

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica Museimpresa				
14	La Repubblica - Ed. Torino	05/04/2019	ARCHIVISSIMA DAL FUTURISMO ALLE FIGURINE DELLA LUNA (M.Paglieri)	2
44	Tempo Sport	01/04/2019	MUSEIIMPRESA	4
44/45	Tempo Sport	01/04/2019	QUANDO LA TECNOLOGIA SFIDA L'ARTE	5
31	Voce dei Berici	17/03/2019	TUTTI I SEGRETI DELLA GRAPPA IN TREMILA VOLUMI	7
	Exibart.com	02/03/2019	MUSEOCITY: 80 MUSEI APERTI A MILANO	8
1	Il Giorno - Ed. Milano	01/03/2019	TRE GIORNI PER VISITARE OTTANTA MUSEI	11
58/61	Persone & Conoscenze	01/03/2019	NARRARE LA CULTURA DELLE ORGANIZZAZIONI LIBRI E STORIE PER RACCONTARE L'IMPRESA	12
Rubrica Cultura d'impresa				
22	il Sole 24 Ore	29/03/2019	L'UMANESIMO INDUSTRIALE NON E' TRAMONTATO (A.Calabro')	16
18	il Sole 24 Ore	06/03/2019	GRUPPO FRATI: OLTRE 50 ANNI DI STORIA DI UN'IMPRESA LEADER NELLA PRODUZIONE DI PANNELLI TRUC	17
16	Messaggero Veneto	10/04/2019	ART BONUS UN'OPPORTUNITA' PER I BENI CULTURALI ESPERTI A CASA CAVAZZINI	18
37	Bresciaoggi	05/04/2019	CAMPIELLO GIOVANI 21 ENNE BRESCIANA A CACCIA DELLA FINALE	19
11	La Gazzetta del Mezzogiorno - Ed. Basilicata	15/03/2019	L'AZIENDA AMARELLI E I 300 ANNI DI STORIA	20
Rubrica Musei Aziendali				
11	Album (La Repubblica)	09/04/2019	SETTANT'ANNI IN 24 ORE L'ARTE RACCONTA KARTELL	21
1	Il Piccolo	28/03/2019	UNA PASSERELLA DI MOTO VINTAGE IN PIAZZA UNITA' (.Magr.)	24
		01/03/2019	MUSEI D'IMPRESA: UN FILM PER CAPIRE DAVVERO COSA SONO	26
	Quinews.it	02/03/2019	UNA MOSTRA PER PIO MANZÙ, IL VISIONARIO	28
	IlSole24ORE	04/03/2019	LE PENNE AURORA COMPIONO 100 ANNI	32
	Milano Event's	25/03/2019	KARTELL: CELEBRA I SUOI 70 ANNI CON UNA MOSTRA A PALAZZO REALE	34
	IlSole24ORE	12/03/2019	POLTRONA FRAU GROUP DIVENTA LIFESTYLE DESIGN	36
	tom's Hardware	25/03/2019	OLIVETTI, UNA STORIA DI INNOVAZIONE APRE OGGI LA MOSTRA AL MUSEO DEL 900	38
	IVG.it	12/03/2019	LA STORIA DI UN OROLOGIO DA TORRE BERGALLO DALL'ITALIA	40
	La Stampa di Milano	15/03/2019	OLIVETTI AL MUSEO DEL 900	42
	Il Corriere della Sera	19/03/2019	IL GIORNO DEL DESIGN ITALIANO	43
	Il Fatto Quotidiano	19/03/2019	INAUGURATO OPEN FUTURE DI MATERA	44
	Ferrovie info	23/03/2019	FONDAZIONE FS MUSEO PIETRARSA NELLA GALLERIA BORBONICA	45
	Napoli Turistica	25/03/2019	ARCHIVIO STORICO DEL BANCO DI NAPOLI	47
	IlSole24ORE	04/03/2019	LE PENNE AURORA COMPIONO 100 ANNI	50

Il festival Seconda edizione per la rassegna che apre gli scrigni delle maggiori istituzioni cittadine... con qualche sorpresa

Archivissima dal futurismo alle figurine della luna

MARINA PAGLIERI

Archivi, che passione. Dopo il successo al di là delle aspettative della prima volta di "Archivissima" lo scorso anno, gli ideatori e organizzatori di Promemoria replicano con una seconda edizione del festival. Prende il via venerdì 12 aprile in occasione della Notte degli Archivi – in cui istituti, enti e musei apriranno le porte al pubblico tra le 18 e le 23, fra lezioni di scrittori, letture, spettacoli, concerti, mostre, proiezioni – per proseguire fino a domenica 15.

L'iniziativa, organizzata in collaborazione con Intesa San Paolo, Compagnia di San Paolo e Fondazione Crt, sostenuta da Reale Mutua, Fca Heritage e Museo Lavazza, avrà come quartier generale il Polo del '900, ma sarà diffusa anche in città con una serie di eventi off. Intitolata #supera le barriere, per la prima volta ruoterà intorno a un tema, ovvero la riflessione su un tema centrale per l'attualità politica e sociale. Numerosi gli appuntamenti, volti ad abbattere appunto le barriere tra gli archivi, contenitori della storia di un passato più o meno recente, e il pubblico, incoraggiando partecipazione e condivisione.

Al centro di Archivissima 2019 ci sarà la mostra "Superarchivi. Un percorso tra le storie d'archivio che superano le barriere", che inaugura l'11 nella sede del Polo del '900, nei Quartieri Juvvarriani

di via del Carmine. In due ambienti, uno introduttivo, (Salotto 900), l'altro immersivo (Sala 900), vari materiali di diversi archivi e musei illustreranno gli anniversari che ricorrono quest'anno di alcuni dei grandi avvenimenti della storia novecentesca legati al tema delle "barriere", come la caduta del muro di Berlino (1989), lo sbarco dell'uomo sulla luna (1969) e la pubblicazione del Manifesto del Futurismo di Marinetti (1909).

Al centro del percorso, sostenuto da Siae, Società Italiana degli Autori ed Editori, ci sarà lo spettatore, a fare da cornice diverse iniziative collegate: oltre ai laboratori per i bambini organizzati da Artecò, i talk con ospiti come Nicola Lagioia (venerdì alle 21.30, per la Notte degli Archivi) e Mario Tozzi (sabato 13 alle 21.30). Tra le conferenze anche "Games beyond games", che verterà (il 12 alle 10, a cura di We are Muesli) sul progetto di riunire in un'ottica transdisciplinare eccellenze che lavorano al confine tra diversi linguaggi espressivi: si parlerà tra l'altro dell'Escape Room sul tema del Muro di Berlino che sarà realizzata in autunno al Polo del '900, nell'ambito del bando Ora-Produzioni di cultura contemporanea, promosso da Compagnia di San Paolo. Il Museo Lavazza presenta (fino al 3 giugno) nella hall della Nuvola "L'enciclopedia è un gioco! Le figurine Lavazza", un nuovo allestimento per valorizzare materiale d'archivio

come sono appunto le figurine che dal 1949 l'azienda torinese, al pari di altre – esempi per tutti sono Liebig e Perugina – produceva per i clienti più affezionati, affidate alle penne di autori che, come l'allora presidente Giuseppe Lavazza, si ritrovavano al Circolo degli Artisti.

Reale Mutua – che nella Notte degli Archivi ospita alle 20 e alle 22 lo scrittore Diego De Silva, che leggerà un racconto inedito – organizza durante il Festival visite guidate al proprio Museo e all'Archivio storico. In occasione di Archivissima, Fca Heritage apre per la prima volta al pubblico le porte dell'Heritage Hub, la nuova sede polifunzionale sorta nel comprensorio industriale di Mirafiori: qui la sera del 12 aprile, dalle 19, si terrà un incontro con il curatore di arte contemporanea Luca Beatrice. Tra gli altri appuntamenti, "Archiviomix: dalla maratona creativa che remixa i musei una nuova sfida per gli archivi", evento rivolto agli operatori del settore culturale e al mondo degli archivi (lunedì 15 aprile alle 15), lo spettacolo "L'ora blu. Sogni prima che il sole tramonti" (lunedì 15 alle 11), interpretato e musicato dal vivo, a cura di orchi_dee.

Ci saranno inoltre proiezioni, come il reportage "Salire sul mare" di Tommaso Buzzi (sabato 13 alle 11), che illustra il progetto di integrazione finanziato da Buzzi Unicem e sviluppato in Sicilia presso lo stabilimento di Augusta. E ancora il documentario

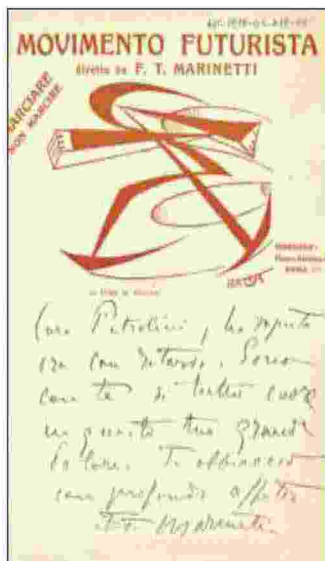
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

"Newmuseum(s).
Stories of company archives and
museums" (domenica 14 alle 18),
a cura di **Museimpresa**, racconto
dell'identità, della storia, dei
valori e delle sfide degli archivi e

dei musei d'impresa di oggi e di
domani.
Il programma su
www.archivissima.it.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Dal 12 al 15 aprile
l'iniziativa organizzata
in collaborazione
con le fondazioni
bancarie



La notte

Venerdì 12 aprile
"notte bianca" anche
con i tram storici di Gtt
A sinistra, una lettera
di condoglianze
di Marinetti a Petrolini,
dall'archivio Siaie,
le figurine Lavazza
e un bozzetto di quella
dedicata all'allunaggio

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



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 primario 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 così 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, che propone anche interessanti iniziative legate al turismo industriale.

Il Museo Nicolis si trova a Villafranca di Verona, in Viale Postumia (tel. 39 045.6303289) info@museonicolis.com.

È aperto dal martedì alla domenica, dalle 10,00 alle 18,00. Si possono organizzare su prenotazione: visite guidate in italiano, inglese, tedesco; welcome coffee, aperitivi, buffet; partenze o arrivi o tappe di raduni di auto o moto; premiazioni e raduni sociali; distribuzione di gadget.



***L'ITALIA IN VETRINA** / A Villafranca di Verona si può visitare il Museo Nicolis, nato dalla passione per la meccanica di un grande imprenditore. Mette in mostra auto, moto, biciclette, macchine fotografiche e per scrivere, strumenti musicali e quant'altro sia stato prodotto nel tempo dall'ingegno umano*

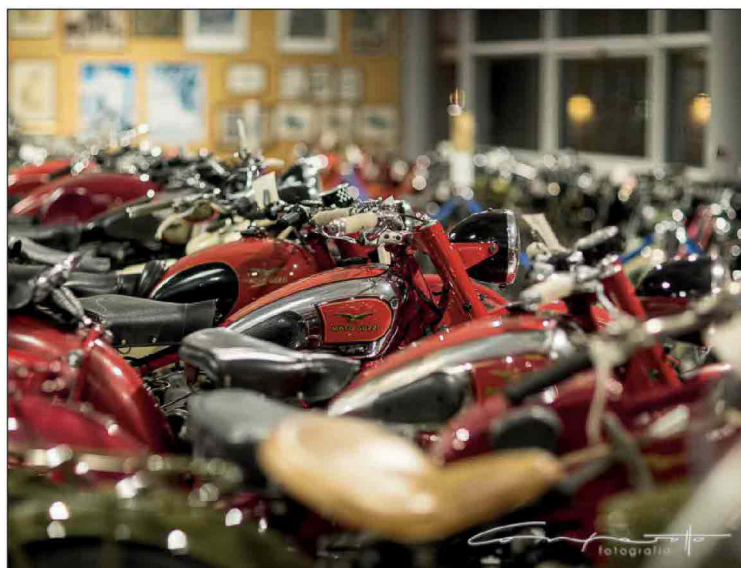
QUANDO LA **TECNOLOGIA** SFIDA L'ARTE

Il Museo Nicolis è uno scrigno di rari capolavori di meccanica e stile, frutto dell'estro di geniali progettisti, che contengono i riferimenti fondamentali della storia dell'automobilismo. Sono rappresentati molti marchi prestigiosi come Alfa Romeo, Ferrari, Lancia, Maserati, Bugatti, Rolls Royce, Jaguar, Avions Voisin, Darracq, Isotta Fraschini, solo per citarne alcuni.

Non solo automobili, questo Museo

è molto di più: è un uomo che ha voluto condividere la sua passione per l'ingegneria con la collettività. Risiede in questo la motivazione con cui la giuria internazionale, selezionata dalla rivista Octane, ha premiato il Nicolis a "The Historic MOTORING AWARDS 2018" nella categoria "Museum of the Year".

Il "Museo Nicolis dell'Auto, della Tecnica, della Meccanica" è stato inaugurato nel 2000 a Villafranca



Nel museo Nicolis sono esposte ben cento motociclette, tutti pezzi ormai introvabili (Foto Comparotto)



Uno dei gioielli del Museo Nicolis: l'auto francese Delahaye modello 135, un progetto realizzato nel 1935 (Foto Paolo Carlini)



di Verona. Voluta e creato da Luciano Nicolis (1933 - 2012), imprenditore veronese fondatore del Gruppo Lamacart, che ha fatto confluire in questa superba opera la sua grande passione, realizzando quello che era stato il sogno di tutta una vita, lui che amava ricordare, quasi con orgoglio, come da ragazzino, finita la scuola andasse in bicicletta a Mantova a caricare sacchi carta. Le sue sono collezioni ricercate, conservate e scelte con lungimiranza, a testimonianza dell'ingegno dell'uomo e della sua arte. Eppure a chi gli faceva domande sulle sue collezioni rispondeva: "Noi non siamo i proprietari di tutto questo, ne siamo i custodi per il futuro..."

