

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica Museimpresa				
37	Corriere della Sera	09/01/2020	<i>DOMPE', CHIAVE BIANCHI, LUCANO E GRAGNANO ENTRANO IN MUSEIMPRESA</i>	2
19	Avvenire	15/01/2020	<i>MUSEIMPRESA SI APRE A QUATTRO NUOVI ASSOCIATI CALABRO': "DA QUI PARTONO I PROCESSI DI SVILUP (G.Matarazzo)</i>	3
1	L'Economia (Corriere del Mezzogiorno)	20/01/2020	<i>Int. a A.Calabro': "MUSEIMPRESA", LA MEMORIA DEL MEZZOGIORNO (P.Cacace)</i>	4
17	Il Quotidiano del Sud - Basilicata	15/01/2020	<i>"ESSENZA LUCANO" LA MOSTRA ENTRA IN "MUSEIMPRESA"</i>	6
50	Giornale di Merate	14/01/2020	<i>C'E' ANCHE IL "NOSTRO" ADDA NELLA MOSTRA DEDICATA A LEONARDO NEL MUNICIPIO DI CREMONA</i>	7
18	Il Gazzettino - Ed. Treviso	12/01/2020	<i>IL MUSEO DELLA CHIAVE ENTRA NELLE RETE DI MUSEIMPRESA</i>	8
19	La Nuova del Sud	12/01/2020	<i>PISTICCI, L'AREA ESPOSITIVA "ESSENZA LUCANO" NEL CIRCUITO MUSEIMPRESA</i>	9
21	Il Piccolo (Cremona)	11/01/2020	<i>IN ARRIVO A CREMONA "LA VOCE DELL'ADDA. LEONARDO E LA CIVILTA' DELL'ACQUA"</i>	10
39	La Tribuna di Treviso	11/01/2020	<i>LE CHIAVI BIANCHI DI CONEGLIANO A MUSEIMPRESA</i>	11
20	Mondo Padano	10/01/2020	<i>DA MILANO A CREMONA, LEONARDO E LA "VOCE DELL'ADDA"</i>	12
	Huffingtonpost.it	08/01/2020	<i>IMPRESE TRA MEMORIA E INNOVAZIONE, IL TURISMO INDUSTRIALE IN ITALIA E IN FRANCIA</i>	13
114/17	Pambianco Magazine	01/01/2020	<i>MUSEI O FONDAZIONI NELLE AZIENDE. COSI' IL BRAND INVESTE SUL FUTURO, PUNTANDO SULL'ARTE.</i>	16
Rubrica Musei Aziendali				
70/71	Civiltà' del Lavoro	30/12/2019	<i>IDENTITA' ITALIANA IN UN MERCATO SENZA CONFINI IL CAFFE' E LA NUVOLA</i>	20
102/05	Meeting & Congressi M&C	30/12/2019	<i>QUANDO LA LOCATION E' UN MUSEO...</i>	22
	Corriere della Sera	04/02/2020	<i>DESIGN, ECCO COME SARÀ IL MUSEO DEL COMPASSO D'ORO</i>	26
	Corriere della Sera"/"O kcpq	04/02/2020	<i>O QP WO GP VCNG.'NC'ECUC'F GN'F GUN P'P GNT'GEWRGTQ'FGN' S WCTVKG TG</i>	27
	Vgo r qUr qtv	04/02/2020	<i>UNA STORIA SCRITTA SUI BINARI</i>	28

Quattro nuovi associati Dompé, Chiave Bianchi, Lucano e Gragnano entrano in Museimpresa

Quattro nuovi entrati, che portano a 92 il numero totale di associati. Sono l'Archivio Dompé, il Museo della Chiave Bianchi 1770, Essenza Lucano e il Museo privato de la Fabbrica della Pasta di Gragnano i quattro nuovi associati alla rete di **Museimpresa**, l'Associazione italiana archivi e musei d'impresa nata nel 2001 e supportata da Assolombarda

e Confindustria. Quattro realtà «diverse e originali, che partecipano a rafforzare il patrimonio culturale e sono custodi di parti essenziali della memoria collettiva del nostro Paese, cardine fondamentale anche dei processi di innovazione e sviluppo» ha commentato Antonio Calabrò, presidente di **Museimpresa**. L'Archivio Dompé raccoglie oltre 20

mila documenti: carteggi, prodotti farmaceutici, fotografie, bozzetti pubblicitari, film per la formazione dei medici. Il Museo della Chiave Bianchi 1770, ospitato all'interno dello stabilimento produttivo di Conegliano dell'azienda Keyline, raccoglie circa duemila reperti tra chiavi, lucchetti, serrature e narra della più longeva dinastia familiare

che dal 1770 produce chiavi. Inaugurato a dicembre a Pisticci (Matera), lo spazio Essenza Lucano racconta 125 anni di storia dell'omonimo Amaro. Infine, il Museo privato de La Fabbrica della Pasta di Gragnano, provincia di Napoli, legato al pastificio della Famiglia Moccia, raccoglie più di 500 utensili. (m. cav.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



CULTURA AZIENDALE

Museimpresa si apre a quattro nuovi associati Calabrò: «Da qui partono i processi di sviluppo»

GIUSEPPE MATARAZZO

Fare, nello stesso tempo, impresa e cultura; guardare al futuro senza mai perdere la memoria; conciliare tradizione e innovazione. Sono tutte sfide possibili che dal 2001 promuove **Museimpresa**, l'Associazione italiana archivi e musei d'impresa (nata su input di Assolombarda con il supporto di Confindustria). Una realtà che da allora cresce e conquista sempre nuove aziende e marchi del made in Italy che colgono l'importanza di andare oltre il prodotto per narrarne la storia e quello che c'è dietro. Così il 2020 si apre con quattro nuovi associati, che si aggiungono a marchi come Piaggio, Pirelli, Peroni, Strega, Amarelli e tanti altri: sono Archivio Dompé, Museo della Chiave Bianchi 1770, Essenza Lucano e Museo privato de la Fabbrica della Pasta di Gragnano. «Queste nuove esperienze arricchiscono significativamente la nostra rete che raggiunge i 92 associati – dichiara Antonio Calabrò, presidente di **Museimpresa** –. Partecipano a rafforzare il patrimonio culturale e sono custodi di parti essenziali della memoria collettiva del nostro Paese, cardine fondamentale anche dei processi di innovazione e sviluppo. E adesso lavoreremo per raggiungere, nel 2020, il traguardo dei 100 associati».

L'Archivio Dompé raccoglie oltre 20.000 documenti, testimonianze della vita della famiglia e dell'azienda dalla metà dell'Ottocento fino agli anni '90 del Novecento: dai carteggi personali ai prodotti farmaceutici, passando per fotografie, bozzetti pubblicitari, film per la formazione. Il Museo della Chiave Bianchi 1770 ospitato all'interno dello stabilimento produttivo di Conegliano dell'azienda Keyline, raccoglie circa duemila reperti tra chiavi, lucchetti, serrature e macchine duplicatrici provenienti da tutto il mondo e risalenti a diverse epoche storiche e narra della più longeva dinastia familiare che dal 1770 produce chiavi. Ci sono poi due ingressi che arrivano dal Sud, dove ci sono ancora molti passi da compiere sul fronte della cultura aziendale, ma che sono certamente il segnale di un fermento positivo: il Museo privato de La Fabbrica della Pasta di Gragnano, legato al pastificio della famiglia Moccia, raccoglie più di 500 utensili, alcuni dei quali impiegati nelle prime fabbriche della famiglia. E poi ecco Essenza Lucano, lo spazio di Pisticci (il piccolo paese dove il prodotto è nato, a pochi passi da Matera) dell'omonimo amaro, fresco di inaugurazione per i 125 anni dell'eccellenza imprenditoriale della famiglia Vena in Basilicata.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





L'INIZIATIVA

**«MUSEIMPRESA»,
LA MEMORIA
DEL MEZZOGIORNO**

di Paola Cacace

V

Eccellenze a Sud**L'INCHIESTA****«MUSEIMPRESA»
LA MEMORIA DEL SUD**

Novanta associati in tutta Italia. Le ultime new entry sono quelle della Fabbrica della Pasta di Gragnano e di Essenza Lucano. Ma ci sono quelle della Liquirizia Giorgio Amarelli in Calabria; del Confetto Mucci Giovanni in Puglia e altri

di Paola Cacace

I musei e gli archivi d'impresa del Mezzogiorno ci raccontano che al Sud nonostante le molte difficoltà si può e si deve dare continuità alle nostre eccellenze produttive. E il recupero della memoria della manifattura del Meridione è una leva fondamentale perché si possa costruire un percorso di sviluppo che è per sua indole contemporaneamente turistico e manifatturiero». A parlare è Antonio Calabrò, direttore della Fondazione Pirelli e Presidente di **Museimpresa**, Associazione Italiana Archivi e Musei d'Impresa, che negli scorsi giorni si è ampliata dando il benvenuto a 4 nuove realtà, di cui 2 del Sud.

Si tratta dell'Archivio Dompé; del Museo della Chiave Bianchi

1770 e, per quanto riguarda il Mezzogiorno del Museo Privato de la Fabbrica della Pasta di Gragnano e di Essenza Lucano. «Con queste ultime new-entry siamo a 92 associati — continua Calabrò — presenti in ben 14 regioni italiane tra cui quelle del Mezzogiorno con il Museo della Liquirizia Giorgio Amarelli in Calabria; il Museo del Confetto Mucci Giovanni in Puglia; la Fondazione per l'Arte e la cultura Lauro Chiazzese in Sicilia, che è entrato a far parte della nostra rete da poco; e per l'appunto Essenza Lucano in Basilicata e il Museo della Fabbrica della Pasta Di Gragnano che fa così compagnia ad altri due associati campani ossia lo Spazio Strega e il Cartastorie, il Museo dell'Archivio Storico del Banco di Napoli».

In particolare **Museimpresa** svolge attività di ricerca, formazione, sviluppo e apprendimen-

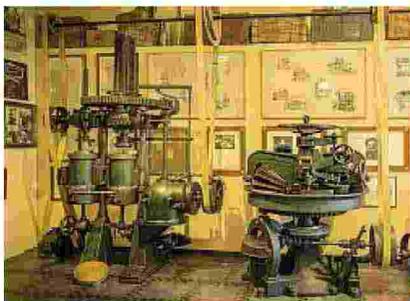
to su questi temi diventando un network che dialoga costantemente con istituzioni italiane e internazionali per valorizzare questi luoghi che in qualche modo raccontano l'eccellenza italiana. Non solo storica ma anche attuale. «Siamo nati ormai quasi 20 anni fa, nel 2001 — racconta Calabrò — con l'idea di valorizzare la memoria dell'impresa italiana non come giacimento di ricordi bensì come testimonianza delle caratteristiche fondanti dell'impresa italiana. Come testimonianza della nostra competitività. Spesso per definire le imprese italiane ricorro allo storico Carlo Maria Cipolla che diceva che l'industria italiana è abituata sin dal Medio Evo e a produrre all'ombra dei campanili cose belle che piacciono al mondo. Ecco in questa frase c'è la nostra storia economica e il nostro futuro. La ricetta della nostra competitività fatta di una vocazione multipla. La nostra è un'industria di produzione, di manifattura che però si interseca con i servizi propri delle città mercantili e marinare e che mettono in campo una complessità che vede fabbriche, banche, assicurazioni, trasporti lavorare gomito a gomito. Ecco perché la nostra industria è fatta di territorio, di competenze e di un'attitudine al bello che forse fa davvero la differenza». Una storia tra l'altro non composta da singole company town, città caratterizzate da una monocultura industriale ma da un tessuto industriale diffuso. «Che però è importante faccia rete. È anche questa la nostra mission; mettere insieme i custodi di questa storia industriale che hanno il ruolo non solo di raccontare il passato e la competitività e testimoniare il lavoro aziendale contemporaneo e la nostra cultura del saper fare. Una storia che ci consente di continuare a fare impresa e a conquistare i mercati più disperati unendo il funzionale al bello».

