



ICONIC DESIGN

La bottiglia della Coca Cola



SOCIAL ART

Ingrid and Ching: dove finiscono le parole, parlano i colori di Chiara Gallo



MUSICA

Note di un viaggio musicale, estivo e padano. E sorprendente di Luigi Abbate

elenco degli eventi»

comunicato stampa

Martedì 12 settembre alle ore 18, nella storica sede di Palazzo Pretorio a Sondrio, inaugura la suggestiva mostra "Le cattedrali dell'energia. Architettura, industria e paesaggio nelle immagini di Francesco Radino e degli Archivi Storici Aem". La selezione di scatti realizzati da Francesco Radino, esposta fino al 30 settembre, illustra gli edifici, i luoghi e le architetture del Gruppo A2A dediti alla produzione dell'energia dal nord al sud Italia.

Ideata e promossa dalla Fondazione Aem - Gruppo A2A e curata da Francesco Radino e Fabrizio Trisoglio, la rassegna, ultima tappa in territorio valtellinese, nel corso dell'ultimo anno è stata accolta con successo alla Casa dell'Energia e dell'Ambiente di Milano, all'Urban Center Milano, alla Banca Popolare di Sondrio a Bormio, a Palazzo Foppoli di Tirano.

La campagna fotografica a colori, realizzata da Francesco Radino nel 2016, traccia un lungo percorso, una preziosa testimonianza della contemporaneità attraverso le immagini di costruzioni, storiche e moderne, dall'aspetto molto differente, che uniscono utilità ad estetica e creano equilibri individuali con la natura circostante. Ne sono esempio la prima centrale idroelettrica Aem, costruita in Valtellina nel 1910, a Grosotto ancora oggi in attività, con una struttura monumentale, imponente nelle dimensioni e caratterizzata da uno stile architettonico legato a stili classici, volta a celebrare progresso e virtù civiche; la centrale idroelettrica di Roasco, progettata dal celebre architetto Piero Portaluppi e avviata nel 1922, che ricorda un castello medievale; quella di Fraele, collocata a 1300 metri d'altezza, dalla matrice neorinascimentale e neoromantica, aperta nel 1928 e attualmente adibita a manifestazioni culturali. Le centrali più recenti, infine, quella di Grosio, attiva dal 1960 e quella di Premadio del 1956 si caratterizzano per il loro impianto estetico più moderno, importantissimo patrimonio archeologico-industriale. Nel percorso espositivo, dalle centrali valtellinesi si passa a quelle milanesi e bresciane per arrivare a quelle Friulane fino agli splendidi invasi della Calabria.

Alberto Martinelli, presidente di Fondazione Aem - Gruppo A2A, che da oltre tre anni attraverso un'inedita serie di mostre fotografiche e convegni ha creato un dialogo tra patrimonio storico e contemporaneo, commenta: "Insieme ai luoghi storici di Aem e delle altre realtà che compongono oggi il Gruppo A2A, la nuova campagna fotografica di Francesco Radino ha indagato i più moderni impianti dell'azienda e i suoi nuovi territori di competenza, partendo da quelli più storici della Valtellina ai più recenti diffusi su tutto il territorio italiano".

L'esposizione è corredata da un prezioso volume di oltre 150 immagini di grande valore storico e artistico che approfondiscono significativamente il tema. Nel libro, a cura di Francesco Radino e Fabrizio Trisoglio, sono presenti le introduzioni istituzionali di Alberto Martinelli, presidente di Fondazione Aem - Gruppo A2A e di Giovanni Valotti, presidente A2A e importanti contributi critici di: Roberto Mutti, Francesco Radino, Ornella Selvafoita e Fabrizio Trisoglio. Il coordinamento generale è di Luisa Toeschi, consigliere di amministrazione di Fondazione Aem.

La mostra si avvale del patrocinio di **Museimpresa**, l'associazione italiana dei musei e degli archivi d'impresa e di Rete Fotografia.

Archivio storico fotografico Aem. Dichiarata di interesse storico-culturale dalla Soprintendenza archivistica per la Lombardia, la raccolta Aem, che consta di oltre 180.000 documenti fotografici, illustra dai primi anni del Novecento fino ai giorni nostri non solo la storia e lo sviluppo di una azienda elettrica municipalizzata, divenuta oggi una grande impresa multiservizi, ma anche i cambiamenti storico-economici e politici della nostra città, le trasformazioni sociali di una comunità e le evoluzioni del territorio lombardo, a partire da quello montano valtellinese. Suddiviso in vari fondi, l'archivio si è progressivamente composto per addizioni grazie all'opera dei tanti fotografi che hanno collaborato con l'Azienda Elettrica Municipale. In particolare, dal fascismo ai primi anni Cinquanta, autori del calibro di Antonio Paoletti, Vincenzo Aragazzini e Guglielmo Chiolini hanno costituito con i loro servizi fotografici un diario serrato di immagini che racconta la progressiva modernizzazione elettrica di Milano e la costruzione dei grandi impianti in Valtellina.

Fondazione Aem - Gruppo A2A. Costituita il 27 giugno 2007, la Fondazione Aem ha finalità di pubblica utilità e solidarietà sociale e si propone di perseguire, nell'ambito territoriale della Regione Lombardia, la salvaguardia e la valorizzazione della storia e della cultura aziendale di Aem, storica società energetica del Comune di Milano. Tra i numerosi scopi, il sostegno alla ricerca scientifica e l'implementazione di tecnologie innovative nel campo dell'energia e dei servizi a rete che sono stati il tratto caratteristico di Aem. Altra importante attività della Fondazione è quella rivolta alla tutela, alla conservazione e alla valorizzazione dei beni storici, architettonici e culturali di Aem, come ad esempio il suo archivio storico, l'archivio fotografico, la collezione di oggetti d'arte, promuovendone e diffondendone la loro conoscenza.

Palazzo Pretorio. Il Palazzo Pretorio di Sondrio fu realizzato nel XVI secolo per essere adibito a sede del Governatore dei Grigionesi, protagonisti della lotta per la contesa della città. Nel 1917 vennero effettuati dei lavori di ristrutturazione. Dell'originaria costruzione oggi è possibile ammirare il portale del XVI secolo e un succedersi di stemmi che rappresentano le varie dominazioni che hanno interessato la zona della Valtellina. Nel corso degli ultimi restauri sono emersi affreschi sottostanti a quelli che oggi si possono ammirare. Su due lati il cortile interno è circondato da un portico sormontato da logge decorate con una tecnica tipica della valle, il graffito grigio. Oggi il Palazzo Pretorio è sede del Municipio.

[guarda tutti i video su Exibart.tv»](#)

il silenzio della signora Boldrini denuncia la sua... di franco

Tutti sanno che Modigliani non è mai stato in Sardegna,... di Manlio

Ren Hang è morto nel febbraio di quest'anno. di Roberto Nistri

Per fortuna che l'hanno censurata se no chi ne avrebbe... di censura genuina

Ho letto l'articolo, interessante ma soprattutto introduce... di massimo Marchesotti

le notizie più cliccate della giornata

Contemporary Albania

La rivincita dei cartelloni pubblicitari. Alessandro Di Sessa vince l'Art Moves Festival

I latitanti sono loro

Dal mare nascono i diamanti. Alle saline di Margherita di Savoia, chiude Apulia Land Art

Il mercato dell'arte è noioso

Icone per caso

Banksy e i gadget in Cisgiordania

Scoperta tomba di 3500 anni fa. L'orafo più anziano del mondo riuscirà a salvare l'Egitto?