Il Nicolis oggi è una tra le più emozionanti e suggestive esposizioni private nel panorama internazionale, un viaggio che narra la storia della tecnologia e del design del XX secolo attraverso un percorso studiato per affascinare e coinvolgere il visitatore.

I capolavori di questo Museo, rac-

colti attraverso ricerche in tutto il mondo, sono suddivisi in otto collezioni: oltre 200 auto d'epoca, 110 biciclette, 100 motociclette; 500 macchine fotografiche, 100 strumenti musicali, 100 macchine per scrivere, aeromobili, una rara collezione di oltre 100 volanti di Formula 1 e innumerevoli opere dell'ingegno umano esposte secondo itinerari antologici, storici e stilistici.

Il tutto conservato in uno spazio espositivo di 6000 mq, in una modernissima struttura, completamente accessibile, che esalta la qualità e la bellezza delle opere in essa custodite. Non è un caso che il Museo Nicolis rappresenti un "unicum" nel suo genere e venga indicato come emblematico della moderna **cultura d'impresa**. I Nicolis, infatti, sono da

oltre 80 anni imprenditori nel recupero della carta da macero e nel settore dei servizi ambientali alle imprese. Oggi il Gruppo Lamacart-Museo Nicolis è gestito con passione e competenza dalla terza generazione, rappresentata da Silvia e Thomas Nicolis.

Il "brand heritage", la tutela e la promozione sono fondamentali in questa visione, e lo testimonia l'adesione a **Museimpresa**, l'Associazione che mira a valorizzare e mettere in rete le imprese portatrici di una moderna cultura aziendale. Silvia Nicolis è impegnata con l'Associazione in prima persona con l'obiettivo di promuovere le eccellenze imprenditoriali italiane e il loro patrimonio culturale. **"SANGUEPAZZO" PER LA DELAHAYE DEL NICOLIS**

Tra i gioielli in mostra merita un posto di primo piano l'auto Delahaye modello 135, un capolavoro di meccanica e design, un progetto sofisticato realizzato nel 1939 dall'ingegnere Emile Delahaye. Questo modello, nelle versioni da turismo e da competizione, è stato quello che ha dato la maggiore notorietà internazionale alla marca francese. Tanto raffinata ed elegante da essere la protagonista di un film. Nel 2008 è il regista italiano Marco Tullio Giordana che la porta in scena con la sua celebre pellicola "Sanguepazzo". Al volante della Delahaye del Nicolis è la splendida Monica Bellucci che insieme a Luca Zingaretti interpretano magistralmente la parabola artistica e umana di Luisa Ferida e Osvaldo Valenti, i due celebri attori del cinema fascista che aderirono alla Repubblica di Salò.



La Lancia Astura MM del 1938. Nata come ammiraglia della casa torinese fu anche utilizzata in gare di velocità (Foto Angelo Rosa)

Bassano

Tutti i segreti della grappa in tremila volumi

— Ma. Gr.

L'arte della distillazione è racchiusa nel museo fondato dalla famiglia Poli il 4 luglio 1993. Accoglie visitatori da tutto il mondo.

Era il 4 luglio del 1993 quando Jacopo Poli e la moglie Cristina aprirono le porte del Museo della Grappa, a due passi dal Ponte Vecchio di Bassano del Grappa, spinti dal desiderio di valorizzare il distillato simbolo del territorio, appannato da stereotipi e luoghi comuni.

Oggi il Museo è un polo culturale e d'impresa tra i più visitati a livello nazionale, ricco di una biblioteca che raccoglie circa 3.000 testi antichi e documenti originali riguardanti la Grappa e l'arte della distillazione. Secondo i dati di **Museimpresa** (Associazione italiana dei musei e degli archivi d'impresa), è tra i musei d'impresa più visitati d'Italia, con una media di 13.000 visitatori mensili. Il Museo accoglie visitatori provenienti da tutto il mondo, contando un 38% di nazionalità tedesca, 17% italiana, 10% Stati Uniti e instaurando con loro una "comunicazione esperienziale", mirata a far conoscere e valorizzare un prodotto Made in Italy all'interno del contesto territoriale in cui è inserito.



↑ Andrea e Jacopo Poli al lavoro.

«Il mio desiderio è far conoscere al mondo il sapere e il sapore della Grappa - così Jacopo Poli -. A distanza di 25 anni mia moglie e io crediamo di avere contribuito a distillare una goccia di cultura».

L'amore per Bassano del Grappa, per quel lavoro che proprio nella zona della pedemontana veneta trova terreno fertile, e per quella declinazione culturale (e museale) che prese 25

anni fa un prodotto della tradizione enogastronomica italiana hanno fatto nascere una grappa totalmente dedicata al museo, un'acquavite in edizione speciale, firmata Jacopo Poli.

«Un distillato, quello realizzato in occasione di un importante anniversario, che dedichiamo ai visitatori che ci hanno accompagnato lungo questo cammino» è il commento di Jacopo.

Tutti i segreti della grappa in tremila volumi

ELICA
Società Cooperativa Sociale

- Giardinaggio/agricoltura • Legatoria
- Rivista giornali, riviste, giocattoli, cucineria
- Raccolta indumenti • Gestione riciclerie
- Raccolta differenziata di consumi/oli esseri da sistemi di stampa elettronica

Via Duse 1/10 - 36012 Cossiga di Bassano (VI) - Tel. 0445 90901 - Fax 0445 90902 - elica@elica.it

MuseoCity: 80 musei aperti a Milano

3065 utenti online in questo momento

exibart

HOME INAUGURAZIONI CALENDARIO TV BLOG ALERT FORUM ANNUNCI CONCORSI COMMENTI EXIBART.TEAM



cerca in Exibart.com

CERCA

EXIBART.JOB

SHOP

EXIBART QUIZ

COMUNICATI
STAMPA

ABBONAMENTI

NEWSLETTER

SEGNALA UN EVENTO

PUBBLICITÀ

EXIBART STREET



OPENING
MuseoCity: 80 musei
aperti a Milano



LA FOTO
Tanti auguri Grand
Canyon!



MERCATO
Christie's regina di
Impressionisti e Moderni



GIRO DEL MONDO
200mila dollari per 2 notti
con Damien Hirst



IL NAVIGATORE
DELL'ARTE
exibart



COMMUNITY

TROVAMOSTRE

TITOLO

CITTA'

ARTISTA

TROVA

LOG IN

password persa?
registrati

EXPRESS

02/03/2019

Annie Lennox degli Eurythmics sarà protagonista di una mostra al Mass MoCA

01/03/2019

Il film su Elton John arriverà sul grande schermo a fine maggio

01/03/2019

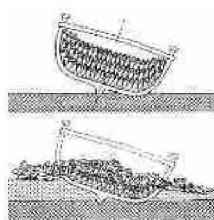
Il Van Gogh Museum acquisisce 91 stampe di Camille Pissarro

+ archivio express



CONTROPELO

Arianna, la morte e l'amore. Cosa ci aspettiamo da un nuovo amore? Una statua romana ai Musei Vaticani, Ovidio e Richard Strauss sanno spiegarlo
Di



ICONE ALLO SPECCHIO #13

di Roberto Ago

MUSEOCITY: 80 MUSEI APERTI A MILANO



pubblicato sabato 2 marzo 2019

Sono 80 le istituzioni che dal cuore di Milano fino all'area metropolitana aderiscono a **MuseoCity 2019**: musei d'arte, di storia, musei scientifici, case museo, case d'artista, archivi e musei d'impresa, che dall'1 al 3 marzo danno vita a una densissima concentrazione di proposte per avvicinare i cittadini allo straordinario patrimonio che conservano e ai numerosissimi progetti a cui, costantemente, danno vita.

Un'articolata iniziativa che non si esaurisce in questi tre giorni, ma prosegue per tutto l'anno, come ci ha spiegato **Maria Grazia Mazzocchi**, presidente dell'Associazione MuseoCity, raccontandoci l'edizione 2019.

Che cosa è MuseoCity?

«MuseoCity è un'Associazione no profit fondata nel maggio 2016 con una missione precisa: avvicinare i Musei e le strutture per l'arte alla gente e condurre sempre più gente a conoscere e ad amare le opere d'arte custodite nei Musei e in tutti i luoghi d'arte di Milano. Fanno parte del nostro network musei d'arte, di storia, musei scientifici, case museo, case d'artista, archivi e musei d'impresa diffusi di tutto il territorio cittadino, con alcune "incursioni" anche nell'area metropolitana (es. Cinisello Balsamo, Arese, Sesto San Giovanni, Binasco, ecc). MuseoCity mantiene stretti rapporti con il Comune, Assessorato alla Cultura, e con le Istituzioni Museali, e organizza durante tutto l'anno eventi diffusi e momenti di approfondimento culturale per un vasto pubblico».

Ogni anno, a marzo, MuseoCity organizza un enorme evento che coinvolge tutta la città...

«Ogni primo fine settimana di marzo MuseoCity dà vita, insieme al Comune di Milano, ad una tre giorni ricca di eventi che coinvolgono decine di migliaia di persone in momenti di scoperta e di fruizione dello straordinario patrimonio artistico e museale della città. Tra le attività che MuseoCity cura durante la tre giorni: "Museo Segreto", una mostra diffusa sul territorio che propone ogni anno un diverso tema di riflessione, "Conferenza", momento di confronto tra professionisti e addetti ai lavori, e "Mostra", una riflessione particolare sul tema dell'anno, a Palazzo Reale -. Quest'anno la Mostra, nell'Appartamento dei Principi, si incentra sulla figura di Geo Poletti, collezionista di Nature Morte del XVII e XVIII secolo».

Veniamo all'edizione 2019: quante realtà museali coinvolge? Quali musei aderiscono per la prima volta quest'anno?

«Quest'anno partecipano 80 musei. Uno di questi però è il Castello Sforzesco al cui interno sono ospitati ben 9 istituzioni museali. Per "Museo Segreto" abbiamo invece 46 approfondimenti di particolari opere legate al tema della Natura, fil rouge di tutta la manifestazione. I musei che partecipano per la prima volta quest'anno sono l'Istituto Emilio e Scilla Isgrò che apre le porte per la prima volta al pubblico sabato mattina; la Fondazione Luigi Rovati (futuro museo etrusco) che apre in esclusiva il suo cantiere domenica; l'archivio Vincenzo Agnetti, centro artistico Alik Cavaliere che mostra per Museo Segreto un'opera non accessibile di solito al pubblico; la Fondazione Luciana Matalon; la Fondazione Marconi che ha esteso la mostra su Schifano proponendo un percorso speciale tra la natura presente delle opere dell'artista; la Fondazione Piero Manzoni che ha preparato delle attività dedicate ai più piccoli; il Museo del Profumo; il Museo storico dei Vigili del Fuoco di Milano che apre una sola

EXIBART.TV



Wunderkammer. Le Stanze della Meraviglia



Terre in Movimento. Sguardi d'artista per una Committenza sul paesaggio marchigiano.



Tintoretto. Un ribelle a Venezia





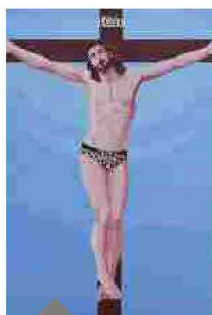
TEATRO

Prima mondiale di "Alice" dei MOMIX diretti da Moses Pendleton, all'Olimpico di Roma di Valentina Muzi



AVANTI & INDIETRO

Gea Casolaro, ovvero come l'arte interviene nel tessuto della comunità di Raffaele Gavarro



TRE DOMANDE A...

"Storytelling": intervista con Giuseppe Veneziano Di Davide Silviali

EXIBART.SEGNALA



volta l'anno; la Permanente che propone una quadreria speciale: un'opera per ogni decennio del '900, seguendo sempre il tema della natura; lo spazio Tadini».

Qual è il tema di questa edizione? Può farci qualche esempio di mostre o eventi speciali saranno proposti in questi giorni?

«Quest'anno la manifestazione (1-3 marzo 2019) segue il tema della Natura in una accezione molto ampia: dalla natura dipinta a quella reale, dall'acqua al cielo, dalle piante e ai fiori, nonché collezioni "speciali" di storia naturale. BIG - Borsa Italiana Gallery partecipa svelando al pubblico due opere appena restaurate e che provengono dal museo e reale bosco di Capodimonte. MIC - Museo Interattivo del Cinema ha preparato una programmazione di proiezioni a tema "green" con quiz a premi finale (il vincitore riceverà in premio una pianta). A Palazzo Reale sarà possibile visitare gratuitamente la mostra curata da MuseoCity. L'installazione incredibile che abbraccia lo Studio Museo Francesco Messina (in centro a Milano!). La Fondazione Adolfo Pini ha pensato a un particolare percorso tra i "fiori" di 16 istituzioni, come anche "Orticola" che presenta alcuni approfondimenti in altri 6 musei».

La programmazione di MuseoCity si estende ben oltre il mese di marzo...

«Per il 2019, grazie al contributo di Fondazione Cariplo, MuseoCity ha sviluppato un ampio programma di attività. MuseoCity in collaborazione con Milanoguida per un anno intero invita alla scoperta dei musei milanesi e delle storie che si nascondono dietro le loro sorprendenti opere d'arte, offrendo un ciclo di visite guidate gratuite, ogni mese in un museo differente. In tali giornate MuseoCity e Istituto Piepoli sottopongono i visitatori ad un breve questionario sul gradimento del Museo, del percorso espositivo, delle collezioni e dei servizi: futura occasione di analisi e di valutazione della "salute" dei musei cittadini. Nella seconda metà dell'anno avranno luogo proiezioni fotografiche a nord e a sud della città in collaborazione con i musei Mufoco e Muma, per far conoscere queste realtà museali ad un grande numero di persone. Sono infine previsti del corso dell'anno 2019 dei veri e propri spettacoli teatrali scritti e recitati ad hoc per musei periferici rispetto al centro cittadino».