E in questa sintesi continua tra memoria e cultura ben si inseriscono le realtà del Mezzogiorno entrate a far parte di questa rete museale che racconta le forze e le eccellenze in grado di

metter in modo l'economia del nostro Paese. Come dimostrano le due new-entry del sud. Essenza Lucano è lo spazio espositivo dell'omonimo Amaro in quel di Pisticci, dove il prodotto è nato, a pochi passi da Matera, neo inaugurato nel mese di dicembre per celebrare i 125 anni dell'eccellenza imprenditoriale della Famiglia Vena in Basilicata. Un percorso immersivo e multisensoriale nel mondo di Amaro Lucano per valorizzare e raccontare il legame con la regione Basilicata e promuovere la storia e cultura aziendale. Questo mentre il Museo Privato de La Fabbrica della Pasta di Gragnano,

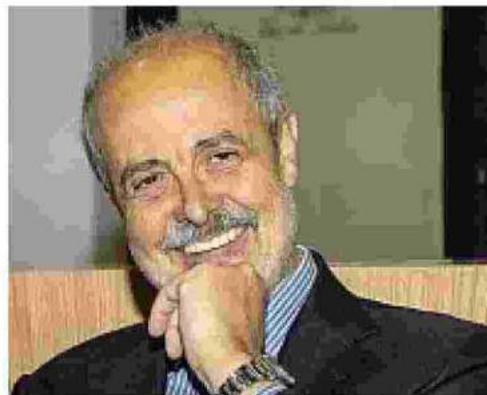
legato al pastificio della Famiglia Moccia, è il frutto di anni di ricerca di antica repertistica museale e raccoglie più di 500 utensili, come torchi e trafile, alcuni dei quali impiegati nelle prime fabbriche della famiglia. «Da uomo del Sud, nonostante i tanti anni passati a Milano — conclude Calabrò — sono convinto che esista una grande capacità imprenditoriale nel nostro Sud, anche nella manifattura. Ed è necessario tornare a parlare di fabbrica e la memoria della produttività può essere una leva fondamentale per il vero rilancio della nostra economia».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Antonio Calabrò, direttore Fondazione Pirelli e presidente di Museimpresa

Gli archivi storici ci raccontano che al Sud nonostante le molte difficoltà si può dare continuità alle nostre eccellenze



Il museo della Pasta di Gragnano dove sono esposti gli antichi macchinari



Il museo Essenza Lucano è lo spazio espositivo dell'Amaro a Pisticci, dove il prodotto è nato, a pochi passi da Matera



Il museo celebra i 125 anni dell'amaro prodotto dalla famiglia Vena in Basilicata



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

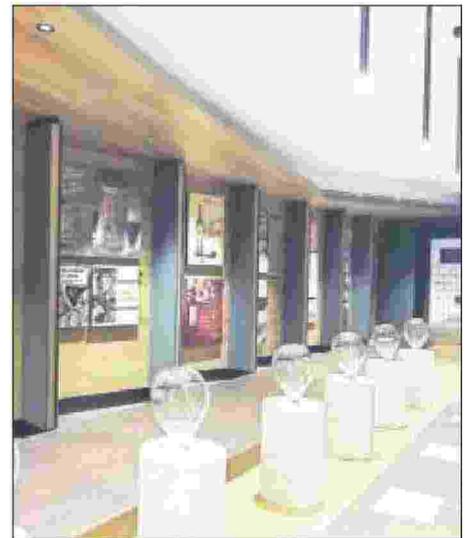
■ PISTICCI Associazione italiana degli archivi d'impresa “Essenza Lucano”, la mostra entra in “Museimpresa”

PISTICCI. “Essenza Lucano”, lo spazio espositivo interattivo e multisensoriale in cui si raccontano oltre 125 anni di storia di una famiglia, di un antico saper fare e di un prezioso territorio, entra ora a far parte di “Museimpresa”, l'associazione italiana Archivi e Musei d'impresa, per perseguire gli obiettivi comuni di promozione e valorizzazione della storia dell'imprenditoria italiana. «Tra le più antiche e iconiche imprese lucane, con questo ingresso come primo associato della Basilicata, Lucano valorizza il ruolo di Essenza come attrattore culturale e sociale della Lucania, dando concretezza alla precisa scelta di apertura e di dialogo con il territorio d'origine, le istituzioni locali e la sua gente, creando una destinazione nella destinazione», si legge in una nota dell'azienda pisticcese. Cultura d'impresa e made in Italy sono al centro dei

progetti di Lucano e Museimpresa, ed è proprio in questo contesto che la famiglia Vena, proprietaria da più di 125 anni dello storico marchio, ha deciso di raccontare e condividere storie inedite, oggetti, foto e documenti in un luogo davvero significativo, direttamente collegato con lo stabilimento produttivo di Pisticci Scalo, attraverso una vetrata panoramica che “svela” il segreto dell'Amaro.

Un racconto che, a partire dal giardino aromatico dove è possibile respirare l'inebriante profumo delle 32 erbe officinali utilizzate per produrre l'Amaro Lucano, conduce il visitatore tra antichi torchi in noce, tradizionali alambicchi, ampole olfattive e immagini delle celebri campagne pubblicitarie, a testimonianza non solo della costante dedizione della famiglia Vena che da quattro generazioni è a capo dell'azienda, ma anche

dell'attaccamento alla tradizione e al territorio, fattori che da sempre hanno contraddistinto il successo del celebre Amaro. Essenza Lucano non è soltanto uno spazio espositivo ma anche un luogo dove gli appassionati possono degustare il sapore unico ed equilibrato del celebre liquore e tutti gli altri prodotti del portfolio Lucano. Collegamenti fra passato e futuro che parlano di persone, lavoro cultura e innovazione, 20.000 mq dove tradizione, esperienza e innovazione si fondono. «Avere una tradizione e un patrimonio da conservare e condividere è la premessa per un futuro consapevole; per questo Lucano ha deciso di investire nella propria storia, mettendo a disposizione della collettività



La mostra di Essenza Lucano

uno spazio che valorizza il bagaglio culturale della nostra azienda nata oltre 125 anni fa. -dichiara Francesco Vena, amministratore delegato di Lucano 1894 Srl. È un privilegio entrare a far parte della prestigiosa rete di Museimpresa. L'ingresso di Essenza Lucano tra gli associati rappresenta infatti per noi tutti l'opportunità di valorizzare ulteriormente il nostro patrimonio e il nostro territorio».



Il ponte San Michele, ma non solo, nelle immagini in esposizione dal 16 gennaio fino al 28 febbraio

C'è anche il «nostro» Adda nella mostra dedicata a Leonardo nel municipio di Cremona

CREMONA (sme) «La voce dell'Adda. Leonardo e la civiltà dell'acqua».

C'è anche un po' della nostra Brianza nella mostra che verrà inaugurata mercoledì 15 gennaio nella splendida Sala degli Alabardieri del Comune di Cremona e che sarà dedicata al profondo legame del genio di Vinci con il corso d'acqua che taglia anche buona parte di Meratese. Ed è proprio una suggestiva immagine del ponte San Michele, tra Paderno e Calusco, a essere stata scelta per la copertina dell'esposizione, organizzata da Fondazione Aem e Gruppo A2A e che rimarrà aperta dal 16 gennaio al 28 febbraio.

La mostra, dallo spiccato carattere culturale e divulgativo, celebra l'anniversario

dei cinquecento anni dalla morte di Leonardo da Vinci fra i primi scienziati, intellettuali e artisti ad intuire le incredibili risorse del grande fiume - e attraverso fotografie riprodotte su pannelli ricostruisce l'andamento dell'Adda. Dalle sorgenti nelle Alpi Retiche ci si sposta in Valtellina, per giungere fino a Cremona, attraverso immagini delle grandi strutture idroelettriche dell'ex municipalizzata milanese, opere di archeologia industriale, vedute e scorci del territorio e del contesto montano, naturalistico, tecnologico, agricolo e sociale.

L'itinerario della rassegna - che vede la presenza di autorevoli fotografi quali **Antonio Paoletti, Guglielmo Chiolini, Gianni Berengo Gardin, Francesco Radino,**

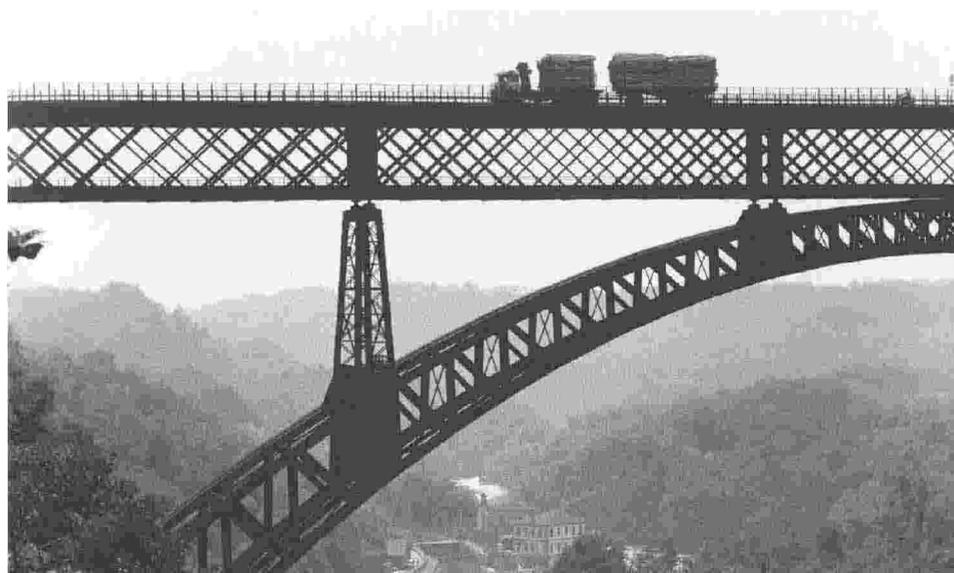
Luigi Bussolati - spazia dalle rare immagini della seconda metà dell'Ottocento del Fondo Vismara, a quelle degli anni Trenta e Cinquanta, fino al ricco Fondo Contemporaneo degli anni Ottanta e alle più recenti campagne fotografiche commissionate da Fondazione Aem. A corredo, inedite rappresentazioni cartografiche provenienti dall'Ufficio del Genio Civile di Sondrio e le artistiche raffigurazioni del medio-basso corso dell'Adda a cura di **Albano Marcarini**, oltre a citazioni e riferimenti letterari dedicati al territorio, che culminano con una riflessione sulla civiltà dell'acqua e Milano attraverso il ruolo fondamentale dei Navigli.

L'esposizione mette in luce la valorizzazione del pa-

trimonio dell'impresa e si avvale dei patrocini di Regione Lombardia, Comune di Cremona, Comune di Milano, Comune di Sondrio, **Museimpresa**, Rete Fotografia, Milano e Leonardo.

La mostra, a seguito della sua prima esposizione milanese dal 28 ottobre al 27 dicembre, che ha riscosso grande successo, sarà poi esposta a Sondrio dal 21 maggio al 26 giugno di quest'anno, in collaborazione con enti e comuni locali.

La mostra si tiene nella Sala degli Alabardieri del municipio di Cremona (piazza del Comune) e sarà aperta dal lunedì al venerdì dalle ore 9 alle 18 con ingresso da Spazio Comune in piazza Stradivari; sabato dalle ore 9 alle 18 e domenica dalle ore 9 alle 17 con ingresso dallo scalone del palazzo.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Il museo della Chiave entra nelle rete di **Museimpresa**

► **Interno all'azienda**
Keyline raccoglie circa duemila reperti

CONEGLIANO

Il museo della Chiave Bianchi 1770 di Conegliano entra nella rete di **Museimpresa** - l'Associazione Italiana Archivi e Musei d'Impresa - assieme ad altre tre realtà: Archivio Dompè, Essenza Lucano e Museo Privato de la Fabbrica della Pasta di Gragnano. Sale così a 92 il numero totale degli associati, un bel traguardo per **Museimpresa** che ha chiuso il 2019 con 8 nuovi soci ordinari dall'inizio dell'anno, confer-

mando così la sua presenza in oltre 11 regioni italiane, grazie alle realtà aziendali - musei, ar-

chivi, biblioteche - che hanno deciso di promuovere la propria **cultura d'impresa**.