Il mondo senza petrolio

Falchi dorati e semi caduchi. La stagione del MAXXI riparte da Yuri Ancarani e Bruna Esposito



ultimi post in tempo reale da Exibart.blog

milano / alessandra angelini tra arte e tecnologia di archivioopen

COLLEZIONI

Nelle sale di **Palazzo Te di Mantova** è di scena la lunga esperienza di imprenditore e collezionista di **Antonio Ratti**, industriale comasco, mecenate e connaisseur. In rassegna, una selezione di pezzi della sua ricca **raccolta tessile**, che spazia dall'antichità al XX secolo, arrivando fino alle opere di grandi artisti contemporanei

DI LAURA CIVININI



Passato e futuro Magia del tessuto

La conoscenza del passato genera la nascita di nuove idee e crea nuove forme di bellezza». Così **Antonio Ratti** (1915-2002), imprenditore comasco e mecenate illuminato, spiegava la sua vocazione a fondere **cultura d'impresa** e cultura umanistica, mettendo sullo stesso piano produzione e creatività. A **Palazzo Te di Mantova** la rassegna in calendario dall'1 ottobre al 7 gennaio 2018 (www.centropalaz-zote.it) racconta la figura di questo personaggio poliedrico ed

eclettico, che ha saputo trattare il tessuto come arte. Dotato di una spiccata sensibilità verso l'innovazione e la ricerca non solo industriale, a soli trent'anni ha trasformato un semplice studio di disegno nella **Tessitura serica Antonio Ratti** per la creazione di tessuti per cravatte e foulard in seta, prima tappa di una lunga attività imprenditoriale culminata nel **Gruppo Ratti**, uno dei più importanti produttori al mondo di tessuti pregiati, oggi parte del gruppo Marzotto e presieduto dalla figlia **Donatella**. Dalla sua profonda passione personale per l'arte nel 1985 è nata la **Fondazione Antonio Ratti (FAR)**, con sede a Como a **villa**



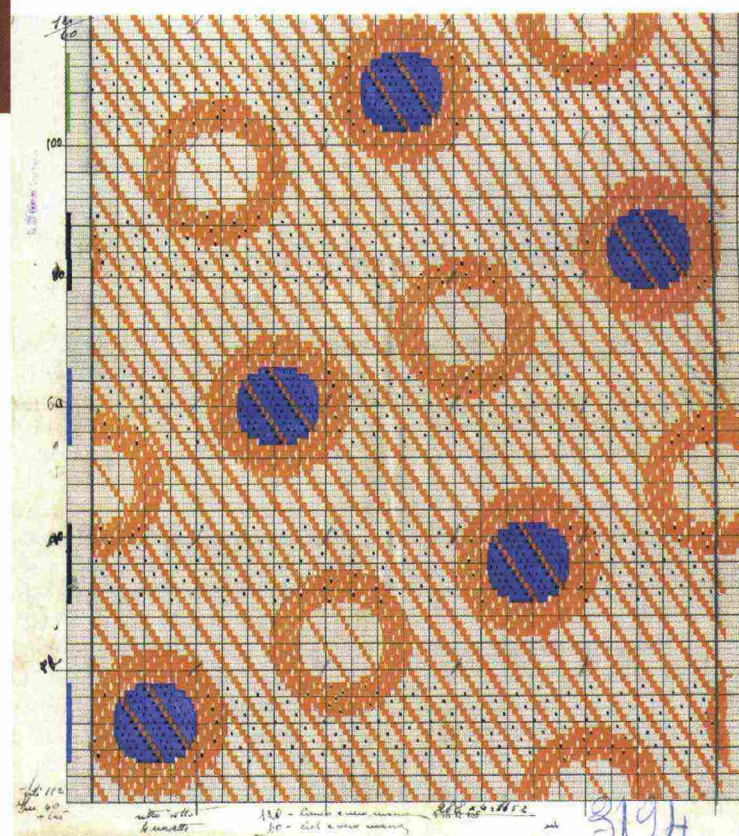
A sinistra:
frammento
di pezza in
damasco
e broccato, Italia
settecentrale,
1710-1725,
cm 21x23,2.

A destra:
frammento
di arazzo, Perù,
X-XV secolo,
cm 45,7x43,3.

Sotto, a sinistra:
nastro in raso
e broccato,
Francia,
St. Etienne,
1860-1885,
cm 25,4x10,5.

Sotto, a destra:
messa in carta
di Antonio Ratti
per Serica
Lombarda.

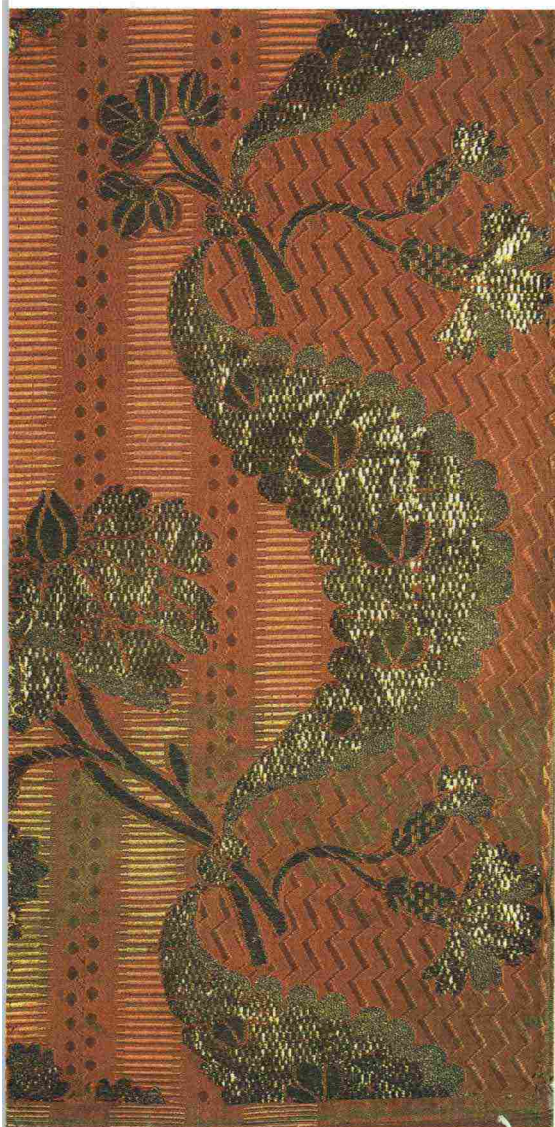
Tutti i pezzi
pubblicati sono
esposti nella
mostra "Il tessuto
come arte: Antonio
Ratti imprenditore
e mecenate",
a Palazzo Te
di Mantova
dall'1 ottobre al 7
gennaio 2018.



Antiquariato • 119



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



A sinistra: frammento di pezza in lampasso, Lione/Venezia, 1760-1770, cm 43x22,2.

Sopra: scialle a disegni cashmere (particolare), Francia, Parigi, Hébert, 1841, cm 200x195.

Sotto: messa in carta di Antonio Ratti per Tessitura serica Giovanni Canepa, pittura su carta.



Sucota, per promuovere ricerche e studi nel campo della produzione tessile e dell'arte contemporanea. La fondazione, diretta dalla figlia **Annie Ratti**, oltre a curare progetti espositivi e museali, ha contribuito alla creazione dell'**Antonio Ratti textile center presso il Metropolitan museum di New York**, dove sono state raccolte e catalogate tutte le collezioni tessili del museo.

Tessuti dal III al XX secolo. L'amore di Antonio Ratti per il tessuto ha dato vita, a partire dai primi Anni 60, a una collezione tessile tra le più importanti del mondo, che nel 1998 è confluita nel

Museo studio del tessuto. Oggi conta più di **3.300 reperti tessili dal III al XX secolo** e oltre **2.500 libri-campionario**, spaziando dai frammenti copti e precolombiani ai broccati e velluti rinascimentali di produzione milanese, fiorentina e genovese, dalle sete operate francesi e veneziane settecentesche alle preziose stoffe utilizzate dall'alta moda francese di fine '800, fino ai tessuti per l'arredamento italiani, inglesi e tedeschi del XIX e XX secolo, molti dei quali di gusto liberty. Uno dei nuclei più consistenti della collezione è costituito dai nastri e dalle *cravates*, a dispetto del nome ornamento imprescindibile delle antiche toilette

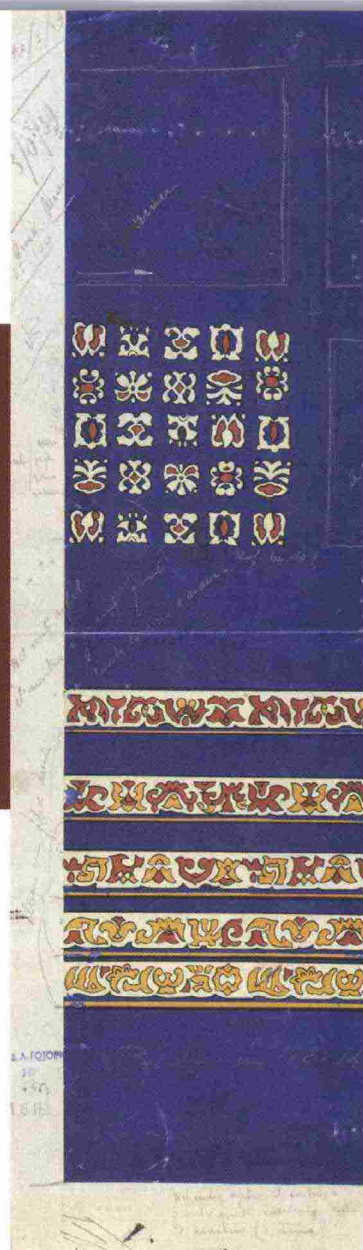
femminili. «Mio padre durante i suoi viaggi in giro per il mondo ha iniziato a raccogliere pezzi di stoffa che trovava nei mercati o in qualche bottega», spiega Annie Ratti. «Con il tempo, poi, è passato ad acquisti più importanti, da antiquari o alle aste. In alcuni casi ha comprato intere collezioni o archivi di aziende dismesse, come la **Haas** o la **Chavent Père et Fils** di Lione. L'ultima acquisizione risale al 2001 e riguarda la piccola sezione dei tessuti precolombiani». Dopo la sua scomparsa il museo ha incrementato le collezioni con vesti uzbecche e tessuti ikat; sono state fatte anche donazioni da privati come, ad esempio, un



A sinistra:
frammento
di pezza
in taffetas-liseré
(particolare),
Giappone,
1800-1850,
cm 12,5x15,2.