Una curiosità: che cosa sono le Muse Dialoganti?

«Nel corso del 2019 sono state individuate 11 sale in altrettanti Musei, nelle quali MuseoCity potrà posizionare altrettante sedute, donate ai musei dai produttori di design italiani. Un mix di arti volto ad offrire ai visitatori di questi musei un momento di gradevole contemplazione e un attimo di riposo, nel lungo percorso. Al progetto Muse Dialoganti hanno aderito: Casa Museo Boschi Di Stefano, Civico Museo Archeologico, GAM Galleria d'Arte Moderna, Musei del Castello Sforzesco - Pinacoteca, Museo del Novecento, Museo della Scienza e della Tecnologia Leonardo da Vinci, Museo di Storia Naturale, Museo Storico Alfa Romeo, Palazzo Morando, Pinacoteca di Brera, Pinacoteca Ambrosiana». (Silvia Conta)

Milano MuseoCity 2019

Dall'1 al 3 marzo 2019

www.museocity.it, info@museocity.it

Istituzioni aderenti: Acquario e Civica Stazione Idrobiologia, Archivio Giovanni Sacchi, Archivio Vincenzo Agnetti, Armani / Silos, Associazione Amici del Monumentale di Milano, Associazione Amici di Lalla Romano - Casa Lalla Romano, Associazione per Mario Negri - per la Scultura, BIG - Borsa Italiana Gallery - Palazzo Mezzanotte, Casa del Manzoni, Casa della Memoria, Casa delle Arti - Spazio Alda Merini, Casa dell'Energia e dell'Ambiente - Fondazione AEM, Casa Museo Boschi Di Stefano, Cenacolo Vinciano, Centrale dell'Acqua, Centro Artistico Alik Cavaliere, Civico Museo Archeologico, Collezione Branca, Fondazione Achille Castiglioni, Fondazione Adolfo Pini, Fondazione Arnaldo Pomodoro, Fondazione Corrente - Studio Museo Treccani, Fondazione Federica Galli, Fondazione Franco Albini, Fondazione Luciana Matalon, Fondazione Luigi Rovati, Fondazione Mansutti, Fondazione Marconi, Fondazione Piero Manzoni, Fondazione Pirelli, Fondazione Prada, Fondazione Remo Bianco, Fondazione Studio Museo Vico Magistretti, Galleria Campari, Gallerie d'Italia - Piazza Scala, GAM Galleria d'Arte Moderna, GASC - Galleria d'Arte Sacra dei Contemporanei, Istituto Emilio e Scilla Isgrò, Kartell Museo, La Triennale di Milano, Leonardo3 - Il Mondo di Leonardo, MIC - Museo Interattivo del Cinema, Molteni Museum, MUBA - Museo dei Bambini Milano, MUDEC Museo delle Culture, MUFOCO - Museo di Fotografia Contemporanea, MUMAC - Museo della Macchina per caffè di Gruppo Cimbali, Musei del Castello Sforzesco (Museo d'Arte Antica, Museo degli Strumenti Musicali, Museo dei Mobili e delle Sculture Lignee, Museo della Preistoria e Protostoria, Museo delle Arti Decorative, Museo Pietà Rondanini - Michelangelo, Pinacoteca, Raccolta delle Stampe Achille Bertarelli, Archivio Storico Civico e Biblioteca Trivulziana), [Museimpresa](#) - Associazione Italiana Musei e Archivi d'Impresa - e Assolombarda, Museo Bagatti Valsecchi, Museo della Macchina da Scrivere, Museo del Duomo, Museo del Novecento, Museo del Profumo, Museo del Risorgimento, Museo di Storia Naturale, Museo Diocesano Carlo Maria Martini, Museo Mangini Bonomi, Museo Martinitt e Stelling, Museo Mondo Milano, Museo Nazionale Scienza e Tecnologia Leonardo da Vinci, Museo Poldi Pezzoli, Museo Storico Alfa Romeo, Museo Storico dei Vigili del Fuoco di Milano, Museo Teatrale alla Scala, Orto Botanico di Brera dell'Università degli Studi di Milano, Oxygen e Museo Zambon, PAC Padiglione d'Arte Contemporanea, Palazzo Morando Costume Moda e Immagine, Palazzo Reale, Parco Archeologico dell'Anfiteatro Romano e Antiquarium Alda Levi, Pinacoteca Ambrosiana, Pinacoteca di Brera, Pirelli HangarBicocca, Planetario Ulrico Hoepli, Società per le Belle Arti ed Esposizione Permanente, Spazio Tadini, Studio Museo Francesco Messina, Villa Necchi Campiglio | FAI, WOW Spazio Fumetto.

Luca Pozzi | Mikey Explosion_VR

guarda tutti i video su Exibart.tv

Felicitazioni a Vittorio Sgarbi nuovo direttore di rosanna rossi

posso farle una domanda? Ma lei l'ha visitata la fiera?!!.....
di filippo di carlo

Ferrara è una piccola città, il cui centro storico...
di Giovanni Lauricella

Bah , il buco di milioni nel bilancio a Documenta ...
di Walter Bortolossi

Sono molto felice complimenti e Buon Lavoro Marco
di marcello carriero

le notizie più cliccate della giornata

Dite addio al merchandising non autorizzato, Banksy ha fatto causa alla sua mostra al Mudec

Nasce una nuova Biennale. Anzi no, è una "BienNoLo", nel distretto più cool di Milano

MuseoCity: 80 musei aperti a Milano

Cartoline vintage ricamate

Natura Spezzata e Ricostituente

Il Caravaggio trovato in una soffitta di Tolosa andrà all'asta per 150 milioni di sterline

Dove va a finire la neve, quando si scioglie? Remo Bianco per Milano Museo City

"Filantropia tossica" al Whitney

Gli Alfabeti di Boetti, Kosuth e Weiner, in una mostra diffusa lungo la via Flaminia

Sotheby's a Londra manca il successo



ultimi post in tempo reale da Exibart.blog

macerata / appuntamenti con la poesia visiva di archivioopen

domenica all'università di incircolarte

diario di un artista - l'arte inquinante ... di doattime

vienna 1900, l'atlante della bellezza di quella che fu la secessione viennese di andreaspeziali

POLETTI E GLI ALTRI

Tre giorni
per visitare
ottanta musei

WALCH ■ All'interno



Il weekend degli 80 musei

TRE GIORNI per vedere più di ottanta musei sono pochi, ma non c'è che l'imbarazzo della scelta questo weekend: si celebra la terza edizione di Milano MuseoCity, promossa dall'associazione omonima insieme al Comune in collaborazione con Fondazione Adolfo Pini, Assolombarda e Museimpresa. D'arte, di storia, scientifici, archivi d'impresa, grandi e piccoli, pubblici e privati, in tutta la città con incursioni nell'hinterland, da oggi a domenica propongono visite guidate, laboratori per bambini, conferenze, aperture straordinarie e iniziative speciali. Il fil rouge sarà la Natura, tema guida in accordo con le celebrazioni leonardiane e con la XXII Triennale di Milano (che inaugura oggi e fa parte del circuito). Tra le new entry la Fondazione Luigi Rovati, il Museo del profumo e quello storico dei Vigili del fuoco. Ci sono anche itinerari che collegano più esposizioni, come «Tram-Tram» (per i viaggiatori Atm); il percorso organizzato da Maua (Museo di arte urbana aumentata) tra opere di street art a NoLo; «Il giardino di storie milanesi» (circuito tra 16 case museo, atelier d'artista, studi d'architetti e designer); e una vera esplorazione botanica di sei musei curata da Orticola.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

L'ITALIA AL LAVORO

Narrare la cultura delle organizzazioni Libri e storie per raccontare l'impresa

Valentina Martino

Genere letterario a sé stante, fenomeno editoriale spesso di nicchia, ma molto fiorente, strumento di comunicazione tra i più efficaci e raffinati. La monografia aziendale d'impresa è sempre più oggetto di studio e attenzione non solo da parte degli addetti ai lavori, ma anche di un pubblico interessato alla cultura socio-economica del proprio territorio. A testimonianza della crescente attenzione verso questo genere editoriale, l'Università La Sapienza di Roma ha dedicato ai libri aziendali un'apposita biblioteca. Sono storie di aziende che raccontano l'evoluzione della comunicazione e della cultura del Paese.



Valentina Martino è Ricercatrice in Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale dell'Università La Sapienza di Roma.

La monografia istituzionale è lo specchio dell'anima di un'organizzazione. È il racconto di un'identità aziendale declinata al futuro; nel migliore dei casi, l'esito di un percorso riflessivo e di autocoscienza che porta un'impresa a 'istituzionalizzarsi' e a collocarsi stabilmente nell'ambiente sociale, fino a divenire un punto di riferimento per il territorio e la comunità.

Una simile esperienza autobiografica, maieutica, si traduce in un documento che, non per caso, assume di solito la forma di libro: la monografia istituzionale d'impresa o *corporate book*, strumento assai peculiare di rappresentazione della storia e dell'identità aziendale, dentro e fuori i confini di un'organizzazione. Nella sua componente materiale, l'oggetto-libro offre un condensato assai singolare di **cultura d'impresa**, rendendo tangibile l'essenza stessa delle nostre organizzazioni attraverso l'intreccio di testi e immagini scelti: si dà così rappresentazione a fatti o, nei casi più riusciti, a frammenti d'identità collettive che le organizzazioni vogliano valorizzare e condividere, sotto forma di racconto, con i propri interlocutori economici e sociali.

Singolare 'medium identitario', il *corporate book* rappresenta dunque il più istituzionale fra gli strumenti di comunicazione al servizio di imprese e organizzazioni in genere, oltre che un format-modello espressivo fra i più sfidanti sul piano delle scelte tanto contenutistiche quanto formali. Al tempo stesso, la monografia istituzionale d'impresa spicca anche fra i generi da sempre meno studiati e visibili, e non solo nei manuali di comunicazione, ma persino all'interno delle organizzazioni protagoniste di questo particolare fenomeno editoriale; per non parlare poi della scarsa diffusione esterna e della difficile reperibilità di tali opere da parte di pubblici potenzialmente interessati a esse, quali in particolare ricercatori e studenti impegnati in molteplici campi disciplinari (comunicazione, sociologia, economia, design, storia, ecc.).



A dispetto di questa paradossale 'invisibilità' dei *corporate book*, è bene invece ricordare che la letteratura aziendale vanta in Italia una prestigiosa tradizione: quella legata al mecenatismo bancario e alle fiorenti politiche culturali delle nostre maggiori imprese, ma sorprendentemente alimentata anche da tante piccole realtà storico-familiari del territorio desiderose di raccontarsi e di raccontare la propria idea di Made in Italy.

Il multiforme fenomeno dei *corporate book*

Nel variegato panorama della letteratura aziendale, le cui espressioni appaiono difficilmente riconducibili a una definizione univoca, la monografia istituzionale d'impresa rappresenta un genere di per sé unico e un mercato fiorente, ancorché un filone editoriale e di comunicazione fra i meno indagati. Spesso realizzate in occasioni speciali –centenari e anniversari 'tondi', cambiamenti organizzativi di rilievo o ingresso in nuovi mercati– queste opere sono infatti fra le espressioni più articolate e complesse dell'identità e della cultura di un'organizzazione, e assumono molteplici declinazioni creative e distributive.

La letteratura aziendale rappresenta tuttavia un filone editoriale assai più multiforme. Accanto alle monografie istituzionali d'impresa propriamente dette (*corporate book* e volumi di presentazione di specifiche attività aziendali, storiografie istituzionali e biografie di imprese, imprenditori, prodotti, marche), è possibile infatti annoverare molteplici altre espressioni specifiche: edizioni di prestigio, libri strenna e giubilari, cataloghi di mostre e **musei aziendali**, opere fotografiche e multimediali, insieme con innumerevoli generi 'minori'.

In generale, i libri aziendali possono essere pubblicati da case editrici e messi in vendita attraverso i comuni canali editoriali, a volte rivolgendosi a speciali pubblici di collezionisti e appassionati. È però altrettanto frequente –e lo era soprattutto in passato– che questo tipo di pubblicazione sia prodotto dall'azienda soggetto dell'opera stessa, caratterizzandosi dunque come 'letteratura grigia' e prodotto pensato pertanto, a monte, per una circolazione estremamente limitata.

I libri aziendali sono opere creative e spesso di pregio, caratterizzate in taluni casi da formati speciali e da un'apprezzabile componente di design. Per queste produzioni, non



a caso, quasi mai si sceglie di rinunciare alla preziosità ed esperienzialità proprie della carta. Del resto, grazie ai budget assicurati dalle organizzazioni promotrici, nel contesto di queste opere gli editori hanno potuto portare avanti una sperimentazione grafica e tipografica ormai da tempo preclusa in altri e più classici filoni dell'editoria generalista, colpiti da una pesante crisi di mercato negli anni più recenti.

Non da ultimo, con il passare del tempo queste opere si stanno rivelando un'importante fonte storiografica, al servizio della cosiddetta *business history*: di fatto, strumenti insostituibili per la ricostruzione della memoria economica e socio-culturale dei territori.

Una biblioteca delle aziende alla Sapienza

A un filone editoriale così unico nel suo genere, da sempre fra le espressioni privilegiate del Made in Italy e della sua prestigiosa tradizione culturale, dall'inizio del 2018 l'Università La Sapienza di Roma ha scelto di dedicare un'apposita sezione della Biblioteca di Comunicazione e Ricerca Sociale.