Il Museo della Chiave Bianchi 1770 è ospitato all'interno dello stabilimento produttivo di Conegliano dell'azienda Keyline, raccoglie circa duemila reperti tra chiavi, lucchetti, serrature e macchine duplicatrici provenienti da tutto il mondo e risalenti a diverse epoche storiche e narra della più longeva dinastia familiare che dal 1770 produce chiavi. È una delle collezioni private più complete, nata dalla passione di Massimo Bianchi, che insieme alla moglie Mariacristina Gribaudo gestisce l'azienda.

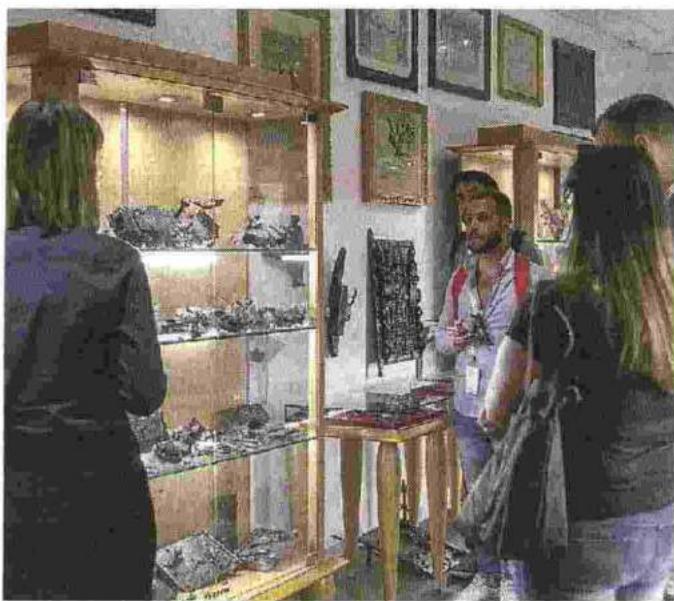
Cultura d'impresa e Made in Italy sono al centro dei progetti di **Museimpresa**, l'associazione Italiana Archivi e Musei d'Impresa nata nel 2001 per riunire musei e archivi di grandi, medie e piccole imprese italiane che mettono il loro patrimonio a disposizione della collettività. **Museimpresa** svolge attività di ricerca, formazione, sviluppo e approfondimento nel campo della museologia e dell'archivistica d'impresa. Negli anni è diventato un network che dialoga costantemente con enti culturali, istituzioni private e pubbliche, tra cui il ministero dei Beni e delle attività culturali, il ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca,

il ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazio-

nale. «Salutiamo con entusiasmo i nuovi associati Museo della Chiave Bianchi 1770, Archivio Dompè, Essenza Lucano e Museo Privato de la Fabbrica della Pasta di Gragnano - dichiara Antonio Calabrò, Presidente di **Museimpresa** - Queste quattro realtà arricchiscono significativamente la rete della nostra associazione; sono imprese diverse e originali, che partecipano a rafforzare il patrimonio culturale e sono custodi di parti essenziali della memoria collettiva del nostro Paese, cardine fondamentale anche dei processi di innovazione e sviluppo. E adesso lavoreremo per raggiungere, nel 2020, il traguardo dei 100 associati».

Pio Dal Cin

© RIPRODUZIONE RISERVATA



DA NON PERDERE Il museo della Chiave Bianchi alla Keyline

NEL MONDO È UNA DELLE COLLEZIONI PIÙ COMPLETE E NARRA DELLA PIÙ LONGEVA DINASTIA DEL SETTORE



Nuova conquista per l'azienda dell' Amaro
Pisticci, l'area espositiva
"Essenza Lucano"
nel circuito **Museimpresa**



PISTICCI. Anche Essenza Lucano lo spazio espositivo di Pisticci entra a far parte della rete di **Museimpresa**, l'associazione Italiana Archivi e Musei che si amplia e dà il benvenuto a quattro nuove realtà: oltre a quella dell'azienda pisticoese entrano a far parte del circuito Archivio Dompé, Museo della Chiave Bianchi 1770 e Museo Privato della Fabbrica della Pasta di Gragnano. Sale così a 92 il numero totale degli associati, un bel traguardo per **Museimpresa** che ha chiuso il 2019 con 8 nuovi soci ordinar

Un percorso multisensoriale per valorizzare il legame con la Basilicata e raccontare la storia aziendale dei Vena

toriali della Famiglia Vena in Basilicata. Un percorso immersivo e multisensoriale nel mondo di Amaro Lucano per valorizzare e raccontare il legame con la regione Basilicata e promuovere la storia e cultura aziendale. L'Archivio Dompé raccoglie oltre 20mila documenti, testimonianze della vita della famiglia e dell'azienda dalla metà dell'Ottocento fino agli anni '90 del Novecento: dai carteggi personali ai prodotti farmaceutici, passando per fotografie, bozzetti pubblicitari, riviste culturali, film per la formazione dei medici, fino al materiale della prima sponsorizzazione delle Olimpiadi Invernali di Cortina del 1956. Ulteriore nuovo socio è il Museo della Chiave Bianchi 1770: ospitato all'interno dello stabilimento produttivo di Conegliano dell'azienda Keyline, raccoglie circa duemila reperti tra chiavi, lucchetti, serrature e macchine duplicatrici provenienti da tutto il mondo e risalenti a diverse epoche storiche e narra della più longeva dinastia famigliare che dal 1770 produce chiavi. E' una delle collezioni private più complete, nata dalla passione di Massimo Bianchi, che insieme alla moglie Mariacristina Gribaudo gestisce l'azienda. Infine, il Museo Privato de La Fabbrica della Pasta di Gragnano, legato al pastificio della Famiglia Moccia, è il frutto di anni di ricerca di antica repertistica museale e raccoglie più di 500 utensili - come torchi e trafilate - alcuni dei quali impiegati nelle prime fabbriche della famiglia.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

MOSTRA**IN ARRIVO A CREMONA "LA VOCE DELL'ADDA. LEONARDO E LA CIVILTÀ DELL'ACQUA"**

Sbarca a Cremona la mostra "La voce dell'Adda. Leonardo e la civiltà dell'acqua. Milano, Cremona, Sondrio", città molto legata a questo fiume, cui è dedicata l'esposizione a cura di Alberto Martinelli e Fabrizio Trisoglio, visitabile dal 16 gennaio al 28 febbraio presso la sala degli Alabardieri del Comune di Cremona. In occasione dell'inaugurazione, in programma mercoledì 15 gennaio alle ore 18, interverranno il sindaco Galimberti, l'assessore ai Sistemi Culturali, Giovanni, Politiche della Legalità Luca Burgazzi, il presidente della Fondazione Aem Alberto Martinelli, il fotografo Francesco Radino e il responsabile Scientifico Fondazione Aem Fabrizio Trisoglio. A seguire si assisterà all'importante proiezione dell'inedito documentario "Una città di luce", realizzato dall'associazione memoMI e dedicato alla storia di Aem e dell'illuminazione di Milano. La mostra, dallo spiccato carattere culturale e divulgativo, celebra l'anniversario dei cinquecento anni dalla morte di Leonardo da Vinci - fra i primi



scienziati, intellettuali e artisti ad intuire le incredibili risorse del grande fiume - e attraverso fotografie riprodotte su pannelli ricostruisce l'andamento dell'Adda. Dalle sorgenti nelle Alpi Retiche ci si sposta in Valtellina, per giungere fino a Cremona, attraverso immagini delle grandi strutture idroelettriche dell'ex municipalizzata milanese, opere di archeologia industriale, vedute e scorci del territorio e del contesto montano, naturalistico, tecnologico, agricolo e sociale. L'itinerario della rassegna - che vede la presenza

di autorevoli fotografi quali Antonio Paoletti, Guglielmo Chiolini, Gianni Berengo Gardin, Francesco Radino, Luigi Bussoletti - spazia dalle rare immagini della seconda metà dell'Ottocento del Fondo Vismara, a quelle degli anni Trenta e Cinquanta, fino al ricco Fondo Contemporaneo degli anni Ottanta e alle più recenti campagne fotografiche commissionate da Fondazione Aem. A corredo, inedite rappresentazioni cartografiche provenienti dall'Ufficio del Genio Civile di Sondrio e le artistiche raffigurazioni del medio-basso

corso dell'Adda a cura di Albano Marcarini, oltre a citazioni e riferimenti letterari dedicati al territorio, che culminano con una riflessione sulla civiltà dell'acqua e Milano attraverso il ruolo fondamentale dei Navigli. L'esposizione, ideata e promossa da Fondazione Aem-Gruppo A2A, mette in luce la valorizzazione del patrimonio dell'impresa e si avvale dei patrocini di Regione Lombardia, Comune di Cremona, Comune di Milano, Comune di Sondrio, **Museimpresa**, Rete Fotografia, Milano e Leonardo. L'esposizione, a seguito della sua prima esposizione milanese, dal 28 ottobre al 27 dicembre, che ha riscosso grande successo, sarà esposta a Sondrio, dal 21 maggio al 26 giugno, in collaborazione con enti e comuni locali. La rassegna è accompagnata da un ricco catalogo con tutte le immagini riprodotte in mostra e testi a firma dei curatori, di Giovanni Valotti, Presidente A2A, e di Guglielmo Scaramellini, professore di Geografia dell'Università degli Studi di Milano.



LA NEW ENTRY

Le chiavi
Bianchi
di Conegliano
a **Museimpresa**

La rete di **Museimpresa** - l'associazione italiana archivi e musei d'impresa - si amplia e dà il benvenuto a quattro nuove realtà: Archivio Dompé, Museo della Chiave Bianchi 1770, Essenza Lucano e Museo Privato de la Fabbrica della Pasta di Gragnano. Sale così a 92 il numero totale degli associati in Italia.

Ulteriore nuovo socio è quindi il Museo della Chiave Bianchi 1770: ospitato all'interno dello stabilimento produttivo di Conegliano dell'azienda Keyline, raccoglie circa duemila reperti tra chiavi, lucchetti, serrature e macchine duplicatrici provenienti da tutto il mondo e risalenti a diverse epoche storiche e narra della più longeva dinastia familiare che dal 1770 produce chiavi.