A destra: disegno
per stampa
di Antonio Ratti,
tempera su
cartoncino, 1949.

Sotto: frammento
di arazzo, Egitto,
VIII secolo,
cm 10,5x24,5.



abito cinese appartenuto a un funzionario imperiale e una parte del guardaroba di **Emilia Stoppani**, regalato dagli eredi. «Antonio Ratti sceglieva i pezzi della sua collezione in modo intuitivo, pensando a come riutilizzarli nelle collezioni», aggiunge **Maddalena Terragni**, curatrice della parte tessile della mostra a Palazzo Te. «Tutto era fonte di ispirazione per le sue creazioni, soprattutto gli scialli in cashmere acquistati in India, i cui motivi ornamentali furono ripresi spessissimo».

Il percorso espositivo. Un'ampia selezione di reperti della collezione Ratti è presentata nella mostra di Mantova. «La

rassegna», spiega il curatore **Lorenzo Benedetti**, «crea un dialogo continuo tra tessuto e arte, anche grazie al suggestivo allestimento dell'architetto svizzero **Philippe Rahm**, autore del padiglione svizzero alla Biennale di Venezia del 2002». La mostra si sviluppa in due parti: una storica, indagata attraverso i tessuti della collezione, e una contemporanea, con le opere di artisti coinvolti in passato nelle attività culturali della Fondazione, come **John Armleder**, **Hans Haacke**, **Joan Jonas**, **Giulio Paolini**, **Diego Perrone**, **Gerhard Richter** e **Liliana Moro**. «La parte storica», aggiunge Maddalena Terragni, «è stata pensata come un grande

viaggio emozionale compiuto da Antonio Ratti in giro per il mondo, attraverso le epoche. C'è poi una parte più tecnica, con schizzi, disegni, messe in carta e una sezione dedicata ai tessuti contemporanei, con tanto di pedana interattiva collocata nelle Fruttiere di Palazzo Te per un'esperienza tattile». L'ultima parte è dedicata alla storia dell'azienda, costruita a **Guanzate** nel 1958. Le moderne strutture disegnate da **Tito Spini** hanno inaugurato un nuovo modello di architettura industriale: gli operai disponevano di una Palazzina dei servizi sociali, che ospitava laboratori artistici, rassegne teatrali e concerti. ◇

OPEN DAY Per 700 persone Imit festeggia i suoi primi cento anni



CASTELLETTO TICINO Cento anni di una storica azienda italiana sono un traguardo da celebrare, e farlo aprendo le porte dello stabilimento sono l'omaggio più affettuoso verso territorio in cui ha sede. A un secolo dalla fondazione sabato 14 ottobre la Imit Control System di Castelletto Ticino, impresa che ha dato un formidabile contributo al progresso della termoregolazione domestica, ha organizzato un open day. Un tour nel cuore della produzione con una affluenza al di sopra delle aspettative. Oltre 700 i visitatori che hanno potuto apprezzare al **museo aziendale** l'esposizione di prodotti d'epoca che hanno fatto la storia nel settore della misurazione e della termoregolazione (come i termostati bimetallici e manometri) e conoscere nel dettaglio i diversi aspetti del processo produttivo, tra macchinari e prodotti di lavora-

zione. Accompagnati in un percorso tra i diversi reparti di produzione fino ai laboratori della qualità/certificazioni e della ricerca e sviluppo dove vengono progettati e realizzati i prototipi dei nuovi modelli di apparecchi che verranno poi proposti al mercato. Prima di addentrarsi tra i vari reparti gli ospiti hanno ripercorso attraverso un video i tratti salienti di vita dell'azienda: dalla fondazione a Torino, nel 1917, ad opera del lungimirante imprenditore Mario Zucco (che tra l'altro brevettò il primo tachimetro e contagiri della storia, lo stesso che si può vedere nelle auto) fino ai giorni nostri con una presenza capillare sul mercato internazionale. La Imit Control System è leader in molti mercati stranieri, con il 70% delle vendite all'estero in 79 paesi. Il Marchio Imit, titolare di oltre settanta brevetti

e modelli di utilità, fa onore all'industria italiana, collocandosi a pieno titolo tra i protagonisti dell'innovazione e dell'evoluzione del comparto. Con i suoi 152 dipendenti (120 operai e 32 impiegati) produce oltre cinque milioni di pezzi all'anno, in particolare termostati ambiente e strumenti a bulbo capillare, termostati ad immersione ed a contatto, termostati ambiente e cronotermostati, nonché schede e sistemi elettronici per le più diverse applicazioni sia in campo civile che industriale, con 3 mila codici totali diversi, 2 mila solo di sonde termostatiche. L'azienda inoltre è tra i primi del settore ad aver ricevuto la certificazione Uni En Iso 9001 e tra le novità del presente piattaforme per il controllo a distanza di una caldaia o di un elettrodomestico con un'app che può accendere, spegnere e regolare dal

cellulare. Imit è l'acronimo di "Il manometro italiano Torino". L'azienda iniziò a produrre strumenti di misurazione per il settore automobilistico e navale, lavorando con Fiat e Caproni. Una volta trasferita a Milano nei primi anni 20 e trenta inizia la produzione di termostati e termometri bimetallici, la sede produttiva il 15 agosto del 1943, durante la Seconda Guerra Mondiale venne distrutta da un bombardamento e l'azienda nel 1943 si trasferisce definitivamente a Castelletto. Qui vengono realizzati cronotermostati e termostati ambiente ma anche come cuore "occulto" ma vitale di moltissime apparecchiature dalle caldaie agli elettrodomestici, dai sistemi per la gestione delle energie rinnovabili ai dispositivi preposti al comfort ambientale. Una storia d'eccellenza di un'industria ancora tutto da scrivere.

● **Maria Nausica Bucci**



Grandi
nomi

In vetrina le opere di Hohenstein, Metlicovitz e Dudovich, Cappiello, Codognato e Sepo

La bellezza dei sogni in vendita

Quando la pubblicità divenne arte

In una mostra a Parma i maestri dell'illustrazione commerciale



Una delle opere di maggior impatto della mostra, tanto da diventare l'immagine simbolo: Plinio Codognato, "Cinzano Spumanti", realizzato nel 1933

di **PIERLUIGI MASINI**

MAMIANO DI TRAVERSETOLO (Parma)

PROVIAMO a fissare qualche data. Come l'arte contemporanea ha convenzionalmente un suo quadro d'origine, "Les Femmes d'Alger" di Picasso (1907), anche la storia della Réclame in Italia ha il suo punto di partenza nel manifesto di Giovanni Mataloni per la "Società anonima per l'incandescenza a gas", che arriva quattro anni dopo il

RÉCLAME CON STILE
Il fascino dei manifesti, coloratissimi emblemi del Liberty e del Decò

cambio di paradigma impresso da Toulouse-Lautrec con l'affiche de "La Goulou", (1891), tinte piatte, Japonais.

La pubblicità da allora diventa comunicazione a sé stante fatta di seduzione, a metà tra arte e industria, con il fine preciso di far acquistare qualcosa. Diventa linguaggio basato sulla rapidità che piacerà ai futuristi. Messaggio per l'uomo della strada celebrato nei film. Strumento preso a prestito dalla propaganda di regime. Palestra per letterati, D'annunzio in testa.