La collezione di letteratura aziendale della prima università romana è consultabile da parte del pubblico nella sede romana del Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (via Salaria, 113): il fondo raccoglie una collazione libraria, in costante ampliamento, di opere editte per iniziativa di imprese e organizzazioni ben identificabili, singole o associate, per finalità di volta in volta istituzionali (con l'obiettivo di dare rappresentazione dell'identità aziendale, al di là dell'attività meramente economica e/o produttiva dell'organizzazione) o, in senso più ampio, culturali

Valorizzare l'*heritage* d'impresa

Nato nel 2006 grazie all'impegno di Mario Magagnino, Docente di Comunicazione d'Impresa all'Università degli Studi di Verona, l'Osservatorio Monografie d'Impresa (OMI) ha fin da subito trovato la sua sede naturale nel Dipartimento di Culture e Civiltà dell'ateneo. L'Osservatorio ha come scopo principale quello di diffondere la conoscenza e la cultura della comunicazione d'impresa attraverso la valorizzazione della monografia aziendale e, in generale, degli strumenti dell'*heritage* d'impresa. La sua attività si concretizza in numerosi eventi e manifestazioni che vanno dall'organizzazione di convegni, conferenze, seminari, mostre, alle attività di formazione e corsi di aggiornamento per studenti universitari, imprenditori e addetti alla comunicazione.

Il suo impegno nel promuovere la cultura e la comunicazione d'impresa è inoltre supportato da un'intensa attività culturale e da numerose partnership a livello locale e nazionale. Fiore all'occhiello dell'OMI è il suo archivio –aperto al pubblico– dove sono conservate oltre 1.000 monografie aziendali. Con cadenza biennale, l'OMI organizza il Premio OMI destinato alla *Miglior Monografia Istituzionale d'Impresa*, al quale possono partecipare tutte le aziende, enti e istituzioni, pubbliche e private, che hanno dato vita o contribuito alla realizzazione di tali opere.

Nel 2018, a seguito di una convenzione firmata tra l'OMI e il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale dell'Università La Sapienza di Roma, quest'ultimo è divenuto sede partner dell'Osservatorio. La convenzione, che ha avuto il merito di ampliare la collezione di monografie d'impresa già presenti nell'archivio online dell'OMI, testimonia l'interesse crescente del mondo accademico nell'approfondire lo studio e la diffusione dell'*heritage* aziendale in Italia.

www.monografieimpresa.it

(perché indipendenti dalla specifica mission produttiva aziendale).

L'iniziativa della Sapienza si inserisce, in parte, nelle attività dell'Osservatorio Monografie d'Impresa (OMI), iniziativa nata nel 2012 all'interno del Dipartimento Culture e Civiltà dell'Università di Verona e dedicata, in modo esclusivo, al genere delle monografie istituzionali d'impresa. Alla base dell'attività dell'OMI vi è la raccolta, la catalogazione e la valorizzazione di monografie aziendali italiane, conservate nell'archivio di Verona e consultabili anche online¹. L'OMI organizza, inoltre, il Premio OMI alla *Miglior monografia istituzionale d'impresa*: giunta nel 2018 alla quarta edizione, l'iniziativa ha visto la partecipazione di 211 opere, promosse da imprese italiane di ogni dimensione e tipo.

Grazie a una partnership istituzionale varata all'inizio del 2018, la raccolta specialistica di monografie e biografie di natura corporate promossa dall'OMI (unica nel suo genere in Europa) è oggi parte, alla Sapienza, di una più variegata collezione di libri aziendali di carattere istituzionale e culturale². Si punta così a

conservare e valorizzare, nelle sue molteplici espressioni, il patrimonio librario edito per iniziativa di imprese e organizzazioni in genere, garantendone stabilmente l'accesso da parte di un pubblico di studenti, studiosi, appassionati e addetti ai lavori, nei campi in particolare della comunicazione e del design.

A oggi, a meno di un anno dall'avvio del progetto, la collezione della Biblioteca di Comunicazione e Ricerca Sociale consta di oltre 1.000 opere di letteratura aziendale, conferite da circa 230 organizzazioni pubbliche, private e non profit di tutta Italia che hanno scelto di condividere le proprie produzioni librerie con la Sapienza. I volumi donati alla biblioteca universitaria sono fruibili in modo continuativo. La loro scheda bibliografica è inserita, inoltre, nel catalogo della Sapienza e del Sistema Bibliotecario Nazionale, nonché –con specifico riferimento a monografie istituzionali e biografie– nell'archivio digitale dell'OMI.

Sulla collezione di letteratura aziendale della Biblioteca di Comunicazione e Ricerca Sociale sono innestate specifiche attività di

¹ www.monografieimpresa.it

² <https://web.uniroma1.it/bibliocoris/osservatorio-monografie-dimpresa/osservatorio-monografie-dimpresa>

dattiche, di ricerca e divulgazione culturale, promosse in collaborazione con istituzioni, imprese e associazioni del territorio. Tutto ciò a partire da un primo evento pubblico di presentazione del progetto dal titolo "Tra le pagine del Made in Italy. Libri e storie per raccontare l'impresa" e svolto alla Sapienza il 23 novembre 2018 nell'ambito della XVII Settimana della **Cultura d'Impresa** di Confindustria. La tavola rotonda è stata l'occasione per presentare la nascente collezione della Sapienza e discuterne il work in progress insieme con i principali stakeholder: esperti ed esponenti del mondo industriale, bancario e istituzionale, affiancati da autori ed editori di settore, chiamati a portare la propria testimonianza a partire da una pluralità di esperienze e prospettive disciplinari.

Fra le molteplici attività in corso di progettazione e realizzazione, si segnalano inoltre:

- attività di ricerca;
- supporto alle attività di orientamento e didattica curriculare dei corsi in Comunicazione;
- organizzazione di eventi ed esposizioni tematiche;
- realizzazione di programmi formativi *ad hoc*;
- consulenza ad aziende, agenzie e professionisti;
- pubblicazioni scientifiche e culturali.

Le diverse iniziative puntano a valorizzare il ruolo delle monografie istituzionali d'impresa e di altri generi di letteratura aziendale sotto il profilo strategico, professionale e, soprattutto, culturale, come contesto di espressione identitaria e condivisione con differenti pubblici e stakeholder. Fra questi, *in primis* gli studenti, gli allievi e i laureandi dei corsi in Comunicazione, coinvolti nelle attività di raccolta, studio, catalogazione e valorizzazione del patrimonio librario anche mediante l'offerta di attività laboratoriali *ad hoc* e l'assistenza per la stesura di tesi di laurea.

Le proposte formative per la **cultura d'impresa**

L'entusiasmante partnership istituzionale con l'OMI si accompagna a una molteplicità di altri progetti intrapresi, negli ultimi anni, dal Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza sui temi della comunicazione culturale d'impresa, con l'intento di dare voce a una pluriennale tradizione didattica e di ricerca portata avanti soprattutto nella laurea magistrale in Orga-



L'Università La Sapienza di Roma

nizzazione e Marketing per la Comunicazione d'Impresa, da sempre una delle più popolate fra quelle erogate dall'ateneo romano.

Fra le diverse iniziative, si segnalano in particolare le prime tre edizioni del corso di formazione in Valorizzazione Culturale e Comunicazione dell'Heritage per le Imprese e le Organizzazioni, promosso con la Soprintendenza Archivistica e Bibliografica del Lazio e l'Associazione Nazionale **Museimpresa** per approfondire i principali metodi e strumenti atti a promuovere la **cultura d'impresa** e l'*heritage* del Made in Italy. La proposta formativa si avvale del patrocinio istituzionale e del coinvolgimento nelle attività didattiche dell'OMI, insieme con una pluralità di altre realtà chiave del settore: fra queste, l'Unione degli Industriali e delle Imprese di Roma e del Lazio (Unindustria), l'Associazione Italiana Musei della Stampa e della Carta (Aimsc), Il Paesaggio dell'Eccellenza, Istituto Nazionale di Sociologia Rurale (Insor), l'agenzia Baicr.

Grazie al valore di queste esperienze e collaborazioni istituzionali, la Sapienza punta oggi a divenire un punto di riferimento per tutte quelle imprese e organizzazioni del territorio impegnate a valorizzare la propria identità e il proprio *corporate heritage*, spaziando fra una pluralità di strumenti editoriali e contesti culturali, sia tradizionali sia innovativi: archivi storici e **musei aziendali**, biblioteche e fondazioni aziendali, *corporate art collection*, comunicazione digitale e audiovisiva, sponsorizzazioni e partenariati artistici, eventi culturali e celebrativi.

L'UMANESIMO INDUSTRIALE NON È TRAMONTATO

di **Antonio Calabrò**

I rapporti tra l'industria italiana e la cultura umanistica e scientifica hanno profonde radici storiche. E una dinamica attuale. L'ultima conferma è il successo, a New York, del Pirelli HangarBicocca e della Fondazione Prada, che hanno vinto il Global Fine Arts Award 2018, il primo per una mostra su Lucio Fontana, la seconda per la mostra sull'arte italiana nel Ventennio. L'eccellenza dei luoghi d'arte di Milano trova riscontro internazionale. E l'impegno di Pirelli e Prada è scelta di mecenatismo, ma soprattutto segno d'una **cultura d'impresa** che continua a legare creatività a innovazione, nel senso più ampio del termine.

Queste considerazioni sono utili per riflettere meglio sull'interessante intervista di Paolo Bricco a Jeffrey Schnapp, direttore del metaLAB di Harvard (Il Sole 24 Ore, 24 marzo). Schnapp critica «gli intellettuali, molti dei quali rimangono asserragliati nella torre d'avorio della cultura puramente umanistica», ma anche i «troppi imprenditori, che nel design e nella moda rischiano di non declinare in senso contemporaneo la nuova connessione fra tecnica, industria ed estetica». C'è una certa nostalgia, per i tempi di Ettore Sottsass e Gio Ponti e per quella grande impresa, «l'Olivetti, la Pirelli e le imprese pubbliche del mondo Iri che sapevano creare comunità d'intellettuali che integravano la cultura e l'industria, la funzionalità della manifattura e l'estro della creatività».

Ogni critica, da fonti competenti, è benvenuta. Ogni ricordo di stagioni straordinarie dell'impresa merita ascolto. Ma è necessario non perdere di vista quanto ancora succede per fare della cultura una vera e propria leva di competitività. Una «cultura politecnica», impegnata a ricostruire e rilanciare le sintesi originali tra saperi umanistici e conoscenze scientifiche.

Scelta di tradizione, per Pirelli. E di innovazione. Dagli anni Quaranta ai primi Settanta, la Rivista Pirelli ha raccolto le «grandi firme» della cultura italiana di respiro europeo (Montale, Quasimodo, Ungaretti, Pasolini, Visconti, Eco, Gadda, Guttuso, Sciascia, etc.). Oggi, oltre alle attività dell'HangarBicocca, un grande architet-

to, Renzo Piano, progetta la struttura centrale del Polo di Settimo Torinese, la «fabbrica bella» e hi-tech, mentre un violinista di rilievo internazionale, Salvatore Accardo firma, con l'Orchestra da Camera Italiana, il «Canto della fabbrica», traducendo in musica i ritmi dell'industria digitale e lo esegue per la prima volta in pubblico, davanti a mille spettatori, proprio lì, tra quelle macchine di produzione modernissime. E sempre «la fabbrica bella» ispira, nel 2012, uno spettacolo del Piccolo Teatro, «Settimo, la fabbrica e il lavoro». Architettura, musica, teatro. E ancora fotografia (i Calendari Pirelli, ma anche gli stabilimenti nel mondo, negli scatti di Peter Lindbergh e Carlo Furgieri Gilbert), letteratura (gli scritti di Hans Magnus Enzensberger, Javier Cercas, William Least Heat-Moon, Hanif Kureishi e Javier Marías per la rivista World e per accompagnare i bilanci Pirelli) e altro. Le «comunità di intellettuali» si sono allargate a un sistema di relazioni internazionali.

L'umanesimo industriale, che continua a connotare la Pirelli, così come parecchie altre imprese grandi e medie (Bracco, Zambon, Rocca-Techint, Dompè, Brembo, Coesia, Ima, Cucinelli, etc.) vive e cresce nei rapporti tra tecnologia e filosofi, scienziati e artisti, architetti e scrittori, in un rapporto spesso dialettico, sicuramente ancora creativo. Non si spiegherebbe, d'altronde, la resiliente competitività della migliore impresa italiana, se questi rapporti non fossero d'attualità.

Direttore della Fondazione Pirelli

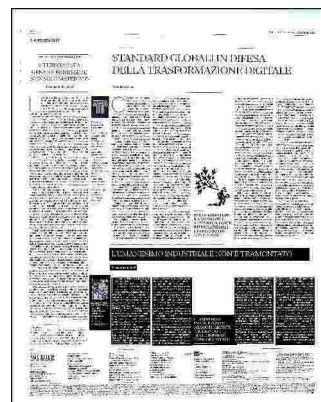
© RIPRODUZIONE RISERVATA



**IL SOLE 24 ORE,
24 MARZO 2019**

Paolo Bricco
ha intervistato
il direttore
del metaLAB
dell'Università
di Harvard
Jeffrey Schnapp.

IL RAPPORTO TRA SCIENZIATI FILOSOFI, ARTISTI, E IL MONDO DELLE IMPRESE È ANCORA VITALE



GRUPPO FRATI: oltre 50 anni di storia di un'impresa leader nella produzione di pannelli truciolari d'arredo

Il fondatore **Luigi Frati** commenta così il successo di **Gruppo Frati**, ai vertici nel settore dei pannelli truciolari: "essere tra le 100 eccellenze imprenditoriali lombarde con bilanci virtuosi e ricevere il premio **Industria Felix** è un importante riconoscimento ai valori in cui crediamo da sempre: innovazione, competenza, rigore etico negli affari e meritocrazia. Fare ogni giorno **cultura d'impresa** e continui investimenti ci hanno consentito di crescere anno dopo anno e oggi notiamo un incremento confortante – conclude Luigi Frati – per il futuro prevediamo un ulteriore consolidamento, abbiamo di fronte a noi sfide che dobbiamo cogliere per continuare a credere in un prodotto 100% riciclabile".

www.gruppofratispa.com



Gruppo Frati. Luigi Frati, Fondatore



DOMANI

Art bonus un'opportunità per i beni culturali esperti a Casa Cavazzini

“Art bonus in campo per la cultura. Mecenatismo e benefici fiscali”. Questo il titolo del convegno organizzato dall'associazione On-Art che si svolgerà domani, alle 18, a Casa Cavazzini. Sarà un momento importante per fare il punto sul mecenatismo in una città in cui i benefattori hanno scritto la storia.