Si tratta di una delle collezioni private più complete, nata dalla passione di Massimo Bianchi, che insieme alla moglie Maria-cristina Gribaudo gestisce l'azienda. —

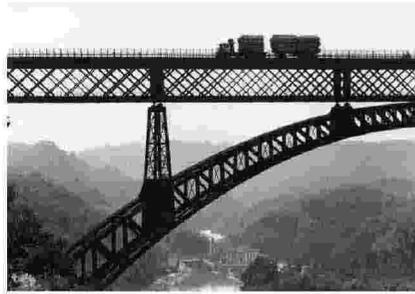


SALA DEGLI ALABARDIERI, DAL 15 GENNAIO

Da Milano a Cremona, Leonardo e la "voce dell'Adda"

Dal 16 gennaio al 28 febbraio, Cremona, presso la Sala degli Alabardieri del Comune (Piazza del Comune 8), ospiterà la mostra "La voce dell'Adda. Leonardo e la civiltà dell'acqua. Milano, Cremona, Sondrio". L'esposizione è a cura di Alberto Martinelli e Fabrizio Trisoglio, rispettivamente Presidente e Responsabile Scientifico della Fondazione Aem. L'inaugurazione è programmata per mercoledì 15 gennaio alle ore 18 ed interverranno il Sindaco di Cremona Gianluca Galimberti, l'Assessore ai Sistemi Culturali, Giovani, Politiche della Legalità del Comune di Cremona Luca Burgazzi, il Presidente di Fondazione Aem Alberto Martinelli, il fotografo Francesco Radino e il Responsabile Scientifico di Fondazione Aem Fabrizio Trisoglio. A seguire verrà proiettato un inedito documentario "Una città di luce", realizzato dall'associazione memoMI e dedicato alla storia di

AEM e dell'illuminazione di Milano. L'esposizione è stata ideata e promossa da Fondazione Aem - Gruppo A2A, mette in luce la valorizzazione del patrimonio dell'impresa e si avvale dei patrocinii di Regione Lombardia, Comune di Cremona, Comune di Milano, Comune di Sondrio, **Museimpresa**, Rete Fotografia, Milano e Leonardo. La mostra è stata in precedenza esposta a Milano dal 28 ottobre al 27 dicembre 2019 ed ha riscosso grande successo. Successivamente sarà esposta a Sondrio dal 21 maggio al 26 giugno 2020, in collaborazione con enti e comuni locali. Dallo spiccato carattere culturale e divulgativo, celebra l'anniversario dei cinquecento anni dalla morte di Leonardo da Vinci, fra i primi scienziati, intellettuali e artisti ad intuire le incredibili risorse del grande fiume. Attraverso fotografie riprodotte su pannelli ricostruisce l'andamento dell'Adda. Dalle sorgenti nelle Alpi Retiche ci si sposta in Valtellina, per giungere fino a



Gianni Berengo Gardin: Ponte di Paderno d'Adda (Archivio fotografico Fondazione Aem)

Cremona, attraverso immagini delle grandi strutture idroelettriche dell'ex municipalizzata milanese, opere di archeologia industriale, vedute e scorci del territorio e del contesto montano, naturalistico, tecnologico, agricolo e sociale. L'itinerario della rassegna - che vede la presenza di autorevoli fotografi quali Antonio Paoletti, Guglielmo Chiolini, Gianni Berengo Gardin, Francesco Radino, Luigi Bussolati - spazia dalle rare immagini della seconda metà dell'Ottocento del Fondo Vismara, a quelle degli anni Trenta e Cinquanta, fino al ricco Fondo Contemporaneo degli anni Ottanta e alle più recenti campagne fotografiche commissionate da Fondazione

Aem. A corredo, inedite rappresentazioni cartografiche provenienti dall'Ufficio del Genio Civile di Sondrio e le artistiche raffigurazioni del medio-basso corso dell'Adda a cura di Albano Marcarini, oltre a citazioni e riferimenti letterari dedicati al territorio, che culminano con una riflessione sulla civiltà dell'acqua e Milano attraverso il ruolo fondamentale dei Navigli. La rassegna è accompagnata da un ricco catalogo con tutte le immagini riprodotte in mostra e testi a firma dei curatori, di Giovanni Valotti Presidente A2A, e di Guglielmo Scaramellini professore di Geografia dell'Università degli Studi di Milano.

(e.c.)



QUESTO SITO UTILIZZA COOKIE, ANCHE DI TERZE PARTI, PER INVIARTI PUBBLICITÀ E SERVIZI IN LINEA CON LE TUE PREFERENZE. CHIUDENDO QUESTO BANNER, SCORRENDO QUESTA PAGINA O CLICCANDO UN QUALUNQUE SUO ELEMENTO ACCONSENTE ALL'USO DEI COOKIE. PER SAPERNE DI PIÙ O NEGARE IL CONSENSO A TUTTI O AD ALCUNI COOKIE [CLICCA QUI](#) ACCETTO



POLITICA ECONOMIA ESTERI LIFE CULTURE CITTADINI BLOG VIDEO Italia Edition



Antonio Calabrò
 Giornalista, scrittore e vicepresidente di Assolombarda

IL BLOG

Imprese tra memoria e innovazione, il turismo industriale in Italia e in Francia

08/01/2020 09:16 CET | Aggiornato 1 ora fa



METAMORWORKS VIA GETTY IMAGES

C'è una straordinaria attualità nella memoria delle fabbriche. Lo sanno bene le imprese italiane, alcune delle quali, quasi vent'anni fa, hanno fondato **Museimpresa**, su iniziative di Assolombarda e Confindustria, secondo l'idea forte che proprio le fabbriche sono luoghi fisici e mentali dove il passato e il futuro s'incontrano e la **cultura d'impresa**, tra testimonianza e innovazione, è un asset fondamentale di competitività.

Nel tempo, lo riaffermano con crescente convinzione anche le imprese francesi che, nel 2018, hanno visto circa 15 milioni di persone visitare più di 2mila siti produttivi. Lo racconta "La Stampa", ricordando che il 94% di quelle imprese tanto apprezzate dal pubblico del "turismo industriale" siano piccole e medie e, nel 60% dei casi, fabbriche alimentari, con tanto di spaccio e centri di degustazione dei prodotti: il valore del conoscere "la cultura del fare", ma anche il piacere del gusto, l'attenzione per il buon cibo di qualità.

Non mancano, naturalmente, nell'elenco delle attrazioni, le grandi imprese, dalle

TENDENZE



Missili contro due basi americane in Iraq. "Almeno 80 morti"



Si muove Putin



Aereo ucraino precipita a Teheran: nessun superstite, 177 morti



Modello Blue Panorama per Alitalia (di A. Sisto)



Il film di Zalone rovescia gli schemi e beffa i sovranisti



"Il dolore del sarcoma è troppo: vado in coma farmacologico". La scelta del calciatore 25enne

ISCRIVITI E SEGUI

ECONOMIA

Ricevi le storie e i migliori blog sul tuo indirizzo email, ogni giorno. La newsletter offre contenuti e pubblicità personalizzati. [Per saperne di più](#)

Newsletter

redazione@email.it

[Iscriviti ora →](#)

centrali elettriche di Edf agli stabilimenti automobilistici Renault e Psa (Peugeot e Citroen) e all'industria aeronautica (Airbus). Né le fabbriche storiche, come la Manufacture Bohin, che per produrre i suoi aghi speciali e per ospitare il [museo aziendale](#) continua a occupare parte degli edifici ottocenteschi in cui partì l'attività industriale.

Il numero dei francesi sensibili all'attenzione per la manifattura è in aumento: erano 12 milioni nel 2012, sono cresciuti del 25% adesso. Tanto che la "Routard" ha deciso di ristampare la sua "Guide" dedicata appunto al settore industriale.

Tanta attenzione rivela una nuova sensibilità economica e culturale di fondo: in tempi di crisi del "capitalismo d'assalto" e del neoliberalismo guidato dai discutibili valori della finanza speculativa, il cambio di paradigma economico per uno sviluppo più sostenibile ed equilibrato non può non rifondarsi sull'economia reale, sulle attività produttive d'una manifattura capace di legare qualità, innovazione, responsabilità sociale. La fabbrica, appunto. Come luogo di produttività e inclusione.

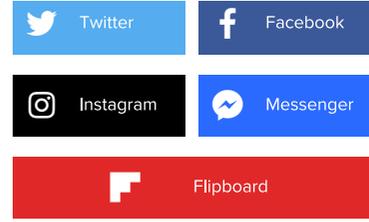
L'attenzione francese per l'industria ha un solido sostegno in scelte di politica economica e industriale del governo, deciso a fare crescere quel basso 12,5% di incidenza dell'industria sul Pil, per cercare di avvicinarsi rapidamente al 20% indicato come obiettivo dalla Commissione Ue, sapendo che la Germania, prima manifattura europea, è già adesso oltre il 20 e che l'Italia ha sì una media di circa il 17%, ma con punte del 25% se si considerano i dati delle regioni più industrializzate, Lombardia, Emilia Romagna e Nord Est.

Il problema italiano, purtroppo, è che mentre le imprese fanno tutto quanto è loro possibile per investire, crescere, innovare, conquistare nuovi mercati e trasformarsi secondo i paradigmi sostenibili d'una competitiva green economy (lo documenta l'ultimo Rapporto Symbola), i governi recenti (giallo-verde e giallo-rosso) si mostrano condizionati da un deleterio spirito anti-industriale, anti-impresa, anti-innovazione che caratterizza purtroppo il gruppo più numeroso in Parlamento, il Movimento 5Stelle.

E così, strette tra politiche disattente quando non ostili all'industria e congiuntura economica negativa, le nostre imprese fanno fatica, rallentano gli investimenti, subiscono, indebolite, una aggressiva competizione internazionale. Ma non si può pensare a lavoro, riforme, benessere diffuso, nuove stagioni di investimenti per il welfare e l'ambiente senza dare proprio alle imprese un ruolo di primo piano.

Sarebbe bene che il governo Conte, al di là dei discorsi d'occasione, se ne rendesse concretamente conto e si comportasse coerentemente, con solide scelte di politica industriale.

Le imprese, per quel che riguarda la loro responsabilità, si muovono. Lavorando. Innovano. Si aprono al pubblico, sapendo bene che anche la trasparenza dei processi produttivi rafforza il legame con il pubblico e aiuta il

**DAL WEB**

Contenuti Sponsorizzati

**Ci sono già ospiti interessati alla vostra casa a Milan su Booking.com**

Booking.com

**Investire anche poco e guadagnare una rendita mensile**

invest-advisor.it

**Potresti rimanere stupito dal costo di una nuova auto elettrica a Milan**

Auto Elettrica | Ricerca annunci

da Taboola

passaggio, indispensabile, dalla cultura dello shareholder value (l'attenzione per profitto e valore dalle imprese in Borsa, indispensabile ma non esclusiva) alla cultura dello stakeholder value, l'impegno per il rispetto degli interessi e dei valori di lavoratori, consumatori, fornitori, cittadini delle comunità su cui impatta l'attività d'impresa (ne abbiamo parlato più volte [in questi blog](#)).

L'orizzonte è quello dell'"economia giusta", circolare, civile (un'economia attenta alla civitas, come insegna Stefano Zamagni, economista di solida esperienza).

Fabbriche aperte, sostenibilità ambientale e sociale, ricostruzione di fiducia tra imprese e società civile, indicazione della manifattura come settore in cui, per le nuove generazioni, cercare prospettive di lavoro e di crescita.

Vale dunque la pena ricordare il successo crescente di attenzione e partecipazione di una serie di iniziative di cui abbiamo scritto di recente: la "[Settimana della Cultura d'impresa](#)" organizzata da [Museimpresa](#) e Confindustria, il "Pmi Day", promosso dalla Piccola Industria di Confindustria (1.300 fabbriche aperte per 46mila ragazzi italiani), e le manifestazioni di "OpenFactory", voluta da ItalyPost e da "L'Economia" del Corriere della Sera: cinquanta stabilimenti aperti al pubblico, domenica 24 novembre, con più di 22mila partecipanti, dall'Emilia alla Lombardia, dal Veneto (come alla Carraro di Campodarsego, componentistica hi tech per trattori, un'eccellenza del made in Italy di maggior successo nel mondo) al Friuli, ma anche in altre aree dell'Italia centrale.

E ancora "Fabbriche aperte" della Regione Piemonte, all'inizio di novembre, più di 8mila persone in 120 aziende (grande successo di quelle dell'agro-alimentare). E Manifatture Aperte del Comune di Milano, nell'ultimo week end di novembre, per valorizzare pure "il ritorno della manifattura in città", tra "fab lab" e start up.

Tutto un fermento di attenzione pubblica, popolare, per la nostra impresa e il suo ruolo di attore principale dello sviluppo. Tradizione industriale e innovazione da digital economy, sapienza artigiana e robot, cultura del saper fare. E un'idea di fondo: rilanciare l'alternanza scuola-lavoro e, più in generale, contagiare i nostri ragazzi, fare vedere concretamente loro che "la fabbrica bella", efficiente, sostenibile, sicura, inclusiva, è, appunto, un buon posto in cui fare vivere lavoro, dignità professionale, conoscenza e futuro.

Lo stimolo che arriva dal rilancio industriale del pubblico francese, proprio in questo quadro, non può che spingere anche il mondo dell'impresa italiana a fare, sul piano della [cultura d'impresa](#), di più e meglio. Sperando che, finalmente, anche governo e forze politiche sappiano fare la loro parte, lungimirante e responsabile.