UN MONDO di desideri che ha visto artisti nascere pittori e diventare illustratori di fama all'ombra di imprenditori come Giulio Ricordi a Milano e Edmondo Chappuis a Bologna, che hanno creato stabilimenti tipografici per sviluppare la fab-

brica della comunicazione. Radiosa anch'essa come il Sol dell'Avvenire. La mostra della Fondazione Magnani-Rocca ("Pubblicità", a cura di Dario Cimarelli e Stefano Roffi, aperta fino al 10 dicembre) è l'occasione per immergersi nel magico mondo della comunicazione di prodotto. Ci sono i manifesti che una mostra con questo titolo deve avere, i grandi classici di Hohenstein, Metlicovitz e Dudovich, Cappiello e Codognato, Sepo, grandi e coloratissimi, emblemi del Liberty e del Decò, con le loro forme tipografiche studiate per l'occasione, caratteri di stampa che sono diventati marchi di fabbrica ancora oggi in uso (l'Olio Sasso, ad esempio).

QUESTA mostra convince per più motivi. Il primo è la capacità di stabilire un nesso diretto tra il momento della creazione, quindi il bozzetto a matita o acquerello, e la sua realizzazione finale a stampa cromolitografica. Ci sono voluti mesi di ri-

cerca, incrociando prestiti di gallerie specializzate (L'Image di Alasio) con altri di archivi aziendali, con il patrimonio infine di grandi collezionisti (Collezione Salce di Treviso) per riuscirci.

Poi la rassegna ha il merito di esplorare il percorso formativo di alcuni maestri dell'Illustrazione, mostrando passaggi inaspettati e aiutando a identificare meglio le figure degli illustratori nella loro evoluzione: un Erberto Carboni quasi orientalista degli anni '20 per i «profumi di lussu Orso di Parma», diventa poi nel 1954 capo dell'Ufficio comunicazione e grande amico di Pietro Barilla e disegna il manifesto della gallina e della «vera pasta all'uovo con cinque uova per chilogrammo», stilizzata come si faceva in quegli anni. Tutta un'altra cosa.

ALTRA figura che emerge in modo chiaro è quella di Marcello Nizzoli, di cui viene presentata una carrellata di bozzetti fatti quasi per gioco

negli anni '20 inseguendo delle ipotesi di pubblicità: per un insetticida (con uno scarafaggio trafitto da una mano-freccia); per un barattolo di sardine, con i pesciolini che fanno a gara a infilarsi; per un giornale, per un'assicurazione, fino ad arrivare ai bozzetti del Campari, vere e proprie opere d'arte o del Vov, una pubblicità in picchiata come il volo di Tullio Crali, futurista, sulla città. Se ci pensate è il Nizzoli che poi vincerà tre Compassi d'Oro, di cui uno per la Lettera 22 dell'Olivetti. Quant'è vite in una.

DIVERSE sezioni: quella sulla celebrazione della Patria, con manifesti di Duilio Cambellotti (sua la "Casina delle Civette" a Villa Torlonia); sui giornali d'epoca, da il Resto del Carlino celebrato da Hohenstein a il Giornale d'Italia di Bompard; sulla moda, con lo splendido colpo di genio (e di giallo) di Dudovich, che vinse il concorso per Borsalino raffigurando il cappello Zenith come natura morta in un contesto quasi monacromico e fece esclamare a Giulio Ricordi in puro dialetto milanese: «Questo risotto chi, me lo mangi no!». La seduzione in assoluto è quella di Plinio Codognato, che spacca l'obiettivo (si direbbe oggi) con un primo piano di femmine fatali contornate di bicchieri di spumante e presta l'immagine alla mostra. Fino ad arrivare al linguaggio del dopoguerra, alla nascita delle agenzie di pubblicità, ad Armando Testa.

Il tutto corredato da un catalogo con apparati critici molto convincenti, ricchi di citazioni e rimandi divertenti. Per tutti l'invito del critico Egisto Roggero, che aveva scritto nel 1920 il manuale "Come si riesce con la pubblicità", che a un certo punto, rivolto ai disegnatori, dice: «Siate sempre artisti, anche dipingendo cartelli o disegnando clichés di pubblicità!».

Decenni
di icone

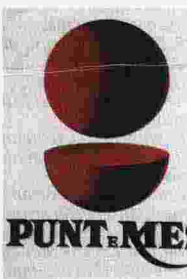
Hohenstein, 1898



Marcello Nizzoli, 1926



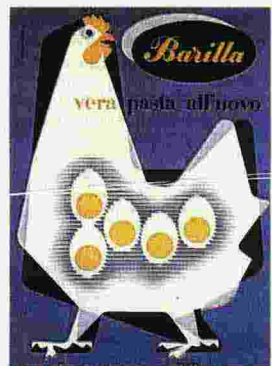
Giuseppe Riccobaldi, 1928



Armando Testa, 1960



A sinistra Armando Testa, "Borsalino" (1954) e a destra Erberto Carboni, "Barilla: vera pasta all'uovo", sempre del 1954



Associazione Museo della Carta di Pietrabuona di Pescia

Presentata nella nostra cittadina la storia di una eccellenza Toscana

Nell'era digitale dei telefonini, dei social network e dei tablet sembra strano parlare della carta. Oggi la tecnologia ci spinge a informatizzare i documenti, a svolgere le pratiche telematicamente per una questione di risparmio di tempo, energie e spese. Ma la carta è qualcosa di tangibile che difficilmente i computer sempre più sofisticati riusciranno a debellare; non solo, è qualcosa che si conserva nei secoli a differenza dei supporti informatici che non garantiscono la permanenza integra dei dati.

La carta è l'argomento che è stato trattato nell'incontro che si è svolto il 16 settembre al Portale degli Etruschi in cui è stato presentato il Museo della Carta di Pietrabuona di Pescia in rappresentanza del quale era presente Massimiliano Bini. L'evento è stato organizzato dal Comune di Massa Marittima nell'ambito della mostra dell'artista Olimpia Hruska "Esodo nel bosco", una serie di fotografie presentate con una nuova tecnica che unisce la stampa delle immagini con la pittura a olio. Sono opere realizzate su carta concessa proprio dal Museo della Carta.

Il processo di fabbricazione della carta fa parte della storia di Pescia dal 1710 quando è stato realizzato l'edificio della cartiera. Il distretto di Pescia è inserito in un percorso che unisce le aziende della

carta dal nome *La via della carta in Toscana*: si tratta di un protocollo d'intesa firmato da alcuni comuni della zona per unire le valli di origine della carta. L'antica Cartiera Le Carte, oggi annessa al Museo, ha prodotto la carta a mano fino al 1992 sotto la proprietà Magnani. Massimiliano Bini ha raccontato come la cartiera fosse un mondo a se stante, lì si viveva, si lavorava, ci si sposava tra persone dell'ambiente. Vi lavoravano uomini e donne svolgendo professioni maschili o femminili, un piccolo stato chiuso che, però, ha tracciato la tradizione di una terra che oggi si cerca di recuperare e trasmettere alle prossime generazioni. Nel 1992 è nata l'Associazione Museo della Carta di Pescia Onlus con lo scopo di proteggere, tramandare e far conoscere il processo di fabbricazione della carta.

Nel 2003 l'Associazione ha acquistato dalla proprietà Magnani la struttura dell'antica cartiera dove è stato realizzato il museo. Qui è conservato un patrimonio notevole consistente in macchinari, materiale archivistico e oggetti vari: oltre agli impianti originari del 700, l'Associazione si è preoccupata di recuperare tante collezioni di oggetti, attrezzi, utensili usati per fabbricare la carta a mano. Gran parte di questi oggetti sono stati catalogati, altri sono in fase di cataloga-

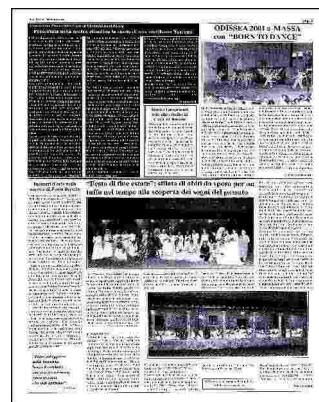
zione: timbri, cere di filigrana, forme da carta, calchi. Oltre a questo vi è tutto l'archivio aziendale delle Cartiere Magnani: circa seicento metri lineari di documenti che possono essere consultati dietro richiesta a cura degli interessati. In questo archivio è possibile osservare un documento scritto di pugno da Giacomo Puccini in cui acquistava della carta da musica o un altro scritto da Gabriele D'Annunzio che ordinava la carta da lettere.