Dopo i saluti istituzionali dell'assessore alla Cultura, Fa-

brizio Cigolot, della soprintendente all'archeologia, alle belle arti e al paesaggio, Simonetta Bonomi, e del presidente del Consiglio regionale, Piero Mauro Zanin, l'utilizzo dell'art bonus a favore della cultura sarà illustrato da Gino Colla, dell'omonimo studio e componente dell'Acb group. Camilla Benedetti delle Officine meccaniche Danieli Spa Benedetti, invece, si soffermerà

sull'innovazione tecnologica e il recupero conservativo del patrimonio artistico quale osimoro attuale del gruppo Danieli che, va ricordato, investe circa 900 mila euro nel restauro del castello. Seguirà l'analisi tecnica dal punto di vista del beneficiario pubblico del dirigente di palazzo D'Aronco, Lorenzo Agostini, e la relazione sullo stato dell'arte con dati e proposte per una comunicazione efficace di Gianna Ganis, la presidente di On-art.

L'associazione On-art da tempo è impegnata nella promozione dell'arte contemporanea attraverso l'organizzazione di eventi per la valorizzazione della cultura d'impresa e del territorio. Il suo obiettivo è coinvolgere un pubblico trasversale, creando occasioni di

dialogo, incontro e dibattito tra persone, sempre all'insegna della cultura. Fornisce consulenze attingendo a risorse interne ma anche a un network di figure qualificate quali curatori, docenti, galleristi, intellettuali, art advisor, nella convinzione che la partnership con professionisti dei diversi settori, dagli opinion leader agli artisti, generi creazione e diffusione dei processi di crescita e sviluppo economico in materia di creatività e business. Un impegno che ora si focalizza sull'art bonus proprio perché il Friuli Venezia Giulia resta fanalino di coda per quanto riguarda la possibilità di utilizzare fondi privati nel restauro del nostro patrimonio culturale. —

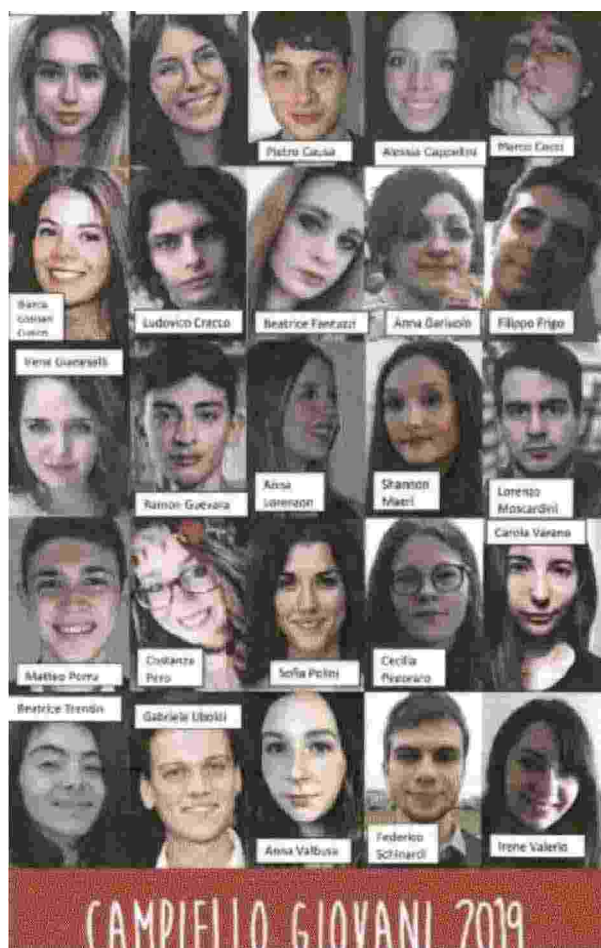
BY NINO ALQUINTI/IRISERVATI



LETTERATURA. Oggi al teatro Nuovo di Verona

Campiello Giovani 21enne bresciana a caccia della finale

Carola Varano abita a Desenzano ed è entrata fra i 25 semifinalisti



I venticinque semifinalisti del premio letterario

Maria Vittoria Adami

Parla anche bresciano il Campiello Giovani 2019, che oggi al teatro Nuovo di Verona entrerà nel vivo con la proclamazione della cinquina, scelta tra i 25 semifinalisti.

Fra i selezionati c'è anche Carola Varano, 21 anni, di Desenzano del Garda, con il racconto «La neve alle spalle», che cercherà di imitare Elettra Solignani, vincitrice della scorsa edizione del premio dedicato ai nuovi talenti della scrittura.

Il concorso letterario, pro-

mosso dalla Fondazione Il Campiello - Confindustria Veneto, è rivolto agli aspiranti scrittori tra i 15 e i 22 anni residenti in Italia e all'estero. Stamattina, al Nuovo, durante il tradizionale spettacolo condotto dai comici di Zelig, Federico Basso, Davide Pannate ed Alessandro Betti, sfilano i 25 semifinalisti che si racconteranno ai conduttori e al pubblico, spiegheranno cosa li definisce e quali sono le loro ambizioni e passioni.

Oltre alla giovanissima bresciana, hanno raggiunto il traguardo della semifinale

Alice Benatti, 18 anni, di Verona, con il racconto «Ronzi»; Federico Schinardi, 19 anni, di Verona, con «La realtà dei fatti»; Anna Valbusa, 18 anni, sempre di Verona, con «Interno di famiglia»; Deborah Calian, di Oppeano, 18 anni, con il racconto «Folli e felici». E ancora, Alessia Cappellini di Mestrino (Padova), Simone Pietro Causa di Pioltello (Milano), Marco Cocci di Caserta, Bianca Cossani Cunico di Padova, Ludovico Crecco di Frosinone, Beatrice Fantuzzi di Arcugnano (Venezia), Filippo Frigo di San Pietro in Gu (Padova), Anna Gariuolo di Trieste, Irene Ganeselli di Bari, Ramon Guevara di Sustinente (Mantova), Anna Lorenzon di Silea (Trevise), Shannon Magri di Castel Gabbiano (Cremona), Lorenzo Moscardini di Roma, Cecilia Pegoraro e Beatrice Trentin di Castelfranco Veneto (Trevise), Costanza Pero di Arzano (Napoli), Sofia Polini di Novate Milanese, Matteo Porru di Cagliari, Gabriele Ubaldi di Luisago (Como), Irene Valerio di Grammichele (Catania).

Durante lo spettacolo di oggi, che inizierà alle 10 ed è organizzato in collaborazione con Confindustria Verona, si esibiranno Valentina Parisse, cantautrice, e Lorenzo Azolini, ballerino della compagnia Knowledge dance company di Paola Manghisi. Gli allievi della scuola del Teatro Nuovo, diretti da Elisabetta Tescari, daranno voce ai brani tratti dai racconti dei ragazzi.

Il vincitore del Campiello Giovani sarà proclamato durante la conferenza stampa finale del Premio Campiello, il 14 settembre, e premiato la sera stessa sul palco del Teatro La Fenice di Venezia durante la cerimonia finale del concorso rivolto ai senior. Si aggiudicherà un viaggio studio in un paese europeo. Sarà, inoltre, inserito nella giuria delle Olimpiadi di Italiano.

Da quest'anno, inoltre, sarà attribuita, dai Giovani imprenditori, una menzione speciale al racconto, tra tutti quelli che hanno partecipato all'edizione 2019, che abbia sviluppato le tematiche riconducibili alla cultura di impresa. I cinque finalisti, infine, riceveranno la Muve card che dà loro libero accesso al circuito dei musei veneziani. ●

MOSTRA UNA DELLE REALTÀ PRODUTTIVE DEL SUD

L'azienda Amarelli e i 300 anni di storia

● Conta ben 300 anni di storia l'azienda "Amarelli" che a Rossano, in Calabria, dal 1731 produce liquirizia e che per una settimana sarà ospite con la sua storia ed i suoi prodotti nello spazio espositivo degli ipogei di piazza San Francesco d'Assisi. «Una storia di lavoro, di cultura, di impresa, di tradizioni, che affonda le sue radici nella terra di Calabria che vogliamo proporre ai visitatori di Matera capitale della cultura europea 2019 nella convinzione che senza cultura le attività imprenditoriali non riescono a proiettarsi verso il futuro – spiega nel suo progetto la famiglia proprietaria dell'azienda – intendiamo comunicare e trasmettere una

filosofia singolare legata all'impresa e alla famiglia, simbolo di una lunga storia di successo fondata sullo sviluppo sostenibile e costantemente protesa al dialogo e alla crescita totale del territorio». Un racconto che prende forma, nell'azienda calabrese nel Museo della Liquirizia "Giorgio Amarelli" allestito con inci-



sioni, documenti, libri, foto d'epoca ma anche attrezzi agricoli, oggetti quotidiani e splendidi abiti antichi a testimoniare la vita di una famiglia dedita da secoli alla valorizzazione di prodotti e valori legati alla propria terra. [a.boc.]



Settant'anni in 24 ore

L'arte racconta Kartell



Notte e giorno. Il viaggio di 70 anni di Kartell attraversa uno spazio metaforico di 24 ore. Per questo anniversario ci traghettiamo dal buio alle prime luci di un giorno nuovo. Siamo nelle 12 stanze di riserva di Palazzo Reale, nell'appartamento dei Principi. Il percorso mette al centro l'arte, o meglio relazioni, declinazioni e influssi diretti e indiretti che l'arte ha avuto con questo brand. «È un'idea che serbavo da anni», spiega Ferruccio Laviani, che ha concepito con la curatrice Rita Selvaggio, *The art side of Kartell*, (questo il titolo, da domani al 12 maggio), «da quando ho indagato l'archivio, nel 1999, per la mostra permanente del museo d'impresa. Allora incontravo il portamatite di Pio Manzù; ma anche i multipli di un pittore e scultore come Agenore Fabbri. Milano tra gli anni Cinquanta e Sessanta era abitata da una società effervescente. Pittori e architetti diventavano designer. E una creatività libera che si riversava con fluidità nel design industriale». I prodotti Kartell hanno da sem-

pre connotazione quotidiana e accessibile, come il materiale plastico lavorato, ma allo stesso tempo ludica e fantastica. Per questo la storia delle relazioni con l'arte continua. «Gli artisti sono stati i primi a prendere Kartell per quello che è: un'azienda dove sperimentare». Si parte nell'oscurità, con un omaggio a Lucio Fontana. Fanno capolino sedie-scultura di Bob Wilson, con neon immersi nel policarbonato trasparente. Molte sono le commissioni a fotografi come Gabriele Basilico, Giovanni Gastel, Helmut Newton, ma anche David Cunningham e Armin Linke. Ritornano oggetti, anche non più in catalogo, come sedie, tavoli, vasi, divani, dal **museo aziendale**. Sono allestiti, tra le decorazioni principesche delle stanze, accanto a opere, foto, documenti. L'effetto complessivo potrebbe evocare la casa di un moderno collezionista. Sfilano installazioni site specific di artisti di diverse generazioni, come la stilista d'avanguardia Cinzia Ruggeri, la pittrice Kerstin Brätsch o la giovane performer Beatrice Marchi, Riccardo Paratore ed Enrico David. Italiano, naturalizza-

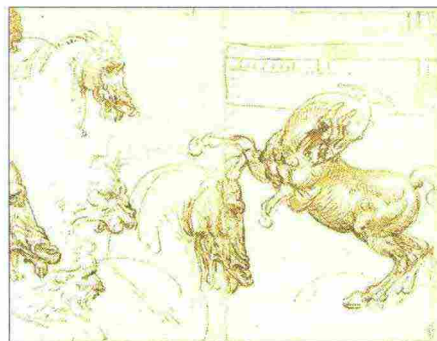
to inglese, tra gli eletti nella short list del Turner Prize (il più autorevole e radicale dei premi dell'arte inglese), è uno dei tre artisti invitati a rappresentare l'Italia alla prossima Biennale di Venezia. Attinge qui alla lampada Kd51/R di Achille Castiglioni del 1959 per la sua installazione tra natura e design. Nel percorso incontriamo anche fumetti e cinema, dal *Diavolo veste Prada* alla *Grande bellezza*, oltre ai videoclip di Lady Gaga e Lenny Kravitz. Cultura pop a parte, Kartell affiora anche in opere rarefatte come un lavoro intenso di Sophie Calle, tra performance e narrative art; o nell'installazione di Isa Genzken, già al MoMA di New York, il **lucido e fantastico mondo domestico di oggetti Kartell**. La luce irrompe nell'ultima sala di scintillii dorati. S'incontrano i grandi teli di Stefano Arienti e un'installazione di Heimo Zobernig. «Per questo anniversario abbiamo più cose: un grande stand in fiera», racconta Claudio Luti, patron di Kartell e presidente del Salone del Mobile, «il **museo aziendale** è al meglio, il negozio riallestito, ma l'anima emana dai nostri archivi e dalle contaminazioni con l'arte». Il respiro di questa mostra.