ALTRO:[francia](#)[italia](#)[Imprese](#)[turismo](#)[innovazione](#)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

scenari



Dall'alto in senso orario, immagine esterna di Pirelli Hangar Bicocca, Museo Alessi (ph. di Jacopo Farina) e Fondazione Prada (ph. di Bas Princen)

scenari

di Valentina Dalla Costa

Musei o fondazioni nelle **AZIENDE**. Così il brand investe sul futuro, puntando sull'arte. E sul proprio **PASSATO**

Sono luoghi che rappresentano un grande museo collettivo della società del '900, dove la memoria si salda all'esperienza viva. Parlano di un passato che, se non catalogato e raccontato, potrebbe svanire. Sono luoghi di memoria, che ancora non è diventata storia; operazioni di comunicazione strategica sia per l'impresa che per il pubblico. Nascono come operazioni onestamente culturali, utilizzate dalle aziende in termini strategici. Tommaso Fanfani, presidente della Fondazione Piaggio, diceva che non bisogna scandalizzarsi se un'azienda usa il suo museo o il suo archivio, l'importante è che li faccia. **Museimpresa** è un'associazione che esiste da quasi vent'anni e conta poco meno di 90 associati. Ha ricevuto il riconoscimento della sovrintendenza da parte del ministero dei Beni culturali oltre che dall'Icom Italia, a prova del fatto che queste realtà sono oggi considerate per il loro importante valore museale.

LUOGHI DI COMUNICAZIONE

“Ciò che è ovvio e chiaro, quando si pensa alla scelta di aprire un museo d'impresa, è l'operazione di comunicazione che l'azienda vuole veicolare attraverso un luogo simile”, spiega **Francesca Appiani**, vicepresidente **Museimpresa**. “Ma le ragioni possono essere svariate e talvolta non così ovvie. Innanzi tutto, bisogna distinguere dalla scelta di costituire un archivio e/o un museo d'impresa, due macrocategorie ben diverse. Avere

scenari

solo un archivio determina forse una relativa minore accessibilità del pubblico, ma non si preclude la possibilità di organizzare molte attività anche legate alla comunicazione del brand. Una storia ben organizzata può essere sfruttata in molti modi da un'azienda. Prima di tutto, partendo dall'archivio, può costituire il suo museo e aprirlo al pubblico. La raccolta di immagini, fotografie, documenti, possono essere ottimi strumenti per fare formazione all'interno dell'impresa, o per dare informazioni e suggerimenti, anche tecnici, a chi sviluppa nuovi prodotti".

Un esempio calzante è l'archivio di Ferragamo, che viene parzialmente esposto all'interno del museo (progetto mutevole e in divenire, con un allestimento che cambia ogni anno) e in parte anche utilizzato dai creativi del brand per trarne ispirazione per nuovi modelli e nuove collezioni, oltre che per rieditare modelli storici, oggi rimessi in produzione grazie alla ricerca fatta andando a lavorare sulla memoria dell'azienda. Oltre che vicepresidente di **Museimpresa**, Appiani è anche responsabile del Museo Alessi, di cui racconta per spiegare come partire da un archivio d'impresa possa essere utile e strategico anche a livello commerciale per un brand. "Il Museo Alessi ha un archivio di prodotto composto da oggetti, materiali, prototipi, prove di stampa e prove colore. Questo patrimonio storico viene spesso consultato dall'ufficio tecnico per risolvere problemi legati a progetti attuali. Il presente fa tesoro dell'esperienza pregressa. Un altro uso specifico di un archivio può essere legato alla formazione dei dipendenti e allo sviluppo di un senso di appartenenza al brand".

Gli investimenti da fare sono importanti. Si parte da un minimo di 500mila euro a salire. Ma i ricavi ci sono, a partire dal biglietto d'ingresso. Larga parte del guadagno viene poi da bookshop, affitto spazi, e tema molto importante, dalla comunicazione

ARCHIVI IN EVOLUZIONE

Il convegno 'Strategie di rigenerazione del patrimonio industriale. Heritage telling, creative factory, temporary use, business model', tenutosi a Biella un paio d'anni fa, ha visto tra i suoi relatori **Anna Zegna**, che ha raccontato il valore dell'istituzione di Casa Zegna per l'azienda, definendola "sì il polo culturale del **Gruppo Ermenegildo Zegna**", ma anche a tutti gli effetti un 'reperto' dell'azienda, sempre più incluso nelle funzioni comunicative e produttive. Diventa perciò un punto di riferimento fisico e disponibile, che innesca una relazione fiduciaria rassicurante: "esiste un posto 'vero', non un portale web o un vago mito da multinazionale, dove l'identità è al sicuro". "Certamente, per capire se e come creare il proprio museo d'impresa, bisogna considerare la tipologia di prodotto su cui si lavora, ma la comunicazione e la veicolazione del messaggio fanno la vera differenza", puntualizza Appiani. "Se si vuole fare davvero un'operazione ben riuscita, sfruttando a pieno il proprio materiale, bisogna partire sempre dall'archivio e dal suo valore culturale. Non un luogo statico e fermo, ma come l'azienda, l'archivio deve essere qualcosa che si evolve, che si autoalimenta e che cresce insieme all'azienda stessa. Archivi e musei d'impresa sono luoghi fortemente radicati nel presente, che partono dall'organizzazione della memoria e dal passato".

INVESTIMENTI E RITORNI

Gli investimenti da fare sono importanti. Appiani parla di dati in astratto, che partono da un minimo di 500mila euro a salire. "L'investimento è molto variabile, ma i ricavi ci sono, a partire dal biglietto d'ingresso. I due musei **Ferrari** nel 2018 hanno avuto 545mila visitatori, per 17 euro di biglietto a persona. **Ferragamo** conta invece 40mila visitatori l'anno. Larga parte del guadagno viene poi dai vari bookshop, dall'affitto degli spazi per eventi, e tema molto importante, dalla comunicazione: se un'azienda riesce a raccontare nel modo giusto la sua storia, il visitatore empatizza e si ricorderà, una volta davanti a uno scaffale del supermercato, o in un negozio d'arredo, dell'esperienza fatta all'interno di quel museo, che diventa fondamentale veicolo di pubblicità per l'impresa".

scenari

FONDAZIONI D'ARTE

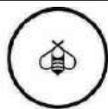
Non musei d'impresa che raccontano la propria storia attraverso la produzione industriale di un brand, ma fondazioni che hanno deciso di veicolare un messaggio preciso attraverso la valorizzazione dell'arte contemporanea. Ne sono un esempio emblematico due realtà milanesi, Fondazione Prada e Hangar Bicocca Pirelli. Da vent'anni **Fondazione Prada** si interroga su quali siano gli intenti e la rilevanza dell'impegno culturale oggi, con una serie di progetti in continua evoluzione. Ci sono state commissioni "utopiche" a singoli artisti, conferenze di filosofia contemporanea, mostre di ricerca e iniziative in campo cinematografico. Aprendo una sede permanente a Milano, la Fondazione ha voluto offrire nuove opportunità per ampliare e approfondire la sua metodologia di apprendimento. Parte dall'interrogarsi sull'utilità di un'istituzione culturale. E si dichiara convinta sostenitrice della cultura, strumento utile e necessario, coinvolgente e attrattivo. Da questo assunto muovono le attività della Fondazione. Dall'apertura della sede di Milano nel 2015, la collezione è diventata uno degli strumenti di lavoro a disposizione del programma culturale, assumendo diverse configurazioni: dalle mostre tematiche alle collettive, dalle antologiche ai progetti curati da artisti. E trova ora nella Torre uno spazio permanente di esposizione. Come Fondazione Prada, anche la **Fondazione Pirelli** è un'istituzione di interesse pubblico sostenuta interamente da privati, dimostrando che l'utilità pubblica non deve essere per forza legata a una proprietà pubblica.

Oggi uno dei temi più forti del dibattito pubblico a Milano è la riqualificazione delle periferie. Sia nel quartiere dove è sorta la sede milanese di Fondazione Prada sia nel quartiere di Hangar Bicocca, situata nella periferia diametralmente opposta della città, i due poli museali rappresentano un attrattore che offre servizi come laboratori per bambini, progetti con le scuole, ristoranti, concerti, visite guidate.

Pirelli HangarBicocca è una fondazione no profit nata a Milano nel 2004 dalla riconversione di uno stabilimento industriale, inizialmente per ospitare la collezione delle macchine all'Alfa Romeo di Arese, in un'istituzione dedicata alla produzione e promozione di arte contemporanea.

Tre anni più tardi viene costituita la fondazione, inizialmente promossa da Pirelli Real Estate, cui poi è subentrata Pirelli, che produce mostre ed eventi non continuativi. È un luogo dinamico di sperimentazione e ricerca: con i suoi 15mila metri quadrati, è tra gli spazi espositivi a sviluppo orizzontale più grandi d'Europa. La programmazione artistica dello scorso anno ha presentato artisti di grande profilo internazionale, alternando mostre personali di nomi molto affermati con esposizioni di artisti emergenti, per un'affluenza totale di circa 243mila visitatori. Il modello di Hangar Bicocca è unico: alle spalle un'azienda che sostiene l'iniziativa, una sede di grande fascino in una zona periferica di Milano, che viene così rivalorizzata, e la maggior parte delle mostre *site specific*, con un direttore artistico che opera in totale autonomia. La gratuità del biglietto di ingresso è una scelta legata alla missione della fondazione: diffondere su larga scala l'arte contemporanea.

Accanto ai musei d'impresa che raccontano la storia industriale di un brand, si sono affermate le fondazioni che hanno deciso di veicolare un messaggio preciso attraverso la valorizzazione dell'arte contemporanea



Identità italiana in un mercato senza confini IL CAFFÈ E LA NUVOLA



GIUSEPPE LAVAZZA
Torino – Industria/Caffè

I nuovo headquarter del gruppo, la Nuvola Lavazza a Torino, mette insieme il cuore progettuale dell'azienda con spazi di condivisione aperti alla città: oltre agli uffici si trovano un **museo aziendale**, due ristoranti, uno spazio eventi, un'area archeologica e anche la sede dello IAAD, l'Istituto d'Arte Applicata e Design. Un unicum nel panorama italiano. **Da dove è nata l'idea?**

Nuvola Lavazza per noi rappresenta la sfida di un futuro internazionale. Come famiglia Lavazza sappiamo di dover consolidare l'azienda dentro un mercato senza confini, ribadendo da un lato l'identità italiana e le radici ben salde dentro il territorio in cui siamo nati, e dall'altro l'ambizione a giocare la partita insieme ai più importanti player internazionali. Nuvola è un punto di arrivo di un percorso ma, soprattutto, la partenza di una nuova era di Lavazza. Un portale con cui l'azienda torinese si presenta nei confronti del mondo e che ben rappresenta il nostro spirito imprenditoriale e i nostri valori di impresa e di famiglia.

Quanti caffè beve al giorno e qual è, secondo lei, il momento migliore della giornata per berne uno?

Mi viene da dire che è sempre il momento giusto per un buon caffè, rifacendomi anche a un noto slogan di un nostro spot pubblicitario. In effetti, quella che vogliamo promuovere con Lavazza è una cultura del caffè che non si limiti a un unico momento di consumo, ma a momenti diversi per i quali offriamo tipologie di miscele differenti.

Credo che condividere un caffè con qualcuno segni sempre l'inizio di qualcosa, è importante sottolineare la dimensione colloquiale del caffè. Quanti caffè bevo io? Fra i tre e i cinque al giorno!

Ha più volte parlato della necessità di creare una cultura del caffè? Cosa intende?

Appunto un'idea di caffè che non si limiti al solo risveglio o a una pausa per ricaricarsi, ma a una gamma di prodotti adatti a ogni momento della giornata.