Anche Napoleone Bonaparte si serviva dalle Cartiere Magnani.

L'obiettivo attuale è quello di tornare a fare la carta a mano. Per questo è nato il cosiddetto Gruppo dei Pratici: si sono riunite le maestranze del territorio ormai in pensione (mastri cartai, fili granisti, cucitrici) ed è stato loro chiesto di insegnare ai giovani dei mestieri che altrimenti si perderebbero. Ne è nato un progetto di comunità in cui si è riscontrato l'interesse delle giovani generazioni a prendere il testimone di una cultura insieme alle abilità manuali da tramandare e conservare nel tempo.

Se siete interessati a visitare il Museo, dove si organizzano visite guidate e laboratori didattici, potete trovare le informazioni sul sito www.museodellacarta.org.

Sandra Poli



SCHIAVON. Dai Poli Domenica sul set "Di padre in figlia"

Domenica 1 ottobre, in occasione della 21ª edizione di Distillerie Aperte, la distilleria Poli di Schiavon racconta come è diventata sede della fiction Tv "Di apre in figlia", facendo rivivere le vicissitudini della famiglia Franza. Verranno riproposte le scene più toccanti della serie Rai, vista da sette milioni di telespettatori. Il backstage è stato documentato nei vari locali. La troupe ha lavorato due settimane in distilleria, insegnando il dialetto vicentino agli attori e raccontando al regista cosa significa essere una famiglia di grappaiole da oltre cent'anni. Ingresso libero dalle 10 alle 18; nel **museo aziendale** la storia di un'azienda che affonda le radici a fine Ottocento. ●



Apri il museo "Mut", dove l'arte si fa largo tra le ceramiche

Fiorano. La Mutina ha inaugurato nei suoi stabilimenti uno spazio espositivo dedicato alle opere contemporanee

► FIORANO

«L'arte contemporanea - spiega Massimo Orsini, amministratore delegato della ceramica Mutina spa - è per me un luogo in cui mi sento a mio agio, dove respiro, un luogo che mi porta a conoscerne altri in un percorso ideale fatto di personali letture sul presente. Da dodici anni lavoriamo con i designer e ora abbiamo deciso di dedicarci anche all'arte contemporanea, attraverso il progetto "Mutina for art" io del resto sono un appassionato di fotografia e di cinema». Chi pensa ancora oggi che le imprese ceramiche del comparto sassolese siano "solo" fabbriche deve ricredersi: già da anni alcune riflettono sulla propria storia attraverso la predisposizione di archivi e di **musei aziendali**. Ma Mutina da ieri ha fatto

qualcosa in più, non solo ha inaugurato un nuovo showroom con cinque nuove collezioni di piastrelle affidate a designer internazionali, ma ha anche dato vita a un nuovo spazio espositivo - si chiama "Mut" - dedicato all'arte contemporanea.

Il progetto artistico è stato affidato a Sarah Cosulich, uno dei più noti critici d'arte italiani che ha diretto anche per cinque anni la fiera d'arte contemporanea Artissima di Torino. E non solo, oltre agli spazi espositivi c'è anche un lungo programma dedicato a talk - si chiama "Dialogue" - oltre al "This is not a prize", un premio assegnato annualmente. Fino a sabato l'azienda fiorense presenta "Mutina Unveils", cinque nuove collezioni, disegnate da designer di gran nome come Ronan & Erwan Bou-

roullec, Raw Edges e Patricia Urquiola, allestite nella sede disegnata negli anni '70 dall'architetto Angelo Mangiarotti. "Cover", la collezione della Urquiola, ad esempio, gioca con matericità e geometrie e queste novità si fondono con gli ampi spazi oggi dedicati appunto all'arte contemporanea.

«La prima mostra che abbiamo ideato - spiega la curatrice Sarah Cosulich - si intitola "Think of This as a Window" e prosegue fino a febbraio. È un progetto ambizioso dove si rispettano le opere e gli artisti in dialogo con la storia di questa ceramica. Partiamo con le opere di Orsini, che è collezionista oltre che imprenditore». Gli spazi espositivi sono suddivisi in tre grandi saloni, dove trovano spazio opere che hanno per tema il ritratto, il processo della costruzione artistica e il paesaggio.

saggio. «L'esposizione - conclude la curatrice - si sviluppa nelle sale che sono capitoli di un viaggio immaginario in tre generi fondamentali della tradizione storico artistica. In tutto i lavori sono una ventina, con alcuni dei maggiori protagonisti dell'arte contemporanea che rivelano i diversi approcci al tempo. Eterno, simbolico, astratto, controllato, primordiale».

Espongono Etel Adnan, Vincenzo Agnetti, Giorgio Andreotta Calò, Tacita Dean, Fischli / Weiss, Ceal Floyer, Francesco Gennari, Felix Gonzalez-Torres, On Kawara, Renato Leotta, Sherrie Levine, Marisa Merz, Cindy Sherman, Ettore Spalletti, Hiroshi Sugimoto, Wolfgang Tillmans, Goran Trbuljak, Franco Vimercati, Franz Erhard Walther, Cerith Wyn Evans.

Stefano Luppi



L'amministratore delegato Orsini fa da Cicerone nel museo



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

LA MOSTRA

Nervesa Moda la fabbrica nata dal pianto di un'operaia

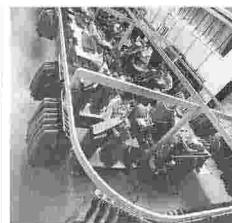
■ ZANGRANDO A PAGINA 38



A sinistra un modello durante una sfilata
A fianco il "dottor Caponi" entra in azienda
assieme al ministro Mario Ferrari Aggradi
Qui sopra una fase della lavorazione dei vestiti



Le operai al lavoro in fabbrica all'epoca del massimo splendore dell'azienda nervesana



La fabbrica nata dal pianto di un'operaia

Apri la mostra sulla Nervesa Moda Uomo: Giuliano Caponi la creò mosso dalle lacrime di una mamma rimasta disoccupata

di Gino Zangrando

NERVESA

La fabbrica è nata dalle lacrime di un'operaia licenziata da un laboratorio tessile. «Perché piangi?», le chiese Giuliano Caponi. «Perché ora non posso più comprare il latte per mia figlia». È stata la scintilla che ha spinto l'imprenditore a dare il via a questa storia.

L'amministrazione comunale e la biblioteca di Nervesa ricordano una delle storiche realtà industriali del paese, la Nervesa Moda Uomo, con una mostra fotografica e una conferenza. L'inaugurazione venerdì 22 settembre alle 18 presso la sala consiliare del municipio. La mostra, con immagini della storica fabbrica tessile, che dette lavoro a centinaia di nervesani e nervesane, sarà visitabile fino al 7 ottobre. Giovedì 28 settembre alle 20.45, sempre in municipio, si terrà la conferenza di Ilenia Dottori "L'eredità materiale, l'archivio della Nervesa Moda Uomo". La serata con la studiosa sarà moderata

dal consigliere comunale con la delega alla cultura, Paolo Zanatta. La ricerca sulla storia della Nervesa Moda Uomo, realtà imprenditoriale sorta a Nervesa della Battaglia nel 1961 e conclusasi nei primi mesi del 2005, nasce dal ritrovamento di un archivio aziendale molto vasto e differenziato all'interno dello stabilimento produttivo abbandonato, acquistato nel 2008 dagli imprenditori nervesani della famiglia Furlan all'asta fallimentare. Il materiale ha poi dato vita a quello che è diventato "l'archivio Franco Furlan" ed è rimasto inalterato fino al 2014 quando, per la prima volta, Ilenia Dottori - allora specializzanda al corso di laurea magistrale in filosofia della società, dell'arte e della comunicazione all'università Ca' Foscari di Venezia) si imbatté in una grande scatola impolverata contenente centinaia di foto di momenti della storia dell'azienda, della vita del fondatore Giuliano Caponi e dei suoi dipendenti.

Dottori ha realizzato la propria tesi di laurea sull'azienda

fondata da Giuliano Caponi, l'imprenditore originario di Empoli divenuto per tutti sul Montello "il dottor Caponi". La sua è la storia ammantata di leggenda di un industriale illuminato che è morto con la sua azienda. Secondo la tradizione Caponi sarebbe venuto a Nervesa da Empoli per chiudere un laboratorio tessile legato alla Brooklyn di proprietà di suo suocero. Comunicato il licenziamento a un'operaia, la vide piangere disperata. Caponi le chiese il motivo. «Non ho i soldi per dare il latte a mia figlia», rispose lei. L'imprenditore annullò il licenziamento e si diede da fare per creare quella che sarebbe poi diventata la "Nervesa Moda Uomo". Da allora fu un crescendo di risultati economici e di occupazione, arrivando a 250 dipendenti. Nel 1973 fece un accordo con la maison francese Yves Saint Laurent che portò a un grande successo fino agli anni '90.