Cristiana Campanini

La mostra che apre domani a Palazzo Reale celebra l'anniversario del marchio con un viaggio attraverso lo spazio metaforico di un giorno Denso di riferimenti a pittura, scultura, fotografia

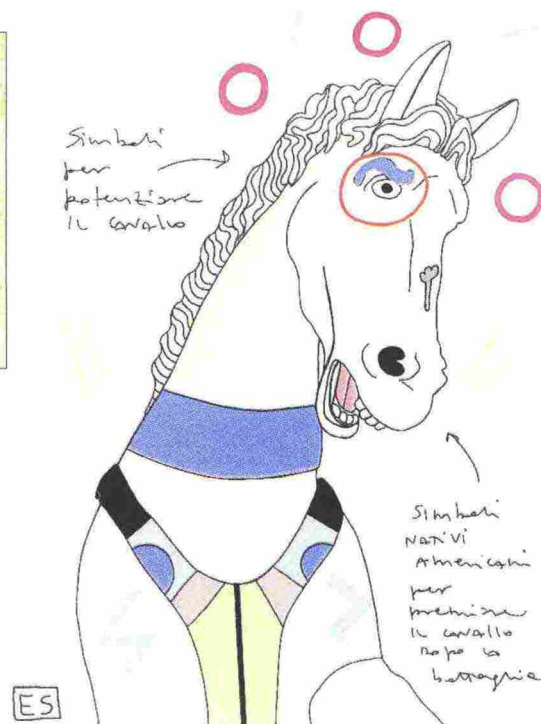
➔
Giovanni Gastel
interpreta la libreria
Bookworm di Ron
Arad come una
lunga chioma.
Lo scatto, pubblicato
nel Catalogo
Kartell del 1995,
sarà in mostra
a The art side
of Kartell,
a Palazzo Reale

FOTO GIOVANNI GASTEL



⬆
Uno studio
di figure di cavalli
realizzato
da Leonardo
Da Vinci
per la battaglia
di Anghiari

➔
Bozzetto di
Elena Salmistraro
per Leonardo
Horse Project;
la realizzazione
è all'ippodromo
di San Siro



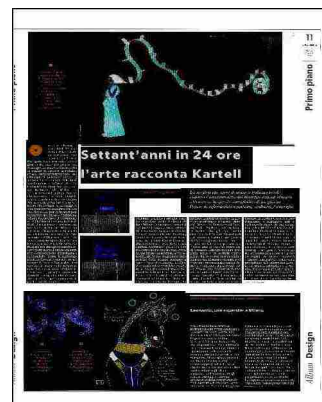
Reinterpretazioni, installazioni, spettacoli

Leonardo, una superstar a Milano

Nei 500 anni dalla morte, si moltiplicano gli eventi-omaggio a Leonardo Da Vinci. Anche alla design week. C'è il *Leonardo Horse Project*, curato da Cristina Morozzi e Massimo Temporelli, che all'Ippodromo Snai celebra la ricorrenza con la realizzazione di riproduzioni dell'opera in 13 versioni, personalizzate da artisti e designer. All'inaugurazione, il 10 aprile, anche uno show di video-mapping, sulla storia del Cavallo leonardesco e una mostra multimediale sugli studi anatomici dell'animale, con gli schizzi, i disegni e i cartoni preparatori della pittura murale della battaglia di Anghiari. Anche due eventi del Salone festeggiano

Leonardo e il suo ingegno, parola chiave di quest'anno: alla Conca dell'Incoronata, l'installazione multimediale, *Aqua - La visione di Leonardo*, ricorda i suoi studi idraulici e ridà vita a uno dei suoi sistemi di chiuse. Per l'occasione l'acqua vi torna ad affiorare come un miraggio, grazie a un sistema di copertura. In Fiera a Rho, invece, si potrà vedere l'installazione immersiva *De-Signo*, uno show di musica e d'immagini ideato da Davide Rampello e dedicato alla cultura del design italiano prima e dopo il genio vinciano, dalla progettualità di Leonardo alle botteghe e officine rinascimentali, esperienze di design ante litteram.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'EVENTO

Una passerella di moto vintage in piazza Unità

/ A PAG. 22



Piazza Unità diventa passerella di lusso per 130 moto vintage "super campionesse"

Prima assoluta triestina della "Fiva world motorcycle"

Circuito in Slovenia e Croazia, sfilata a Trieste il 29 giugno

TRIESTE. "Fiva world motorcycle" è il nome della principale manifestazione mondiale dedicata alle "due ruote" d'epoca. Si tratta di 130 moto che, a onta dell'anagrafe, non sono oggetti da inserire in una teca ma rombanti macchine in grado di reggere la strada. Per Trieste il loro passaggio sarà una prima volta assoluta. Quest'anno il comitato organizzatore internazionale ha scelto l'alto Adriatico come luogo di incontro e di esposizione nelle ultime giornate del prossimo giugno: il circuito prevede un tour tra Slovenia e Croazia, dove i drivers alloggeranno.

Ma il clou dell'evento è l'arrivo a Trieste in piazza Unità sabato 29 giugno, quando lo schieramento di mezzi riempirà il cuore della città. Polizia e Carabinieri, anch'essi con mezzi d'epoca, si recheranno a Raibiese per incontrare e scortare il lungo corteo. E lo stesso giorno verrà inaugurata

in sala Attilio Selva a palazzo Gopcevic la mostra dedicata a Camillo Castiglioni, protagonista dell'ascesa di Bmw, giusto un secolo fa. Nel cielo triestino il passaggio di aerei modellati sugli antenati della Prima guerra mondiale, iniziativa del comandante Giancarlo Zanardo, che a Nervesa della Battaglia ha comprato alcuni campi di mais, nel punto dove cadde Francesco Baracca, e vi ha realizzato un aeroporto privato.

Le 130 "campionesse" giungono da tutto il mondo, perfino dalla Nuova Zelanda. L'ultima edizione Fiva si era svolta in Ungheria, invece l'ultima edizione svoltasi nel nostro Paese aveva visto la Toscana come scenario. Trieste ha vinto - secondo un informato backstage - una concorrenza molto insidiosa, quella di piazza San Marco a Venezia, dove le moto sarebbero approdate previo trasporto acquedotto. E' sceso in campo lo

stesso sindaco Roberto Di piazza, per "deviare" su Trieste il rush finale della manifestazione. Importante il coinvolgimento della Svamz slovena, lo stesso presidente della repubblica Pahor pare abbia seguito con interesse l'operazione "vintage" fra i tre Paesi rivieraschi. Gli esperti del collezionismo motoristico ricordano alcuni marchi che parcheggeranno tra il Municipio e le Rive.

Ci saranno brand ormai scomparsi come Vincent, Hrd, Fn, Frera, Bianchi. E aziende ancora attive come Bmw, Guzzi, Harley Davidson. Proprio in considerazione della fama dei produttori, l'iniziativa presenta significativi aspetti di marketing industriale. Perciò non è affatto casuale l'attenzione con cui una protagonista come Bmw guarda all'appuntamento alto-adriatico, al quale "conferirà" alcune moto provenienti dal museo aziendale di Monaco.

Tra queste una vera e propria "vamp" della rassegna, la Rs 255 Kompressor, la cui potenza divenne leggendaria prima del secondo conflitto mondiale con un pilota d'eccezione come Georg Meier.

Il defilé si gioverà della collaborazione del Moto Club triestino, il più antico d'Italia con le sue 113 primavere. Il comitato organizzatore è presieduto da Emilio Terpin, dal lungo curriculum di avvocato e pubblico amministratore, mentre delegato all'evento "sul campo" è Stefano Zuban, imprenditore edile e ultimo presidente dell'Ezit. Il sodalizio triestino conta su un centinaio di collezionisti e nel proprio pedigree vanta una gara di grande prestigio come la Trieste-Opicina, che si corse fino al 1971 poi venne sospesa a causa della pericolosità. Era stata definita "Monza in salita" ed è recentemente rievocata in un libro. —

Magr.

BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



Moto storiche in un'immagine d'archivio fornita dal Motoclub Trieste

IL PROGRAMMA



Il piatto forte

Marche ancora in produzione come Bmw, Guzzi, Harley Davidson. Altre ormai antiquarie come Vincent, Hrd, Fn, Frera, Bianchi. Arrivi anche dalla Nuova Zelanda. Polizia e Carabinieri, a loro volta su mezzi d'epoca, andranno incontro ai 130 collezionisti mondiali, provenienti dal tour in Slovenia e Croazia, a Rabuiese. Tappa triestina in piazza Unità, dove sarà mostrata la Bmw Rs 255 Kompressor risalente a prima della Seconda guerra.



Gli eventi paralleli

Mentre le 130 vedettes saranno parcheggiate in piazza, una squadriglia di velivoli, modellati secondo gli aerei della Prima guerra, sorvolerà Trieste. Intanto a palazzo Gopcevich sarà inaugurata la mostra dedicata all'industriale e finanziere Camillo Castiglioni, che guidò la Bmw negli anni '20.



Musei d'Impresa: un film per capire davvero cosa sono

«Un documentario di 45' minuti, con la partecipazione di Toni Servillo, racconta il meraviglioso universo delle aziende del *Made in Italy* e dei Musei d'Impresa, custodi di una cultura che cammina di pari passo con la società, narrandola»

Ci sono i Musei, che Dio li abbia in gloria, e poi ci sono i **Musei d'Impresa**. Perché le aziende, amici cari, specialmente alcune aziende italiane, hanno raccontato e raccontano storie come la letteratura. Senza voler azzardare paragoni improponibili, vi basti pensare che certe imprese hanno più anni di voi, vostro padre e vostro nonno messi insieme, cosa vi suggerisce questo? Una storia lunga decenni, che inevitabilmente incrocia quella dei consumatori e della loro quotidianità. Lo *storytelling* all'ennesima potenza, la vita, le abitudini e gli usi italiani spesso passano dal mercato dei prodotti, che attraverso loghi e pubblicità racconta uno spaccato della società reale, tangibile attraverso le immagini.

Un film racconta i Musei d'Impresa



Musei d'Impresa sono nati per questo motivo, dapprima luoghi ordinati che raccontavano l'evoluzione – grafica, più che altro – dei brand, adesso universi interattivi che fanno storia attraverso i cambiamenti dei marchi nel tempo.

L'associazione **Museimpresa** raggruppa tutti i Musei d'Impresa, divisi per settore, che attraverso le loro esposizioni raccontano storie di oggetti, macchinari e protagonisti d'azienda che hanno contribuito a rendere i brand miti della loro contemporaneità.



Se volete scoprire di più su questo mondo parallelo a quello dei classici musei, un mini film racconta la storia dell'innovazione italiana attraverso gli archivi d'impresa. Il film, dal titolo *NEWMUSEUM(S). Stories of company archives and museums*, è diretto da **Francesca Molteni** ed è stato presentato lo scorso novembre, in occasione delle celebrazioni per la XVII Settimana della Cultura d'Impresa. La pellicola nasce per documentare gli archivi, ma in realtà racconta molto di più: identità,



storia, valori rappresentati dai più grandi brand italiani e la loro evoluzione nel tempo.

Lo spunto arriva da Ivrea, città industriale patrimonio UNESCO e casa di Olivetti, probabilmente una delle aziende italiane più conosciute di sempre. L'incredibile rapporto di Olivetti con design industriale, innovazione e architettura dà lo spunto giusto per la nascita di questo mini-documentario. **Toni Servillo** è lo *special guest*: un appassionato *storytelling* arricchito da contenuti audiovisivi e fotografici estrapolati dagli archivi.

Il risultato è un viaggio di scoperta in luoghi – i Musei d'Impresa – che rappresentano il reale all'ennesima potenza. L'Italia del Dopoguerra è una Nazione che ha voglia di ripartire, ed è proprio in quel periodo che aziende e brand cementificano il loro rapporto con i consumatori, diventando i protagonisti della quotidianità, la bibbia delle casalinghe, il momento più atteso in televisione (e anche l'unico, Carosello).

I contenuti

Il docufilm si interroga sull'identità profonda delle aziende e dei brand, su quali valori trasmettano, su quali strumenti digitali siano utili a portare questi **marchi nella contemporaneità**, perché non si perdano nell'oblio e continuino a raccontare la loro storia, che è anche la storia della società che li circonda. Un mix di immagini inedite e tratte dagli archivi dei Musei d'Impresa e dall'Archivio Nazionale del Cinema d'Impresa.



Testimonianze che raccontano una cultura autentica, quella del *Made in Italy* che amiamo così tanto. Ogni storia conduce a un'eccellenza specifica, che ci identifica nel mondo. Non solo le grandi aziende, ma anche la piccola e media impresa, che è il grande motore dell'Italia, con le sue storie autentiche e la grande tradizione antica.

Tutti i titoli: [venuto alla carica dei 102](#)[In crescita i dati del gruppo Immsi](#)[Franconi lancia Pontedera Eventi](#)[Vento forte, chiusi parchi, giardini e cimiteri](#)

Attualità

SABATO 02 MARZO 2019 ORE 12:23

Una mostra per Pio Manzù, il visionario

Mi piace 5

Condividi

Tweet



Foto da Fondazione Pio Manzù

Al Museo Piaggio si inaugura oggi la retrospettiva sui lavori dell'innovativo designer scomparso a soli 30 anni nel 1969 e autore di numerose auto

PONTEDERA — Per celebrare gli 80 anni dalla nascita e i 50 anni dalla scomparsa di **Pio Manzù** si svolge dal 2 marzo al 14 aprile, al Museo Piaggio di Pontedera, una retrospettiva sul suo lavoro, *Design per la mobilità - idee e progetti 1962-69*.

Nato a Milano nel 1939, diplomatosi alla Hochschule für Gestaltung di Ulm, centro

internazionale per l'insegnamento, lo sviluppo e la ricerca nel campo della produzione industriale e della comunicazione, **Pio Manzù** è conosciuto oltre che per essere l'autore del progetto di uno dei modelli di maggior successo dell'industria automobilistica, per aver firmato con Achille Castiglioni una delle lampade più famose di tutta la storia del design italiano.