Con Lavazza vogliamo fare in modo che il caffè sia una bevanda sempre più versatile: dalla colazione all'alta cucina. Da qui la collaborazione con grandi chef internazionali come Ferran Adrià - per citare il primo con il quale abbiamo iniziato a lavorare circa 20 anni fa - con cui abbiamo concepito caffè in diverse forme e consistenze. Oppure l'idea di un caffè gourmet sostenibile adatto ai più giovani esploratori del gusto. Oppure Qualità Oro, da sempre caffè "del momento speciale" in grado di legare attorno alla sua sinfonia perfetta famiglie e affetti. Insomma, in un momento storico sempre più legato all'idea del cibo di qualità, vogliamo che il caffè sia parte di questa tendenza.

Lavazza vuole essere un brand specializzato nel caffè di alta qualità, in cui questa bevanda è parte di una cultura gastronomica di eccellenza, un vero e proprio momento di gusto e condivisione.

Lavazza è presente in oltre 140 paesi. Cambiano culture, tradizioni, gusti. Come adattate i vostri prodotti alle esigenze dei consumatori?

Il nostro caffè viene da tutto il mondo e, grazie alla nostra vocazione internazionale, viene consumato in tutto il mondo. Siamo quindi ben consapevoli di dover rispettare tradizioni e modi di consumo diversi dal nostro. Inoltre, sappiamo che "the Italian way" attorno al caffè è ben radicata e ammirata in tutto il mondo. Lavazza non dimentica mai il suo essere azienda italiana, e azienda familiare, legata a valori di qualità, cura e rispetto del produttore e del consumatore. Per questo pensiamo che la sfida internazionale vada giocata attorno al rispetto dei gusti e delle varietà di consumo cui il caffè si è adattato in giro per il mondo. Come? Offrendo sempre prodotti di alta qualità, in grado di poter soddisfare gusti differenti e modalità di preparazione diverse.



Che significato ha per lei la nomina a Cavaliere del Lavoro?

È il riconoscimento di un lavoro non solo mio, ma di tutta la mia famiglia, e di tutta l'azienda. Il segno che stiamo facendo bene a procedere sulla via dell'internazionalizzazione e della promozione dell'identità italiana nel mondo.

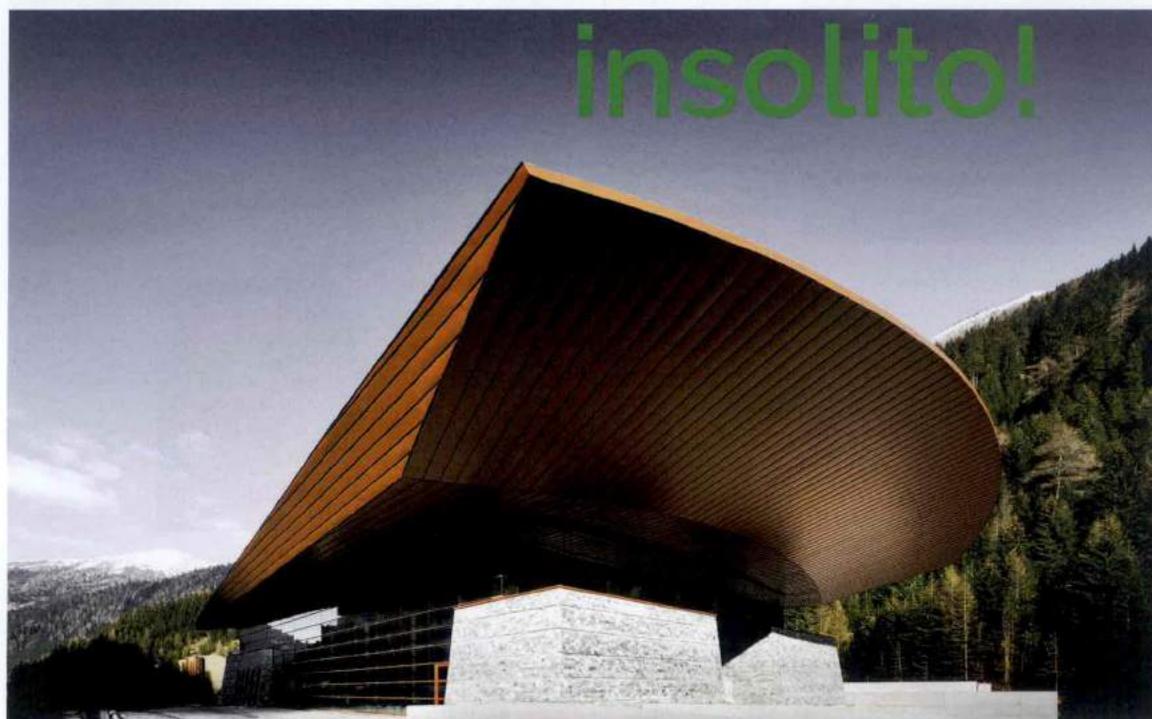
È inoltre un simbolico passaggio di consegna con mio padre, Emilio Lavazza, che fu nominato Cavaliere del Lavoro nel 1991. Da lui ho ereditato la spinta a fare sempre meglio, senza tralasciare la cura dei dettagli e l'amore per il prodotto che stiamo facendo.

Il caffè non è solo un lavoro, ma una passione e una missione. Questo importante riconoscimento è per me lo stimolo a fare sempre meglio e portare l'azienda sempre più dentro il mondo. ☕

hot topics

OUT OF THE BOX

Quando la location è un museo...



Grandi poli museali, edifici postindustriali che accolgono collezioni insolite o spazi di design che raccontano la storia di brand che hanno fatto grande l'Italia: ecco una carrellata di location diventate ambitissime per gli eventi Mice

 SABRINA PIACENZA

Dai grandi spazi postindustriali ai piccoli ambienti residenziali, dalle collezioni pubbliche universali a inedite raccolte di oggetti privati. O ancora i monumenti della collettività, le sedi aziendali, ma anche case e appartamenti di collezionisti di qualsiasi genere.

Negli ultimi anni si sono amplificate le aperture di nuovi spazi museali sul territorio, di diversa tipologia e dimensione, attraverso i quali raccontare la storia del nostro Paese e dei suoi protagonisti, approfondire le correnti culturali e artistiche ma non solo, anche indagare come si sono evolute nel tempo abitudini e stili di vita. Spazi nei quali osservare l'evoluzione dell'Italia e degli italiani at-

traverso opere d'arte oppure oggetti d'uso comune. Luoghi che negli ultimi anni hanno catturato l'attenzione dell'esigente meeting industry, sempre alla ricerca di location nuove e originali che permettono di affiancare all'evento vero e proprio un'attività più culturale o di intrattenimento. Proprio per questa commistione di significati e valori sono molti oggi i player che scelgono queste strutture per confezionare un evento tailor made, organizzato su misura per le specifiche esigenze del cliente, ma anche indimenticabile e dal sicuro effetto wow!

INDUSTRIA E CULTURA ISPIRANO IL MICE

Sono numerosi gli edifici che si sono trasformati nel corso degli anni, rinunciando alla propria funzione, per ospitare, spesso dopo un lungo intervento di recupero, spazi museali dedicati all'arte in tutte le sue discipline. Luoghi affascinanti che portano le tracce di un nobile passato, che raccontano trasformazioni ed evoluzioni attraverso collezioni

hot topics

OUT OF THE BOX



importanti, dalla valenza internazionale e che proprio per questo diventano sempre più spesso location esclusive.

A partire dalla Mole Antonelliana, simbolo dal 1889 della città di Torino, che da Monumento dell'Unità Nazionale si è trasformato in Museo Nazionale del Cinema, uno dei più importanti a livello internazionale nel suo genere per la completezza dei contenuti e le attività proposte. Una location perfetta e versatile grazie ai suoi vasti spazi e per l'altezza - 167 metri - coperti grazie a uno spettacolare ascensore panoramico. Proiezioni private, serate a tema, programmi di visione dedicati permettono di strutturare una proposta incentiva di sicuro appeal.

Grandi spazi che contraddistinguono a Milano anche l'Hangar Bicocca, oggi punto di riferimento per l'arte contemporanea ma un tempo sede degli stabilimenti industriali dell'Ansaldo Breda e successivamente della Pirelli. In questo grande spazio, immersi tra le esposizioni temporanee e le installazioni permanenti, è possibile prendere parte a eventi caratterizzati da atmosfere rarefatte in spazi neutri da personalizzare con creatività e fantasia.

Il passaggio dall'industria alla cultura e poi al Mice è avvenuto anche alla Fabbrica del Vapore, sempre a Milano, i cui spazi nati per la costruzione e manutenzione delle carrozze tramviarie sono stati nel tempo riconvertiti e oggi accolgono mostre temporanee ed eventi. Il complesso, articolato attorno alla corte centrale, offre ambienti di dimensioni diverse, configurabili secondo le esigenze, tra i quali la "cattedrale", lo spazio più ampio e imponente.

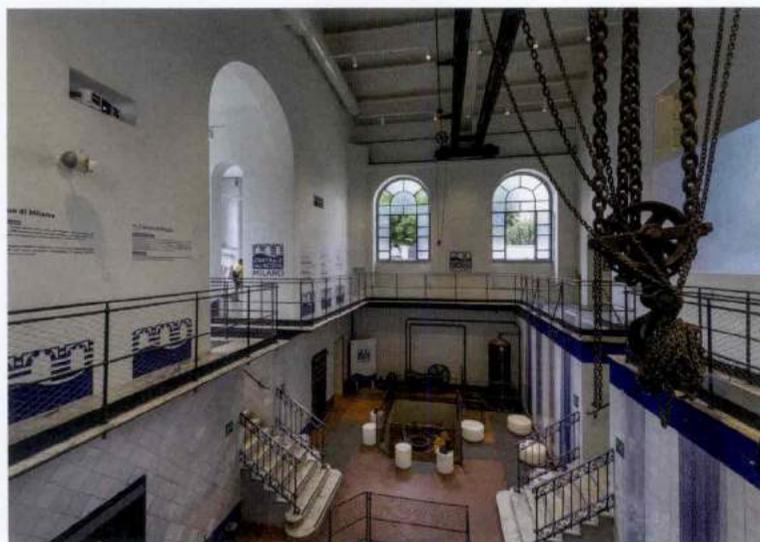
Nuovissima è invece la Centrale dell'Acqua di Milano, uno spazio interamente dedicato all'acqua, alla sua gestione, ai suoi valori, all'eredità di Leonardo da Vinci. Un progetto che ha saputo trasformare una delle più an-



tiche centrali di pompaggio dell'acquedotto milanese in un luogo esperienziale, multifunzionale, aperto alla città e perfetto anche per organizzare convegni, incontri ed eventi.

Dalle istituzioni pubbliche alle operazioni private che sempre a Milano hanno permesso a porzioni di tessuto urbano di essere riquilicate dopo anni di abbandono. Come nel caso della Fondazione Prada, opera dell'archistar Rem Koolhaas, che ha dato vita a un complesso eclettico che recupera in parte spazi industriali e li integra a nuove costruzioni. Una struttura eterogenea ma con un concept integrato nella quale poter mettere in scena eventi raffinati ma anche situazioni di tendenza di respiro internazionale.

Spostandoci da Milano anche nella Capitale non mancano situazioni di questo tipo, spazi risorti dopo anni di abbandono, come la Centrale Montemartini, straordinario esem-



In apertura, l'avveniristico Plessi Museum, sull'Autostrada del Brennero. In questa pagina, dall'alto, la Mole Antonelliana, sede del Museo del Cinema; la Centrale Montemartini, riconvertita a polo espositivo dei Musei Capitolini e la Centrale dell'Acqua di Milano, trasformata in uno spazio multifunzionale

hot topics

OUT OF THE BOX



lo altimetrico, ecco che un ex stazione della funivia di Plan de Coronas diventa oggi sede del Lumen, il Museo della Fotografia di montagna, ma anche contesto privilegiato per poter organizzare un evento nella splendida cornice dei rilievi montuosi dolomitici.