Una storia legata indissolubilmente, per decenni, a quella del

territorio. Poi la crisi, implacabile, e un lento declino che portò un commosso Caponi a cedere la sua creatura per tre euro alla finanziaria genovese Igefi a gennaio del 2004. L'obiettivo era quello di salvare l'azienda e i posti di lavoro, ma così purtroppo non avvenne: nel 2005 si arriva al fallimento. Lo stesso giorno della prima udienza dell'istanza il "dottor Caponi" moriva a 76 anni. Era stato colpito da un male incurabile, ma secondo i suoi familiari a ucciderlo era stata la fine della sua azienda.

Un capitolo della tesi di Dottori è dedicato alla costruzione del mito di Caponi, che a Nervesa è stato anche filantropo e amministratore comunale democristiano. E poi ci sono ricordi straordinari dell'uomo Caponi, raccontati dalla voce delle ex dipendenti. Come quando si vestiva da Babbo Natale o si fermava in mezzo alla strada a dirigere il traffico per agevolare l'uscita di fabbrica dei suoi lavoratori. O quando portò un gruppo di dipendenti a Roma dal papa, in aereo.

La sede dell'azienda, allora Brooklyn in Bavaria. Anche le vecchie Fiat 600 raccontano un tempo che non c'è più

Gonna sopra il ginocchio, grembiule bianco, le lavoratrici della Nervesa Moda Uomo in posa per una foto di gruppo

Tutte le foto in municipio Si apre venerdì

NERVESA. L'inaugurazione della mostra fotografica "Nervesa Moda Uomo. Un'azienda che fece la storia" avverrà venerdì 22 settembre alle 18 presso la sala consiliare del municipio di Nervesa. L'esposizione sarà visitabile fino al 7 ottobre. L'ingresso è libero. Gli orari d'apertura saranno dalle 10 alle 22 da sabato 23 settembre a martedì 26 in

concomitanza con la sagra di Nervesa. Nei sabati e nelle domeniche successive l'esposizione sarà dalle 10

alle 12.30 e dalle 16 alle 19, mentre sarà visitabile nei normali orari di lavoro degli uffici comunali nei giorni feriali. Giovedì 28 settembre alle 20.45, sempre in municipio, si terrà la conferenza di Ilenia Dottori (in foto) "L'eredità materiale. L'archivio della Nervesa Moda Uomo". Parte del lavoro di ricerca di Dottori è dedicato al "mito" del fondatore, Giuliano Caponi. (g.z.)



Nascita, boom e declino in uno straordinario archivio di immagini riscoperto da una studentessa e diventato una **tesi di laurea**



UN'AZIENDA, UN PAESE

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

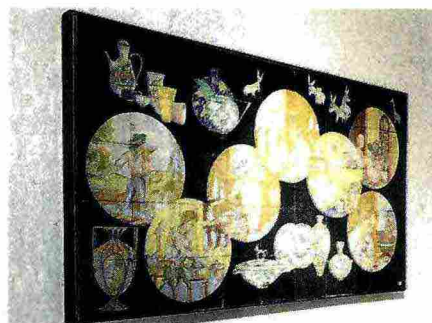
Ceramica di Vietri: Museo Francesco De Maio

Uno spazio per la storia e il presente dietro il vetro

A Nocera Superiore, a poca distanza da Vietri sul Mare, in provincia di Salerno, il Museo della Ceramica Francesco De Maio è pronto, manca solo la grande vetrata che metterà in comunicazione lo spazio espositivo con la manifattura omonima. Permetterà ai visitatori di vedere la fase di decorazione delle piastrelle, che qui viene fatta secondo la tecnica tradizionale: «La nostra attrezzatura non è cambiata nel tempo: sono le mani», racconta Patrizia Famiglietti, direttrice creativa dell'azienda Ceramica Francesco De Maio, ideatrice e curatrice del museo. L'apertura ufficiale al pubblico? «Speriamo per Natale», risponde.

Il territorio di Vietri è uno degli antichi centri ceramici italiani e la cittadina ospita il Museo della ceramica Villa Guariglia, costituito nel 1981 per raccogliere i pezzi storici della produzione vietrese, con grande varietà di *riogiole*, cioè delle tipiche maioliche decorate.

«Il nostro è un museo aziendale - spiega Famiglietti - e nasce da una promessa fatta a mio suocero (Francesco De Maio, ndr): a distanza di dieci anni ci sono riuscita. Racconta la produzione della famiglia De Maio-Cassetta, che è anche una sintesi di che cosa è la ceramica vietrese». Tra gli oggetti esposti un documento che attesta come il 3 ottobre 1494 il maestro di cotto Matteo Cassetta vendette a Franceschetto Longo cinquanta lancelle «per riporvi olio». In epoca più recente, la storia dell'azienda parte da Giuseppe Cassetta, nato nel 1894, imparentato con quella famiglia Tajani che aveva realizzato nel 700 gli embrici maiolicati verdi, gialli e azzurri del Duomo di Vietri sul Mare. Nel 1944 fonda la sua Ceramica artistica Cassetta. Sua figlia Vincenza, in seguito, sposa Francesco De Maio, di una famiglia che lavorava il cotto tra le cave d'argilla di Ogliara (frazione del comune di Salerno) e crea con lui nel 1963 la Ceramica Francesco De Maio, condotta oggi dal figlio Gianni.



In esposizione. Uno dei pezzi del Museo della Ceramica Francesco De Maio

Nel museo, tenendo il filo di questa storia di produzione ceramica, in vetrina piastrelle, pannelli, oggetti artistici, una banda musicale in 50 statuine, bozzetti, disegni, ma anche spatole, schiuma di mare, forme per il cotto a mano. Insieme a tante foto. Pezzo forte dell'esposizione le piastrelle che Gio Ponti realizzò tra il 1960 e il 1962 per l'Hotel Parco dei Principi di Sorrento insieme alla ex Ceramica D'Agostino di Salerno, rilevata dal Gruppo Francesco De Maio nel 1990. I 33 decori delle maioliche Blu Ponti (27 originali e 6 realizzati da disegni originali) sono oggi prodotti in licenza dall'azienda e sono stati presentati al Cersaie nel 2016. «Quest'anno porteremo la versione in verde, e poi in rosso, giallo e nero», racconta Famiglietti. «Nel museo - continua - ci sono anche i bozzetti in ceramica che Giuseppe Cassetta fece alla fine degli anni 40 su disegno di Gio Ponti: l'aveva conosciuto negli anni in cui lavorava per Max Melamerson con Guido Gambone. In esposizione ci sarà anche una sintesi della mostra, in cui siamo stati coinvolti, alla Triennale di Milano *Gio Ponti: L'Infinito Blu*, conclusa a marzo e dedicata proprio al progetto per l'Hotel Parco dei Principi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'opera
La storia italiana
e mondiale:
i due secoli
da raccontare
Petronio a pag. 46



La storia italiana e mondiale ricostruita attraverso il patrimonio documentale dell'archivio storico delle Assicurazioni Generali

I due secoli da ricordare

IL LIBRO

È il racconto di due secoli di storia, italiana e mondiale, costruito attraverso il prezioso patrimonio documentale dell'Archivio storico delle Generali, che ha percorso l'Ottocento e il Novecento lasciando un segno profondo nella trama economica e politica, nazionale e internazionale. A Palazzo Pallavicini ieri si è riunito un parterre dal profilo economico ed istituzionale per la presentazione dell'opera «Generali nella Storia», pubblicata dalle Generali con l'editore Marsilio.