Figlio del celebre scultore Giacomo Manzù e tragicamente scomparso nel maggio del 1969 mentre si recava a Torino proprio per illustrare i disegni **definitivi della Fiat 127**, Pio Manzù è stato protagonista di una **intensissima seppur breve stagione creativa** nel corso della quale la sua sensibilità e il suo talento hanno segnato profondamente la cultura progettuale **anticipando temi e svolgimenti dei decenni successivi**.

Programmazione **CINEMA****FARMACIE DI TURNO**

Ultimi articoli

Vedi tutti

Politica



Franconi lancia Pontedera Eventi

Cronaca



Vento forte, chiusi parchi, giardini e cimiteri

Attualità



Servizio civile, il benvenuto alla carica dei 102

Attualità



In crescita i dati del gruppo Immsi



Autore di alcuni tra i più innovativi prototipi di veicoli realizzati negli anni Sessanta, come il **City Taxi per Fiat, le Autobianchi Coupè e 111, le Autonova GT e Fam**, del lavoro di Pio Manzù sorprende ancora oggi, a più di quarant'anni di distanza, una visione aperta e dialettica nei confronti dei diversi ambiti della progettazione, dai temi dell'automobile e del design dei mezzi di trasporto all'universo degli oggetti d'uso quotidiano, con un riferimento costante oltre che alle imprescindibili questioni tecnico-produttive e di fattibilità industriale ad una dimensione comunicativa.



Da qui l'ipotesi di configurare, e per la prima volta in modo esaustivo, una mostra dedicata alla figura e all'opera di Pio Manzù con lo **scopo di esplicitare la sua articolata visione e capacità creativa**, in grado di considerare in una stessa prospettiva l'automobile e i grandi temi della mobilità, dalla dimensione individuale a quella collettiva, dalle infrastrutture alla fisionomia dello spazio urbano, ma anche l'universo di oggetti e manufatti, dalle lampade agli orologi da tavolo, dai sistemi modulari per allestimento alla messa a punto di vere e proprie strategie di comunicazione visiva. In questo contesto d'insieme si ritiene debba essere valutato e valorizzato il lavoro di Pio Manzù offrendo a quanti si interessano di design e di progettazione automobilistica ma anche a un più largo pubblico l'opportunità di conoscere un profilo inedito di attività che si rivela oggi, **per contenuti e originalità, un contributo pionieristico**.





🔗 [Le fiabe toscane raccontate al Museo Piaggio](#)

🔗 [I nostri robot volano con 10 milioni di euro](#)

🔗 [Zona Crastan, parte la rivoluzione](#)

Mi piace 5

Condividi

Tweet

Fotogallery



MALE ALLE ARTICOLAZIONI? La sera, prendi 2 cucchiaini di...

Medico cinese: le articolazioni guariscono in 5 giorni.
La cosa principale è...

Utilizzando il sito accetti implicitamente l'uso dei cookie (propri e di terze parti) per migliorare la navigazione e mostrare contenuti in linea con le tue preferenze. Per maggiori informazioni clicca [Qui](#) [Chiudi](#)

AIRITALY NUOVA DELHI da MILANO Malpensa	BANGKOK da MILANO Malpensa	MILANO Malpensa da BANGKOK	MIAMI da MILANO Malpensa	OLBIA da MIAMI	BANGKOK da ROMA Fiumicino
Da 199,24€	Da 197,64€	Da 214,46€	Da 162,28€	Da 229,88€	Da 202,04€



STORIE D'ECCELLENZA

Le penne Aurora compiono 100 anni: l'azienda sfida il digitale (e vince) a colpi di pennino

—di Chiara Beghelli | 04 marzo 2019



Penne stilografiche lanciate con un “drop”, proprio come accade per le sneakers: anche da questo modo così contemporaneo per presentare le proprie novità passa il nuovo corso di [Aurora](#), la storica azienda torinese di strumenti per la scrittura che nel 2019 compie i suoi primi 100 anni. **La sua storia inizia nel capoluogo piemontese con Isaia Levi, mercante tessile**, che dà alla sua manifattura il nome di Fabbrica Italiana di Penne a Serbatoio. I bombardamenti della seconda guerra mondiale la distruggono, ma l'azienda risorge in una nuova sede, nella zona dell'Abbadia di Stura. **Negli anni Sessanta la proprietà passa all'ingegnere Franco Verona** e alla famiglia Verona ancora appartiene, con il figlio Cesare alla guida.

Una storia della migliore imprenditoria italiana che culmina oggi nella collezione celebrativa “Cento Italia”, costituita da 10 penne stilografiche che saranno lanciate, come un “drop” appunto, ogni 19 del mese per richiamare l'anno di fondazione della manifattura, per 10 mesi con l'esclusione di agosto. Il 19 febbraio scorso la serie è stata inaugurata con la prima penna, Edo, una stilografica in resina nera, finiture cromate e pennino in oro 14 carati rodiato, con un fondello rosso vivo che richiama la tradizione della lacca giapponese evocata dal nome. A maggio, poi, Poste Italiane stamperà un francobollo celebrativo dell'azienda.



«Negli ultimi cinque anni abbiamo avviato un nuovo corso per l'azienda - spiega Cesare Verona, presidente e ad di Aurora -. Mio padre credeva che nell'epoca del digitale gli strumenti di scrittura non avrebbero avuto un futuro. Ma si sbagliava. Siamo ripartiti dalle fondamenta per rilanciare la nostra azienda, valorizzando la manifattura, innanzitutto, e aprendola ai clienti, per far percepire loro il lavoro, la manualità che genera una penna. Ho scelto poi di non delocalizzare, anche se in un certo periodo sarebbe stata la scelta più facile, soprattutto per abbassare il break even. Ma noi siamo parte dell'Italia, e per dichiararlo ho messo anche una bandiera italiana sul tetto dell'azienda. Inoltre, ci siamo impegnati a far percepire la penna come un bell'accessorio ricco di valore e significati, proprio come un orologio o una borsa».

La nuova strategia ha funzionato: il fatturato è raddoppiato, a circa 10 milioni di euro, trainato dal successo delle vendite all'estero, che oggi valgono il 70% contro il 40% del 2015-6. Aurora ha aperto boutique in Turchia, Iran, Messico, e ci si sta preparando per Dubai. Per gli emiri, ma anche per altri super ricchi del pianeta, Aurora produce creazioni su misura, pezzi unici che possono arrivare a

costare anche 300mila euro. «È un segmento non molto noto della nostra attività - prosegue l'imprenditore -, come la nostra produzione private label, che realizziamo per i top brand della gioielleria e della moda».



Montaggio della penna

Ma c'è anche e ancora molta Italia nella nuova Aurora: alla fine di novembre è stata inaugurata la prima boutique in patria, in via del Babuino 12 a Roma. Qualche tempo fa si era pensato a Milano, ma poi la scelta si è diretta sulla Capitale: «Roma è il simbolo della Dolce Vita, è internazionale, è più associata all'immaginario di un prodotto come una penna. E poi, posso dirlo?, credo che quando ci si trova a Roma si è più propensi allo shopping, forse anche per il meteo migliore». L'espansione retail proseguirà, e forse accelererà anche se Aurora dovesse aprire il capitale a nuovi partner: «Non lo escludo - aggiunge Verona - ma certo si dovrà trattare di progetti che rispettino chi siamo e aggiungano valore».

Tablet e pc per scrivere? Ma l'antica arte dei cartai resta viva (grazie ai Millennials)

Un altro degli aspetti che hanno segnato la nuova strategia di Aurora è l'investimento sulla formazione dei suoi artigiani. O meglio, delle sue artigiane, visto che il 75% di coloro che lavorano per dar vita a una penna sono donne: «In Italia il problema del ricambio generazionale è molto grave, anche se le iscrizioni alle scuole tecniche sono in lieve aumento. La soluzione è politica, ma anche culturale, bisogna cioè smetterla di credere che lavorare con mente e mani sia squalificante. Da parte nostra, quando qualcuno si avvicina alla pensione, iniziamo ad affiancargli un giovane. E se ai tempi di mio padre l'età media era 55 anni e la lingua ufficiale dell'azienda era il piemontese, ora l'età media è di 35 anni e si parla inglese».



KARTELL: celebra i suoi 70 anni con una mostra a Palazzo Reale

Di **Ester Rizzoli** - 4 Marzo 2019



KARTELL: ad aprile la mostra “The art side of Kartell”, ospitata nel prestigioso Appartamento dei Principi di Palazzo Reale a Milano.

Nel 2019 Kartell celebra il suo settantesimo anniversario attraverso la mostra “The art side of Kartell”, curata da Ferruccio Laviani e Rita Selvaggio, ospitata nel prestigioso Appartamento dei Principi di Palazzo Reale a Milano. La mostra, è promossa da Comune di Milano-Cultura, Palazzo Reale e Kartell e sarà aperta al pubblico dal 10 aprile al 12 maggio 2019 durante la settimana del Salone del Mobile.

Tutti conoscono **Kartell** attraverso i suoi prodotti che nell’arco di 70 anni l’hanno resa uno dei riferimenti più importanti del design Italiano ed Internazionale. Non tutti invece sanno quanto **Kartell e l’Arte** abbiano in comune ed è proprio questo rapporto che **The Art Side of Kartell** mostra ai visitatori. Attraverso il percorso narrativo che include alcuni dei capitoli più importanti della produzione Kartell, si raccontano i cambiamenti della nostra società durante sette decenni, parallelamente all’evolversi delle varie correnti artistiche del ‘900 fino ai nuovi linguaggi espressivi contemporanei.

Servendosi di una serie di associazioni visive e semantiche, il denso percorso espositivo “The art side of Kartell” si snoda come una drammaturgia di informazioni multiple che, al di là della memoria convenzionale degli oggetti, crea narrative ibride e trasversali. Tra esperienze individuali e la storia visiva di un’ideologia collettiva, nel concatenamento di rappresentazione e progetto, l’artificio dei rimandi tra il design e le varie declinazioni

dell'arte come dei suoi differenti registri, restituisce una dimensione frammentaria. Una trama duttile, volutamente non cronologica e atemporale, in grado di restituire una temporalità non lineare o organica ma onirica e surreale, fatta di déjà-vu che si sovrappongono alle memorie e alle mappe mentali di una scenografia domestica.

Immersiva e vibrante, la mostra indaga le visioni di ieri del "futuro" attraverso oggetti, esperienze e modelli di sapere collettivo, materiali d'archivio e immagini in movimento, pittura, installazione e performance, documenti, prototipi e nuove commissioni in una dialettica che associa processi analitici e formali.

"Sono molto onorato – commenta Claudio Luti, Presidente di Kartell – di poter festeggiare questo nostro anniversario con una mostra all'interno di Palazzo Reale, luogo simbolo di Milano, della cultura e arte internazionale. Proprio in considerazione del valore simbolico dello spazio che ci ospita abbiamo scelto di percorrere una strada non tradizionalmente celebrativa, ma di esplorare e mostrare al pubblico Kartell da un inedito punto di vista. È stato naturale che Kartell ed il Design, quest'ultimo come forma espressiva, siano entrati in contatto direttamente od indirettamente con altri linguaggi, non ultimo quello dell'Arte in tutte le sue declinazioni, ed è proprio di questa relazione che vogliamo occuparci, essendo l'evoluzione dell'Arte per certi versi speculare dell'evoluzione di Kartell. Una relazione ed una dimensione che ci da oggi lo spunto per guardare Kartell, dopo settant'anni, non solo attraverso aspetti aziendali, industriali e tecnologici ma come espressione di una ricerca non confinata al solo mondo del design, portando attraverso i suoi oggetti e la sua rappresentazione, una visione culturale ed artistica dell'abitare che riflette sempre le necessità, le espressioni e le evoluzioni della società attuale".

La mostra sarà inaugurata nella prima serata del Salone del Mobile il 9 aprile con uno speciale evento su invito.

ORARI:

Lun: 14:30 – 19:30

Mar – Dom: 9:30 – 19:30

Gio e Sab: 9:30 – 22:30

Ultimo ingresso un'ora prima della chiusura

TRASPORTI PUBBLICI:

METROPOLITANA

Linea Rossa M1 fermata Duomo

Linea Gialla M3 fermata Duomo

SERVIZI:

Audioguide

Visite guidate

Accesso disabili

SERVIZIO | DESIGN/ACQUISIZIONI

Poltrona Frau Group diventa Lifestyle Design. E acquisisce la danese Karakter

–di **Giovanna Mancini** | [@mancinica](#) | 12 marzo 2019

Una piccola acquisizione che ha un valore strategico e culturale prima ancora che economico: **Lifestyle Design** (è questo il nuovo nome di Poltrona Frau Group che, con le sue aziende Poltrona Frau, Cassina, Cappellini, Ceccotti, Janus et Cie e Luminaire, dal 2014 è controllato dal gruppo americano Haworth) ha acquisito la maggioranza di Karakter, start up danese specializzata nella realizzazione di complementi d'arredo, illuminazione, oggetti per l'interno e opere d'arte di galleria.

Una sorta di «Cassina del Nord Europa», con un catalogo di prodotti di alta qualità, che comprende oggetti di designer contemporanei – come Aldo Bakker o PlueerSmitt – ma anche la riedizione di icone progettate da maestri del design come **Achille e PierGiacomo Castiglioni, Joe Colombo, Angelo Mangiarotti, Paul McCobb o Bodil Kjær**. Non a caso, Karakter collaborerà proprio con Cassina, che ne distribuirà i prodotti attraverso la sua rete di vendita internazionale, completandone la gamma. La start up danese fondata due anni fa da Christian Bjerg Elving e Kim Mekawi (che manterranno gli attuali ruoli di ceo e coo in azienda) sarà presente per la prima volta al Salone del Mobile di Milano (dal 9 al 14 aprile) nel nuovo spazio «S.Project».