L'ECCELLENZA ITALIANA CHE DÀ VALORE

Collezioni private dunque, **musei aziendali** che raccontano l'evoluzione di un settore e oggi si prestano molto bene ad accogliere eventi e iniziative speciali costruite su misura. Spazi realizzati a immagine e somiglianza del brand ma nello stesso tempo luoghi flessibili che allo spazio espositivo vero e proprio affiancano sale convegni o uno spazio dedicato a incontri e riunioni di lavoro più piccole. Dalla straordinaria collezione di pompe di benzina del Museo Fratelli Cozzi a Legnano, alle centinaia di macchine per caffè espresso esposte al MuMac (Gruppo Cimbali, a Binasco, Milano), al Gelato Museum Carpigiani ad Anzola dell'Emilia, il luogo dedicato alla conoscenza di storia, cultura e tecnologia del gelato artigianale e delle professionalità di coloro che lo hanno trasformato nel corso dei secoli. Ospitato nella sede di una delle più note aziende a livello mondiale nella produzione di macchine per gelato, è la location ideale anche per eventi durante i quali toccare con mano questo goloso mondo, nel quale il nostro Paese eccelle a livello globale. Non ha ovviamente bisogno di presentazioni Ferrari, ambasciatore del Made in Italy, che oggi vanta due **musei aziendali**, con caratteristiche diverse, a Modena e a Maranello. Spazi con una forte identità, soprattutto il Museo-casa Enzo Ferrari, già scelti più volte come location di meeting aziendali o cene di gala. Il fascino della velocità esplicitato dalla presenza dei bolide del Cavallino Rampante è sempre motivo di attrazione e interesse e costituisce un valore aggiunto per clienti e ospiti dell'evento. Stesso tenore anche per il Museo Ferruccio Lamborghini, nel quale si può partecipare a un evento all'interno del mito, sognando di guidare uno dei memorabili bolide esposti.

In questo contesto merita particolare attenzione la Nuvola Lavazza che, oltre a cambiare il volto di un intero quartiere di Torino, ha

pio di riconversione dello spazio industriale dell'ex centrale termoelettrica in polo espositivo dei Musei Capitolini. Un edificio nel quale convivono in perfetto equilibrio i grandi macchinari superstiti, che fanno da quinta scenica alle sculture e ai reperti archeologici che popolano questi ambienti.

Ma non sono solo le grandi città le protagoniste di questa trasformazione. Su tutto il territorio italiano non mancano occasioni analoghe, che in qualche modo permettono di traghettare memoria e tradizione nel futuro dando a questi luoghi nuova linfa vitale.

Vicino a Ravenna per esempio, il Classis nasce dalla riconversione dell'imponente struttura di un ex zuccherificio per ospitare uno spazio espositivo moderno e all'avanguardia, che fa ampio uso di tecnologie multimediali per raccontare la storia gloriosa della città e del suo territorio. Proprio l'impiego di queste tecnologie può essere lo spunto per realizzare eventi partendo dallo straordinario racconto di una città unica.

Un altro interessantissimo caso è il Plessi Museum, aperto sull'Autostrada del Brennero riconvertendo gli spazi dell'ex dogana. Un intervento che rende omaggio all'opera di Fabrizio Plessi, artista contemporaneo italiano, attraverso le sue grandi installazioni, ma diventa anche un luogo di incontro per eventi inediti on the road.

Spingendosi sempre più in alto, anche a livel-



Musei a tutto food: in alto, il MuMac, dedicato alle macchine per caffè espresso targate Cimbali (a Binasco, in provincia di Milano); qui sopra gli interni della Nuvola Lavazza (Torino); a fianco il Gelato Museum Carpigiani ad Anzola dell'Emilia (in provincia di Bologna). Nella pagina accanto, dall'alto, il Labirinto della Masone, il Giardino di Daniel Spoerri e l'Orto Botanico di Padova



hot topics

OUT OF THE BOX



permesso per la prima volta di mettere in luce tutto quanto ruota attorno all'affascinante mondo del caffè. Il complesso, progettato dall'architetto Cino Zucchi, è composto da spazi diversi per forma e tipologia. Piccole riunioni di lavoro o grandi convegni, eventi esclusivi o visite culturali personalizzate. Tutto, compresa l'offerta gastronomica, all'insegna dell'eccellenza.

LOCATION OPEN AIR

Cultura ed eventi non condividono solo spazi e ambienti chiusi, ma spesso sono protagonisti in luoghi all'aperto, in contesti agresti o bucolici, o al contrario in giardini eleganti e "costruiti". Spazi verdi che vengono scelti dagli organizzatori di eventi durante la bella stagione per offrire ai partecipanti momenti di condivisione all'aperto, luoghi nei quali riconciliarsi con gli elementi primordiali che regolano la nostra vita, nei quali rigenerare corpo e mente immersi nella natura.

Uno di questi straordinari luoghi è il Labirinto della Masone, il parco culturale nei pressi di Fontanellato che ospita il più grande labirinto d'Europa, tutto realizzato con piante di bambù, oltre alle collezioni del suo mecenate, l'editore Franco Maria Ricci. Un luogo in cui perdersi e ritrovarsi, perfetto per attività incentive, ma che diventa location esclusiva per grandi eventi anche grazie al ristorante. Il Labirinto della Masone è senza dubbio uno dei luoghi più affascinanti di questo tipo ma sono molti, sparsi sul territorio, i parchi culturali nei quali organizzare eventi en plein air.

Come nei giardini di Villa Panza a Varese, un museo d'arte contemporanea con uno spazio verde di 33mila metri quadrati nei quali allestire feste esclusive o convention aziendali tra arte e natura, perfettamente fuse, come nello spirito del proprietario Giuseppe Panza di Biumo. Una scenografia perfetta per brand di alto livello che vogliono affiancare all'evento una visita a un luogo carico di spunti e contaminazioni.

A Padova, l'Orto Botanico con oltre 450 anni di vita è uno straordinario catalogo della biodiversità con più di 3.500 specie di piante diverse, ma è anche un luogo urbano, integrato nella città e sede di incontri targati business. Ne sono prova i numerosi eventi di successo organizzati al suo interno per target molto diversi: dalle convention aziendali alle cene di gala, ai laboratori per bambini, passando per convegni e incontri con temi specifici inerenti l'attività dell'orto botanico. Uno spazio antropizzato che mette a disposizione di tutti una straordinaria ricchezza naturale.

Immerso nelle celebri colline toscane è invece il Giardino di Daniel Spoerri, un museo contemporaneo a cielo aperto, un parco artistico situato nel comune di Seggiano, che raccoglie le opere del maestro rumeno perfettamente inserite nei caratteri intrinseci del sito. Un luogo atipico, spesso teatro di eventi, degustazioni enogastronomiche, workshop dove è possibile anche soggiornare, ampliando le possibilità di organizzare



eventi di team building anche per più giorni. Chiudiamo questa carrellata con il parco Arte Sella, luogo di incontro tra arte contemporanea, musica, danza e natura, un posto magico, perfetto per un programma incentive o per un'esperienza in team. La proposta culturale di Arte Sella permette a ciascuno di identificarsi in un percorso personale di "ritorno alla natura" ma anche agli organizzatori di studiare soluzioni dedicate per i propri clienti.

Potremmo proseguire all'infinito perché l'Italia offre location di questo tipo in ogni regione. Luoghi insoliti magari per pensare di allestire un evento ma che si rivelano in realtà perfetti perché capaci di aggiungere valore grazie al perfetto mix di storia, cultura ed eccellenze territoriali, elementi sempre più apprezzati dagli organizzatori di tutto il mondo.



**A Milano un secondo polo dedicato alla creatività**

Design, ecco come sarà il museo del Compasso d'Oro

MILANO L'edificio milanese, che nel Novecento ospitava un deposito dei tram e poi una centrale elettrica, è pronto ad accogliere i pezzi più belli del design italiano. La galleria centrale, con le grandi vetrate, sarà sempre attraversabile, un «tunnel» della creatività. Intorno nasceranno la caffetteria, il bookshop, il ristorante, le aree per la collezione permanente e gli eventi temporanei. Industriale, luminoso, storico: ecco il nuovo Adi Design Museum - Compasso d'Oro, 5 mila metri quadrati di *made in Italy*. Prossima tappa: il 18 aprile con la prima mostra. A giugno l'apertura.

Un anno di lavori giorno e

notte, un investimento da 9 milioni di euro di cui 6,5 stanziati dal Comune di Milano, procedure innovative per fare di un edificio storico «che prima era un relitto» un gioiello antisismico: il museo, nato «per essere complementare, non sovrapponibile» a quello (del Design Italiano) alla Triennale, ospiterà la sua collezione di Compassi d'Oro dal 1954 a oggi (350 premiati su un patrimonio di 2.300 pezzi), focus sul disegno industriale, sull'abitare sostenibile, sul ruolo del design nel mondo globalizzato.

A spiegare il senso dell'operazione, con il sindaco di Milano Beppe Sala e il presidente lombardo Attilio Fontana,

c'era ieri Luciano Galimberti, presidente di Adi: «Questo musco — ha detto — è il luogo dove il design sarà presentato non solo come fenomeno creativo, ma anche come impegno dei progettisti e delle imprese per una società più vivibile». Un laboratorio di idee in grado di coinvolgere, come ha precisato Umberto Cabini, presidente della Fondazione Adi, gli appassionati, le famiglie, i curiosi. I turisti, ai quali saranno dedicati percorsi interattivi. Fluidità e trasparenze. Gli spazi non saranno chiusi, ha precisato Galimberti, ogni area proverà a contaminarsi con gli spazi vicini: la galleria della grafica, il laboratorio di restauro a vista, il

doppio ingresso da via Ceresio e via Bramante, l'archivio, la piazza-giardino. «Milano e la Lombardia — ha aggiunto Fontana — sono la culla della creatività. Il musco dell'Adi e quello della Triennale celebrano questo primato».

Alleanze nel segno del design. Con questo spirito il 18 aprile, durante il weekend del Miart e alla vigilia del Salone del Mobile, sarà presentata la XXVI edizione del Compasso d'Oro con la mostra *Mettere radici*. Poi a giugno l'apertura definitiva. Con un nuovo musco e un nuovo logo, ideato da Italo Lupi, Ico Migliore e Mara Seretto. «Riconosciamo nell'Adi — ha chiuso Lupi — un fortino di difesa del bell'oggetto».

Annachiara Sacchi
© RIPRODUZIONE RISERVATA



La galleria
Il nuovo Adi Design Museum - Compasso d'Oro (Imago-economica)

La scheda

- Si è chiuso il cantiere dell'Adi Design Museum - Compasso d'Oro di Milano. L'apertura è prevista a giugno
- La collezione raccoglie i Compassi d'Oro dal 1954 a oggi: 350 premiati su un patrimonio di 2.300 pezzi





Monumentale, la casa del design nel recupero di quartiere

Completato il restyling dell'ex deposito Atm, apertura a giugno. «Piazza intitolata al Compasso d'Oro»

L'atteso grande sistema museale del design ambrosiano scopre il suo terzo protagonista, accanto alla Triennale di Milano e ai musei d'impresa. Ieri sono stati presentati gli spazi della nuova sede dell'Adi design Museum - Compasso d'oro, che aprirà le porte al pubblico in giugno. Un nuovo tassello nel mosaico di Porta Volta: il museo sarà ospitato negli edifici che da fine Ottocento furono prima un deposito di tram poi un grande impianto di distribuzione elettrica dell'Enel.

Situato al centro dell'area ristrutturata tra le vie Ceresio

e Procaccini, nella piazzagiardino cui si accede da via Ceresio 7 o dal piazzale del Monumentale, il museo avrà una superficie espositiva di 2.400 metri quadrati, cui si aggiungono 600 metri quadrati per i servizi (foyer, caffetteria e libreria), 1.500 mq di magazzini e 500 di uffici, dove Adi trasferirà la sua sede. Nelle intenzioni, sarà un polo culturale dove il pubblico troverà mostre a tema, oltre a un'esposizione unica: la Collezione storica degli oggetti premiati con il Compasso d'Oro dal 1954 ad oggi.