La sua trama offre infiniti spunti di approfondimento sulla nostre vicende geo-politiche e sociali oltre che finanziarie, analizzando il presente e il passato con lo sguardo alle sfide del futuro prossimo. La sala è gremitissima. In prima fila seguono il filo della conversazione il presidente di Assicurazioni Generali **Gabriele Galateri di Genola**, l'imprenditore ed editore **Francesco Gaetano Caltagirone**, che di Generali è vicepresidente, il direttore generale di Bankitalia **Salvatore Rossi** e il presidente Censis **Giuseppe De Rita**. Al tavolo dei relatori sono stati chiamati il presidente della Marsilio editori **Cesare de Michelis**, il direttore senior



In alto da sinistra: il ministro Dario Franceschini, Paola Severino e, a seguire, Paolo Mieli con Luigi Abete e Salvatore Rossi
A destra Nancy Brilli. Sopra, da sinistra, l'editore Francesco Gaetano Caltagirone, Gabriele Galateri di Genola, Philippe Donnet
(foto RINO BARILLARI e LAPRESSE)

per gli Affari europei di Aspen Institute **Marta Dassù**, il direttore dell'Istituto per gli Studi di politica internazionale **Paolo Magri**, il rettore della Luiss **Paola Severino**, il giornalista **Paolo Mieli**, storico e au-

tore della prefazione dell'opera scritta dagli archivisti del gruppo.

L'amministratore delegato delle Generali, **Philippe Donnet**, apre il dibattito: «La nostra è una start up che ha duecento anni di storia. Dob-



biamo essere in grado di innovare restando fedeli alla nostra tradizione». Interviene il ministro dei Beni Culturali e del turismo **Dario Franceschini**, dopo aver espresso i suoi complimenti per l'iniziativa: «Quello degli archivi aziendali è un patrimonio da tutelare e valorizzare, e di cui dobbiamo essere orgogliosi. Gli archivi rappresentano anche luoghi straordinari di innovazione e ricerca, sparsi su tutto territorio nazionale». E aggiunge: «L'esperienza Generali ci aiuta in questa direzione: dobbiamo sostenere le aziende che vogliono aprirsi all'estero». Il curriculum autografo di Franz Kafka, la polizza di papa San Pio X, l'incendio del Teatro La Fenice: sono solo alcune delle vicende raccontate dalla pubblicazione che de Michelis racconta come un'esperienza straordinaria: «E' un'opera costruita con pazienza e con un tema straordinario: la storia di un'impresa che diventa capitolo della storia civile dell'Europa moderna». In sala ci sono, fra gli altri, l'imprenditrice **Luisa Todini**, **Clemente Rebecchini**, **Diva Moriani**, il capo della segreteria del Quirinale **Simone Guerrini**, **Nancy Brilli** e un'icona della nostra storia sportiva, **Adriano Panatta**.

Roberta Petronio

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 081231

Settimo Torinese Successo per il brano di Francesco Fiore commissionato dalla Fondazione Pirelli

Accardo intona il Canto della fabbrica

«Questa musica torna dov'è nata»

di Marco Bardesono
e Marco Del Corona

SETTIMO TORINESE Il canto della fabbrica si è preso la fabbrica. La musica ha domato le macchine. Applausi scroscianti, pubblico in piedi per Salvatore Accardo, direttore e violino solista, e per la sua Orchestra da Camera italiana che hanno battezzato la composizione di Francesco Fiore dentro lo stabilimento della Pirelli di Settimo Torinese.

In novecento, per un terzo dipendenti dell'azienda e loro familiari, hanno seguito il brano di Fiore, inserito nel cartellone del festival MiTo, che quest'anno il direttore artistico Nicola Campogrande ha voluto dedicare alla natura. E intorno alla natura — perché l'uomo è natura, e dalla natura ha imparato a trasformare il mondo e se stesso — la musica ieri sera, anche ieri sera, ha preso vita.

Prima il *Concerto* per due violini di Bach (qui Accardo era affiancato da Laura Gorna, sua moglie), quindi la novità assoluta di Fiore (era stata preceduta giovedì da un'affollatissima e altrettanto applaudita anteprima al Piccolo Teatro Studio Melato di Milano, sempre per MiTo), infine la *Serenata* di Ciaikovskij. Tripudio finale, amplificato dall'acustica di un ambiente dove i suoni della fabbrica hanno lasciato spazio alla musica, penetrata nel cuore dello stabilimento: il

reparto confezione degli pneumatici. Macchine e pneumatici come quinte dell'esecuzione, ma anche elementi che hanno contribuito a ispirare il compositore. Il brano, infatti, è stato commissionato dalla Fondazione Pirelli e sia Fiore sia lo stesso Accardo erano stati accompagnati in un indispensabile sopralluogo nello stabilimento di Settimo Torinese, reinventato con un progetto avveniristico dall'architetto Renzo Piano, dove all'esterno ci sono ancora i ciliegi, ulteriore presenza della natura (*La fabbrica dei ciliegi* era il titolo della serata).

Il vicepresidente della Pirelli, Marco Tronchetti Provera, ha fatto gli onori di casa («non poteva che essere così, considerato il pregio dell'evento»); tra il pubblico, Vincenzo Boccia, presidente di Confindustria; la vice Licia Mattioli; Carlo Bonomi, presidente Assolombarda; Dario Gallina, leader degli industriali piemontesi. In prima fila anche la sindaca di Torino, Chiara Appendino, e l'assessore alla Cultura della Regione Piemonte, Antonella Parigi. «Per far vivere questo evento straordinario a tutti — ha detto il sindaco di Settimo Torinese, Fabrizio Puppo — abbiamo trasmesso il concerto in diretta su un grande schermo nella biblioteca comunale». Applausi e tutto esaurito anche lì.

Già in mattinata, durante le prove, la musica di Fiore aveva preso familiarità con gli am-

bienti della fabbrica, le condotte di metallo, spazi e prospettive tanto lontani da quelli di una sala da concerto eppure non estranei al *Canto* del violino: assisteva un piccolo gruppo «di dirigenti e di ingegneri», spiega Antonio Calabrò, direttore della Fondazione Pirelli, «e li ho visti profondamente emozionati».

Il *canto della fabbrica* è nato proprio da un'idea di Calabrò condivisa con la violinista Laura Gorna, e ha avuto subito in Salvatore Accardo la figura di riferimento. Il rodatisimo sodalizio artistico di Accardo con Fiore — romano, 50 anni a fine ottobre, tra i maggiori violinisti italiani e docente a Cremona, al suo vero esordio da autore — ha fatto il resto. È stato proprio Accardo a suggerire che potesse essere Fiore, che considera un «musicista tra i più completi», a comporre una pagina che celebrasse la relazione tra la musica e le forme più sofisticate dell'artigianato. Chiosa Calabrò: «Salvatore Accardo è molto a suo agio con questo brano perché è suo figlio. Questa sera abbiamo sentito la musica tornare là dove è nata».

La richiesta della Fondazione Pirelli che il brano fosse destinato allo stabilimento di Settimo Torinese ha indirizzato il lavoro di Fiore che, come lui stesso ha avuto modo di spiegare, ha trovato tutt'altro che forzata l'analogia tra musica e fabbrica, due diverse modalità di creazione umana. An-

che l'ascoltatore non specialista sente nel *Canto della fabbrica* aria di Novecento (dalle parti di Šostakovic, per così dire) mentre la passione dell'autore per il contrappunto emerge nella fuga che si manifesta vigorosa verso la metà della composizione. Il gusto del fare appare evidente anche nel sottotitolo, che evoca una terminologia antica: *Ricerca su Mi Do Sol Do diesis*. Una cellula di quattro note elaborata, ripasmata e lanciata in una metamorfosi che evoca — da lontano ma con rispetto — la pratica artigiana e industriale.

Accardo non esita a dirlo: «È un brano che sento congeniale». E Fiore, che ha scritto buona parte dell'opera durante i suoi frequenti soggiorni in un paesino della val di Fiemme (ancora la natura...), ammette: «Mi ha colpito molto vedere come il maestro abbia fatto suo il *canto della fabbrica* e abbia percepito proprio come me il legame tra questa partitura e il luogo per il quale era stato pensato». Musica tecnicamente impegnativa. Non solo per il violino solista, spinto spesso sul registro sovracuto, ma anche per l'orchestra d'archi tutta.

Dedicato tanto impegno a padroneggiare *Il canto*, l'Orchestra da Camera italiana è destinata a tenerlo in repertorio: per cominciare, dopo Milano e Settimo Torinese e la consacrazione di MiTo, lo porterà a Roma l'11 dicembre al Teatro Eliseo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

In platea



● Marco Tronchetti Provera, vicepresidente della Pirelli, fotografato ieri sera a Settimo Torinese

● Vincenzo Boccia, presidente di Confindustria

● Licia Mattioli, vicepresidente di Confindustria

● Carlo Bonomi, presidente di Assolombarda

● Dario Gallina, presidente dell'Unione industriale di Torino

● Chiara Appendino, sindaca di Torino



Sopra: il concerto di ieri (foto Artesi/Sergi). Qui sotto: Salvatore Accardo (1941); il sopralluogo di Accardo con Antonio Calabrò, direttore della Fondazione Pirelli; Francesco Fiore (1967)



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

IL BABY COLLEZIONISTA DI MODELLINI IN VISITA AL MUSEO DELL'AZIENDA

La Piaggio realizza il sogno di Francesco Sull'Ape Car (vero) il baby collezionista di modellini Piaggio

Francesco Bongio, ideatore di un museo delle tre ruote
 ha fatto visita all'azienda e incontrato il manager Scardigno

» A Morbegno, comune lombardo di poco più di dodicimila abitanti, il tredicenne ha creato un'esposizione dedicata al veicolo costruito dal 1948 dall'azienda di Pontedera

Francesco Bongio, tredicenne di Morbegno, piccolo comune lombardo, "dirige" nella casa di suo zio Lorenzo un mini museo costituito con decine di modellini di Ape. Ieri, su invito della Piaggio, ha visitato a Pontedera il museo dell'azienda per ammirare da vicino quei veicoli che da sempre rappresentano la sua grande passione.

■ SILVI IN CRONACA

► PONTEDERA

Passeggia qua e là tra i vari esemplari con aria estasiata. Nel silenzio del salone i suoi passi compongono quasi una melodia. Fino a che da una porta del Museo Piaggio spunta Vincenzo Scardigno, responsabile mercato Emea ed Emerging Markets 3-4 Ruote. «Tu sei Francesco? Complimenti, ha fatto qualcosa di incredibile. Vieni qua, ho un regalo per te».

Scardigno consegna al tredicenne della provincia di Sondrio un modellino di Ape Calessino con tanto di targa intestata al giovanotto. Francesco Bongio ieri mattina non è capitato al

Museo Piaggio per caso. È stata l'azienda a invitarlo attraverso una mail. Perché a Morbegno, comune lombardo di poco più di 12.000 anime, c'è un museo dedicato all'Ape, veicolo che la Piaggio ha lanciato nel 1948. A dirigere il museo è proprio Francesco, che tra pochi giorni comincerà il suo ultimo anno di scuole medie. Tutto è nato da un modellino di Ape Car regalato dalla zia Silvia, sei anni fa. «Non so come spiegarlo, ma è sboccata subito la passione. L'Ape mi affascina - spiega Francesco - perché unisce l'utilità alla bellezza estetica. Come un camioncino, ma più bello». Il tour tra gli esemplari Piaggio prosegue e parlare con Francesco non è facile. Segue le spiegazioni della guida con attenzione, che lo porta verso l'angolo dedicato ai vari modelli di Ape. Il direttore del museo di Morbegno spulcia ogni angolo della carrozzeria con attenzione, anche se per lui i segreti sono davvero pochi. Conosce le diverse edizioni dell'Ape perfettamente.

Francesco, nella sua esposizione, allestita in una stanza dello studio professionale dello zio Lorenzo, ha suddiviso i suoi "gioielli" in ordine cronologico. E a Morbegno in molti hanno già visitato il tempio dell'Ape rintracciabile attraverso il sito (museoapecar-morbegno.blog-spot.it) o mail (museoapecar-morbegno@gmail.com).

Inoltre, il giovanissimo appassionato di una delle creazioni Piaggio più famose di sempre, ha studiato un sistema di mer-

chandising per finanziare il museo e quindi l'acquisto di nuovi modellini. «Ho iniziato da subito a collezionare modelli di Ape e nel 2011 ho aperto il museo. Dopo due anni, però, ho dovuto chiuderlo causa trasloco. Menomale - racconta Francesco - che mio zio Lorenzo mi ha dato la possibilità di usare una sala del suo studio».

Tra i gadget acquistabili dal museo di Morbegno ci sono alcune magliette con la stampa dei disegni fatti da Francesco. Riproduzioni a mano libera. Di che cosa? Naturalmente di Ape. Di ogni tipo. E proprio una di queste t-shirt è stata regalata dal direttore tredicenne a Scardigno. Mamma Claudia e babbo Sergio non hanno intenzione di spezzare la passione del figlio, anche se non vogliono che diventi un'ossessione: «Francesco sta portando avanti un interesse sano e nobile, ma sa benissimo che la priorità è la scuola. Inoltre, non vogliamo troppa pubblicità. Da quando si è sparsa la voce del museo ci hanno contattato un sacco di quotidiani. A dire il vero anche la televisione - conclude mamma Claudia -, ma ho preferito dire di no. I riflettori della tv mi sembrano eccessivi».

Tommaso Silvi

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Francesco Bongio con il manager Scardigno (Foto Silvi)



Francesco Bongio durante la visita al Museo Piaggio (Foto Franco Silvi)



Il baby direttore mentre osserva un modellino con i familiari

Luuk

MAGAZINE

ARTE

Museimpresa: alla scoperta degli oggetti simbolo del Made in Italy

RITA COTILLI
21 OTTOBRE 2017

Il termine “**oggetto**”, dal latino *obicĕre*, significa “porre innanzi” e indica ciò che viene percepito dall'uomo mediante i sensi. Alcuni oggetti, però, oltrepassando il limite semantico, sono diventati così familiari e indispensabili, da divenire **simboli impressi nella memoria collettiva**. Si tratta dei prodotti delle imprese che, negli anni, hanno contribuito alla ricchezza e allo sviluppo dell'Italia, diffondendo **il valore del Made in Italy nel mondo**.

L'importanza della valorizzazione della cultura imprenditoriale italiana è stato il tema dell'incontro organizzato mercoledì 18 ottobre da **Museimpresa**, dal titolo “**La Parola all'oggetto. I curatori dei musei e degli archivi d'impresa raccontano un oggetto simbolo dalle proprie collezioni**”. L'associazione, nata nel 2001, conta oggi 67 musei, archivi e fondazioni di grandi, medie e piccole imprese che narrano, attraverso oggetti e documenti, le storie inedite del nostro Paese.

Giancarlo Gonizzi dell'Archivio Storico Barilla ha raccontato l'origine del colore della **Blue Box, la scatola contenente la pasta italiana più famosa al mondo**. Dopo è stata la volta del sorso che incanta e poi strega, presentato da Emanuele Sacerdote, erede dell'azienda beneventina che **nel 1860 ha creato il Liquore Strega**, dall'inconfondibile colore oro dello zafferano. Giovanni Berera del Museo del Cavallo Giocattolo di Grandate (Como) ha

spiegato la nascita di Chicco Rodeo, il cavallino bianco, blu e rosso prodotto a partire dal 1986. È intervenuto anche Marco Amato del **Museo Mondo Milan con la supercoppa 1990 vinta dalla squadra rossonera**, opera di Silvio Gazzaniga, autore, dal 1974, dei trofei per i mondiali di calcio. Infine Barbara Foglia del MUMAC con **la Pitagora, la prima macchina per il caffè** ad adottare linee essenziali e ad utilizzare innovazioni come l'acciaio inox, il colore e la serigrafia, che le valsero importanti riconoscimenti, compreso il Compasso d'Oro.



Quelli presentati sono solo alcuni dei protagonisti del libro **“Icône d’Impresa – Gli oggetti che hanno fatto grande l’industria italiana”**, a cura di Francesca Molteni ed edito da Carocci, che svela il valore storico e culturale dei prodotti nati dall’ingegno e dalla maestria delle migliori aziende del nostro Paese.

Museimpresa è però altro ancora: ha organizzato la mostra itinerante **“50+! Il grande gioco dell’industria”**, che racconta le eccellenze del Made in Italy in tour in Italia e all'estero. Inoltre, è protagonista della **Settimana della Cultura d’Impresa**, manifestazione promossa da Confindustria ogni anno nel mese di novembre che, tramite eventi aperti al pubblico, promuove la condivisione di valori e idee per lo sviluppo di nuovi progetti. In occasione della sedicesima edizione, l'associazione ha deciso di puntare l'attenzione sui **“Linguaggi della crescita. Impresa, Cultura, Territorio”**, il *fil rouge* che unisce i diversi eventi organizzati per esaltare la promozione della cultura d'impresa.

Linguaggi della crescita. Impresa, Cultura, Territorio

10 novembre – 24 novembre 2017

Mi piace 0

Tweet

G+

Salva

TAGS: cultura, industria, Made in Italy, Museimpresa



RITA COTILLI

Potrebbe interessarti anche