Anteprima dell'apertura, sarà la premiazione e la mostra del XXVI Compasso d'Oro Adi, ospitata nei nuovi spazi il 18 aprile, alla vigilia della Milano Design Week. «Tutto quanto gira intorno alla creatività è sempre stato la cifra di Milano. Il design, più di altre realtà, dà senso di apertura», ha detto Beppe Sala alla presentazione. Il presidente Adi Luciano Galimberti ha chiesto al sindaco di intitolare lo slargo davanti all'edificio «piazza del Compasso d'Oro», con il museo al civico 1.

Secondo i dati della Camera di commercio al secondo tri-

mestre 2019, il design rappresenta un business da 12 miliardi di fatturato con 10 mila imprese e 52 mila addetti. Ieri Fontana ha annunciato la volontà della Regione di entrare a far parte della Fondazione Adi per «l'importanza che il design ha verso il sistema economico lombardo». Un settore che per la Lombardia vale 19 miliardi solo nel primo semestre 2019, ricorda l'assessore regionale al Turismo Laura Magoni. Il museo, auspica, «sarà la nuova casa del design a livello internazionale».

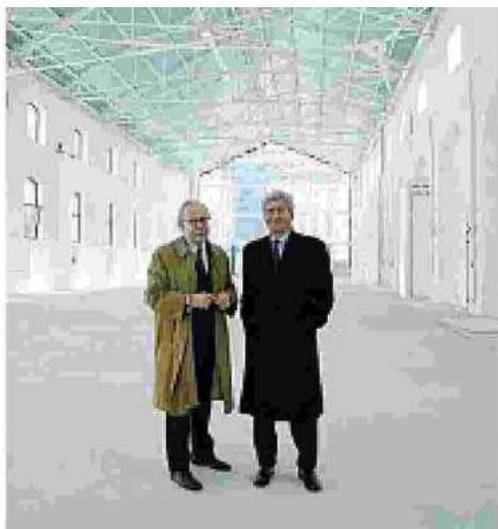
Stefania Chiale

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Lo spazio

● Il nuovo Adi Design Museum - Compasso d'Oro aprirà al pubblico in giugno

● In 2.400 metri quadrati, ci saranno mostre a tema e la collezione storica degli oggetti premiati con il Compasso d'Oro dal 1954



Presidenti Luciano Galimberti (Adi) e Claudio Luti (Salone)

L'offerta ai visitatori

Collezioni, foyer, libreria e caffetteria: un polo di servizi nel futuro centro culturale



L'ITALIA IN VETRINA/ A Pietrarsa, alle pendici del Vesuvio, c'è il Museo nazionale ferroviario, uno straordinario ponte tra passato e presente del nostro Paese. È ospitato nei padiglioni costruiti a metà Ottocento da Federico II di Borbone e le cui officine rappresentarono il primo nucleo industriale italiano

UNA GRANDE STORIA SCRITTA SUI BINARI



MUSEIMPRESA

Museimpresa, l'Associazione italiana archivi e musei d'Impresa è nata a Milano nel 2001 grazie all'iniziativa di Assolombarda e Confindustria. Lo scopo è stato quello di mettere in rete le imprese che forti della propria storia, hanno deciso di investire nella valorizzazione del proprio patrimonio industriale, rendendolo disponibile alla collettività e creando uno straordinario ponte tra passato e futuro. I musei sono divisi in sei categorie: cibo e benessere, design, economia e società, moda, motori, ricerca e innovazione. Una panoramica virtuale di questa realtà italiana è accessibile attraverso il completo e curato sito www.museimpresa.it.

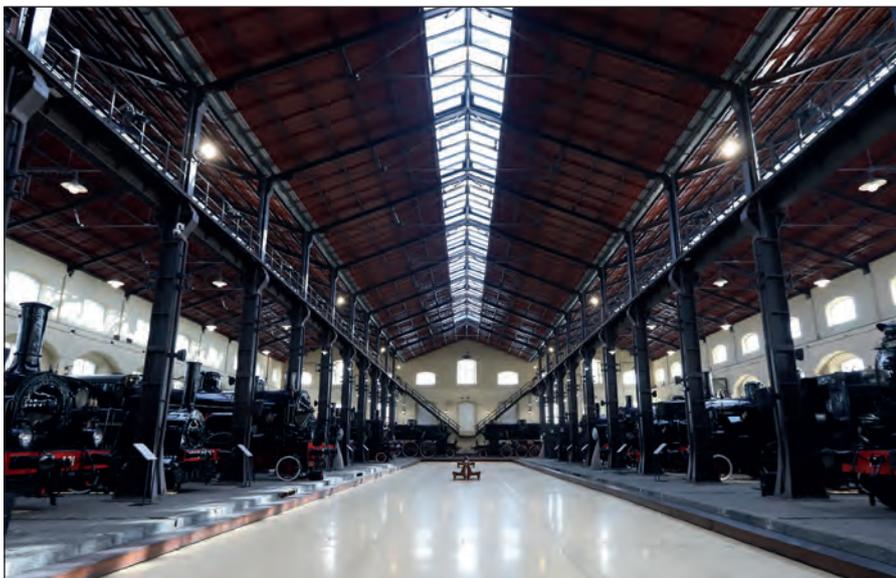
Il museo storico delle Ferrovie si trova a Traversa Pietrarsa, 80146 Napoli (tel. 081472003). Apertura - Lunedì, martedì, mercoledì su prenotazione per grandi gruppi. Giovedì dalle 14:00 alle 20:00. Venerdì dalle 9:00 alle 16:30. Sabato, domenica e festivi dalle 9:30 alle 19:30. Ingresso - Con visita libera 7,00 €. Ridotto 5,00 € (under 18 e over 65). 20,00 € promo "famiglia" (due adulti e due minori)

Per tutti gli appassionati, e non solo, Pietrarsa rappresenta il luogo della memoria. La storia di questo luogo magico coincide con la storia delle ferrovie italiane. Gli edifici che oggi ospitano il museo, infatti, sono i padiglioni del Reale Opificio Meccanico, Pirotecnico e per le Locomotive fondato da Ferdinando II di Borbone nel 1840 per affrancare il Regno delle Due Sicilie dalla supremazia tecnica inglese e francese. Le officine trovarono posto qui perché a fianco del primo tratto ferroviario italiano, la linea Napoli-Portici, inaugurata il 3 ottobre 1839. Pietrarsa rappresenta quindi il primo nucleo industriale italiano (precede

di 44 anni la fondazione della Breda e di 57 quella della Fiat), attivo fino agli anni 70 del '900, quando l'affermarsi delle locomotive elettriche e diesel determinò il declino dei mezzi a vapore e, insieme, dell'opificio. Nel 1977 le officine furono quindi destinate a diventare museo ferroviario, inaugurato nel 1989 dopo i lavori di adeguamento: è qui che ebbe inizio la nostra storia. Grazie agli interventi di restauro avvenuti tra il 2014 e il 2017, il Museo Nazionale di Pietrarsa è diventato il luogo prestigioso e affascinante che oggi conosciamo. Le architetture dei padiglioni ottocenteschi sono state restaurate e gli spazi esterni valorizzati con la piantumazio-



Il Pietrarsa Express sui binari della linea Napoli-Portici inaugurata nel 1839. © L.Parlato - Archivio Fondazione FS italiane



Il grande padiglione che ospita le locomotive a vapore. © Archivio Fondazione FS italiane.

Sotto - Il suggestivo interno della "carrozza reale S10". © Archivio Fondazione FS italiane

ne del Giardino del Mediterraneo e un nuovo parapetto in vetro per la terrazza sul lungomare, che offre una vista unica sul Golfo di Napoli. Anche le nuove tecnologie giocano un ruolo importante nella nuova vita del museo: la sala cinema dotata delle più performanti strumentazioni audio e video, la sala congressi comoda e funzionale e le nuove modalità di visita interattiva, con sistemi di realtà virtuale e app dedicate, rendono Pietrarsa uno tra i più importanti musei ferroviari d'Europa. Ma andiamo a scoprire gli ambienti che costituiscono il museo.

Padiglione delle Locomotive a Vapore - Ex "Montaggio" - Chiamato anche "Salone delle vaporiere" è lo spazio museale dedicato all'esposizione delle più importanti locomotive a vapore delle FS; un ambiente che con i suoi 5.000 mq di sviluppo è sicuramente il più grande del Museo. L'intera struttura è sostenuta da plinti di ferro, con tetto a capriate metalliche. Il padiglione, originariamente, era destinato al montaggio/smontaggio e riparazione delle locomotive a vapore. La fossa di visita, presente al centro della sala, è una testimonianza di queste attività un tempo svolte da decine e decine di operai. All'ingresso troviamo subito uno dei pezzi più famosi, la riproduzione (1939) della locomotiva Bayard, gemella della Vesuvio che il 3 ottobre del 1839 trainò il convoglio inaugurale della Napoli-Portici.

Padiglione delle Carrozze e "Littorine" - "ex Caldarerie e Forni" - Il Padiglione B un tempo era lo spazio dell'opificio nel quale trovavano posto gli impianti per la lavorazione delle caldaie e i forni per la fusione del metallo. Sulla parete che confina con il Padiglione C si trova una

rara testimonianza della profonda devozione delle maestranze operaie dell'Opificio di Pietrarsa: un'edicola votiva dedicata a San Ciro e San Gennaro realizzata nei primi anni del Novecento in sostituzione dell'antica cappella ottocentesca. Oggi in questo ambiente sono esposte automotrici diesel ed elettriche, carrozze ed alcune locomotive elettriche in corrente continua.

È in questo spazio che trovano posto alcuni dei pezzi più pregiati del Museo tra cui la "Carrozza Reale S10". Galleria delle Locomotive Elettriche - "ex caldarerie e forni" - Il Padiglione C, in comunicazione con il Padiglione B "ex caldarerie e forni" di cui costituisce un'estensione, ospita alcuni modelli di locomotive elettriche a corrente continua 3000 V c.c. impiegate dalla fine degli anni '20 del Novecento sulla rete nazionale sia per il traino di treni merci che per viaggiatori. Dalla seconda metà degli anni trenta l'adozione della trazione in corrente continua sulla rete ferroviaria italiana fu definitiva con l'entrata in servizio di tre nuove famiglie di locomotori: il gruppo E.428 per il traino di treni a pesante composizione, il gruppo E.626 con funzioni multiruolo e il gruppo E.326, una macchina concepita come locomotiva

leggera per treni passeggeri ad alta velocità.

Sala dei 500, Padiglione delle Locomotive Diesel, Sala Cinema e dei Macchinari d'Officina. "Ex tubi bollitori e fucine" e "centro molle" - Il Padiglione D occupa gli spazi un tempo dedicati alla lavorazione dei tubi bollitori delle caldaie a vapore. Nel capannone erano presenti le fucine per la lavorazione a caldo dei metalli. La costruzione presenta una notevole copertura, realizzata con capriate lignee, risalente al 1846. Qui trovano oggi posto alcuni esemplari di locomotive diesel da manovra destinate, cioè, alla movimentazione dei veicoli negli scali e negli impianti ferroviari.

Padiglione del "Modellismo" - "ex tornerie" - Il Padiglione G costituiva un tempo il reparto dell'officina nel quale erano installati i torni per la lavorazione "fine" dei meccanismi. Si tratta anche dell'edificio più antico ed architettonicamente più affascinante del complesso museale di Pietrarsa. Denominato "la cattedrale" per i possenti archi a sesto acuto che scandiscono le sue navate, vi sono esposti arredi d'epoca, oggettistica ferroviaria, vecchie macchine per l'emissione dei biglietti e modellini ferroviari. Di particolare rilievo il grande plastico "trecento treni" della sorprendente estensione di 40 mq, un tempo installato nella stazione di Roma Termini e ora, recuperato e restaurato, perfettamente funzionante per la gioia di grandi e piccini. ●