«Sono convinto che questa azienda abbia un potenziale straordinario – spiega il ceo di Lifestyle Design Dario Rinero –. Il progetto è molto bello e funziona, ma ha bisogno di risorse per svilupparsi e credo che **il ruolo di una piattaforma come la nostra sia non solo quello di far crescere i grandi brand del nostro portafoglio, ma anche di sostenere e promuovere piccole aziende di grande qualità o tradizione**, come Karakter o Ceccotti». L'operazione è stata effettuata, per Lifestyle Design, da Haworth Italy Holding, la filiale italiana del gruppo Usa dell'arredo che nel 2014 ha acquisito il controllo di Poltrona Frau Group.

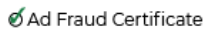
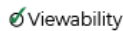
E non è che l'inizio di una nuova accelerazione del gruppo, spiega Rinero, che **dalla prossima estate prenderà ufficialmente il nome di Lifestyle Design**: probabilmente già prima del Salone sarà annunciata una seconda piccola acquisizione e altre, anche più “consistenti”, ne verranno. «Guardiamo ad aziende di dimensioni grandi e medio-grandi – precisa il ceo – italiane ed estere, attive nei settori dell'arredo in cui noi non siamo presenti, come ufficio, cucina e bagni, ma anche illuminazione e accessori. Oppure nel retail, fisico o digitale, perché sono convinto che sarà sempre più importante, per le imprese manifatturiere dell'arredo, prendersi cura anche delle strategie distributive dei propri marchi, in una logica di omnicanalità».

L'obiettivo è raggiungere un fatturato consolidato di un miliardo nel giro di tre o quattro anni per costruire «un campione del design mondiale che ha alle spalle capitali americani, una visione globale, ma radici e management italiani», dice Rinero.

Oggi Lifestyle Design ha un giro d'affari consolidato superiore ai 500 milioni di euro, in crescita del 7-8% annuo, e il «raddoppio» dovrà avvenire metà per linee interne, metà per acquisizioni. Del resto, aggiunge il ceo, è ormai tempo di aggregazioni anche nel mondo dell'arredamento: nello scenario di competizione internazionale che si va configurando, il tema delle dimensioni aziendali e della governance non è più rimandabile. «La storia di Lifestyle Design e la sua evoluzione dimostrano che la proprietà familiare, l'ingresso dei fondi e la quotazione in Borsa non sono strade necessariamente in contrapposizione, ma si possono intersecare, a seconda del momento storico», osserva Rinero.

Nei primi anni 2000 il fondo Charme acquisì e aggregò i tre marchi Poltrona Frau, Cassina e Cappellini, per poi quotarli nel 2006 e, infine, cederli nel 2014 al gruppo Haworth, un colosso dell'arredo per l'ufficio da 2 miliardi di dollari di fatturato, ma di proprietà dell'omonima famiglia. **La Borsa? Per il momento non è nei programmi: i capitali per crescere non mancano, così come i progetti e i mercati.** A cominciare da Asia e Stati Uniti, ma anche America Latina e Africa, quella che Rinero definisce «l'Asia dei prossimi dieci-vent'anni».

© Riproduzione riservata





EVENTI

Olivetti, una storia di innovazione", apre oggi la mostra a Milano

EVENTI

Olivetti, una storia di innovazione", apre oggi la mostra a Milano



di Dario D'Elia mercoledì 13 marzo 2019 14:47

🕒 2 min 💬 vai ai commenti

Più informazioni su

📍 Mostra 🏢 Olivetti 📅 Eventi 🏷️ Olivetti



Oggi a Milano è stata inaugurata la mostra "[Olivetti, una storia di innovazione](#)" presso il Museo del Novecento. In occasione della Milano Digital Week, Olivetti, in collaborazione con Associazione [Archivio Storico Olivetti](#) e Fondazione Adriano Olivetti, puntato su un allestimento che potesse rappresentare "il racconto di oltre un secolo d'impresa" con un **percorso espositivo ricco di elementi che hanno scandito negli anni la storia di Olivetti improntata all'innovazione.**

Da oggi fino al 14 aprile, gratuitamente, sarà possibile ammirare manifesti, locandine pubblicitarie di Giovanni Pintori e di altri importanti artisti, fotografie uniche, accanto a prodotti iconici come le celebri macchine per scrivere "Lettera 22" e "Valentine". [Senza contare il mondo digitale](#) con l'ultima Form 200, registratore di cassa connesso e primo prodotto realizzato grazie all'Olivetti Design Contest promosso dall'azienda e rivolto agli studenti delle maggiori università europee di design

Il file rouge dell'esposizione è senza dubbio legato allo storico tentativo di Olivetti di dare anima ai prodotti. Il fondatore Adriano Olivetti "ha pensato la fabbrica e l'intera catena di produzione (dai negozi ai materiali utilizzati per gli oggetti, comprese le loro forme) coniando un nuovo rapporto tra uomo e macchina, antesignana di un progetto modernista di messa in forma della vita nel mondo delle tecnologie e dell'informazione", come sottolinea la nota ufficiale.

“Nel guardare a un passato che è il racconto storicizzato di un grande progetto visionario, la mostra si prolunga nel presente di un’azienda che con i suoi prodotti e servizi digitali attuali continua a innovare”.

D'altronde come ha sottolineato Gaetano di Tondo, Direttore Comunicazione e Relazioni Esterne di Olivetti e Presidente dell’Associazione Archivio Storico Olivetti “la parola innovazione da sempre ha giocato un ruolo fondamentale nell’evoluzione dell’azienda, oggi protagonista della Digital Transformation che caratterizza il nostro tempo”.

“La visione storica della relazione fra uomo, industria e architettura ci conduce al cuore digitale di Olivetti attraverso la scuola digitale, lo smart working, le smart city, fino all’affascinante mondo dei Big Data”.

Per Anna Maria Montaldo, Direttrice Area Polo Arte Moderna e Contemporanea del Comune di Milano “Olivetti è una bellissima storia del Novecento italiano che dialoga nelle forme e nei contenuti con le opere della nostra collezione e con lo spirito del museo”.

I PIÙ LETTI SU TOM'S



Fortnite: in arrivo Trading Cards e Figurine di Panini - Tom's Hardware

Ultraman arriva su Netflix il 1 aprile: ecco il trailer e il poster ufficiale - Tom's Hardware

Jin-Roh, recensione blu-ray: a 20 anni, il colossal di Mamoru Oshii - Tom's Hardware

Top & Flop del Marvel Cinematic Universe - Tom's Hardware

LEGGI ANCHE

Finalmente in Vendita! Il Drone che costa solo 99€!

Drone X Pro

Ho trovato oltre 100 foto perse grazie a questo piccolo gadget!

Disponibile in Italia

Stock di iPad rimasti in magazzino, valore 619€ in vendita a 59€

Rivista del Consumatore

La perla d’Oriente: la maggiore metropoli economica della Cina.

Shanghai

Il bello della vita incomincia adesso. Se hai 350.000 € e vuoi saperne di più, clicca qui!

Il nuovo comparatore di voli che batte tutta la concorrenza !

Voli Economici da 19.95€

Prenota la tessera Skipass Lombardia. Nei weekend di fine marzo i ragazzi sciano

Performance, comfort e controllo. Levante è il SUV Maserati con un’anima Gran

EVENTO

La storia di un orologio da torre Bergallo dall'Italia alla Patagonia, in prima nazionale il docu-film

"Il Tempo al di là dell'Oceano": la presentazione domenica prossima, alle ore 18, al Salone delle Feste di Tovo

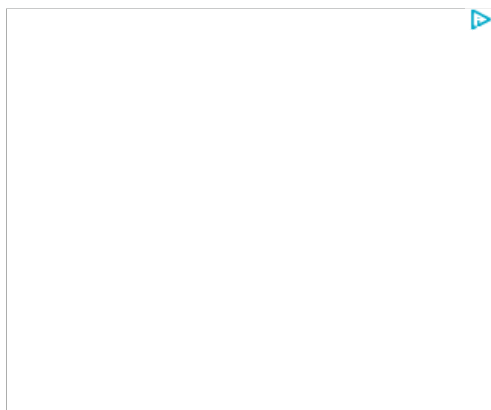
di Redazione - 12 Marzo 2019 - 10:08



Tovo San Giacomo. Dopo le riprese svolte in Patagonia e in Liguria e al termine del lavoro di montaggio viene presentato al pubblico per la prima volta il documentario "Il tempo al di là dell'Oceano", co-prodotto dal Comune di Tovo San Giacomo ente gestore del Museo dell'Orologio da Torre G.B. Bergallo, dalla AGB e sostenuto da "ECAT Orologi e Campane" di Mondovì, che racconta l'avventurosa storia della costruzione e spedizione di un orologio da torre Bergallo nel 1934 da Bardino Nuovo all'Argentina.

Questo orologio venne commissionato dal Padre Salesiano Federico Torre, leggendaria figura di missionario a cui è tra l'altro dedicata una delle cime più importanti del continente sudamericano, e venne inviato su nave, per giungere, dopo varie settimane di viaggio, a Puerto Santa Cruz nella Patagonia Argentina, a oltre 12.000 km di distanza.

Dopo oltre 80 anni e dopo un paziente lavoro di ricerca curato da Luigi Barlocco, il film racconta di come sia stato ritrovato il meccanismo realizzato dalla fabbrica artigiana Bergallo ancora funzionante, sulla torre campanaria della Chiesa dell'Esaltazione della Santa Croce a Puerto Santa Cruz.



Il film documentario realizzato da Alessandro Beltrame, con testi di Roberta Orsenigo e il supporto del ricercatore Giorgio Bonfiglio, ripercorre lo straordinario incontro culturale tra l'Italia e l'Argentina, tra Tovo San Giacomo e Puerto Santa Cruz, ed ha molte chiavi di lettura, prima fra tutte quella dell'ingegno italiano nel mondo.

Alla realizzazione del film ha collaborato attivamente la

Municipalità di Puerto Santa Cruz con il sindaco Nestor Gonzales, l'Archivio Nazionale Salesiano diretto da Padre Francesco Motto, la ProLoco di Tovo San Giacomo, il Registro Nazionale Orologi da Torre e l'Associazione Italiana Studiosi di Orologeria oltre ad un gruppo di donatori e filantropi sia con donazioni dirette sia tramite il sito di Rete del Dono.

Potrebbe Interessarti Anche

Contenuti Sponsorizzati da Taboola

Aiutaci a proteggere l'Italia più bella: iscriviti al FAI

FAI

Sai quanto costa veramente un POS? Scoprillo subito

Axerve

13 foto scattate prima del dramma

Breakchaser

Bruttine?? 8 attrici che in realtà sono uno schianto!

momento.it

Scopri i modelli che rientrano nel BMW Ecobonus

BMW

Il potente antitumorale che fa dimagrire è arrivato in Italia

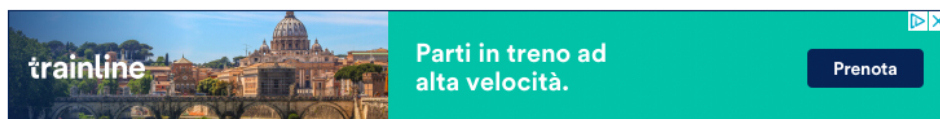
espertinutrizionisti.com

Fondo Strategico Regionale, alla Provincia di Savona risorse per 1.5 milioni di euro - IVG.it

Coppa Liguria 1^ Categoria: il Pontelungo replica al ritorno, tris alla Campese e vola in finale - IVG.it

Società di mutuo soccorso e amministrazione puntano alla De.Co. per la lumaca di Borgo Verezzi - IVG.it

da Taboola



Finger's, 15 anni nippo-brasiliani

I migliori eventi del weekend

A Milano apre la Casa degli unicorni per dormire nel mondo dell'arte

Un hamburger per avvicinare alla lettura

Blues House, musica live di qualità



Olivetti al Museo del Novecento

L'evento gratuito fino al 14 aprile racconta un secolo d'impresa



Con la mostra *Olivetti, una storia di innovazione* anche il Museo del Novecento partecipa alla Milano digital week. L'iniziativa, in collaborazione con l'Archivio storico e la Fondazione Olivetti, dura fino al 14 aprile, è gratuita e racconta oltre un secolo d'impresa. Attraversando

manifesti, locandine pubblicitarie di Giovanni Pintori e di altri importanti artisti, fotografie uniche, accanto a prodotti iconici come le celebri macchine per scrivere Lettera 22 e Valentine, si arriva fino al mondo digitale di oggi con il Form 200, registratore di cassa connesso e primo prodotto realizzato grazie all'Olivetti design contest promosso dall'azienda, ora di proprietà Telecom, e rivolto agli studenti delle maggiori università europee di design.

Una selezione dei migliori articoli della settimana. Ti presentiamo Top10

«La parola innovazione da sempre ha giocato un ruolo fondamentale nell'evoluzione dell'azienda, oggi protagonista della trasformazione digitale che caratterizza il nostro tempo - spiega Gaetano di Tondo, direttore comunicazione di Olivetti e presidente dell'Archivio storico -. La visione della relazione fra uomo, industria e architettura ci conduce al cuore digitale di Olivetti attraverso la scuola digitale, lo smart working, le smart city, fino al mondo dei big data».

**Focus****L'iniziativa** Domani in programma cento eventi in tutto il mondo

Il giorno del design italiano

● Domani si svolge nel mondo l'Italian Design Day (sopra il logo): 100 eventi celebrano il nostro design, con un focus sulle «frontiere dell'abitare»

Sostenibilità, consumo responsabile, risparmio energetico. Ma anche celebrazione del fascino del costruire e dell'abitare. Sono i temi attorno a cui ruota l'Italian Design Day, giornata dedicata al mondo del design italiano in programma domani in tutto il mondo. L'evento, arrivato quest'anno alla terza edizione e promosso dal ministero degli Affari esteri e da quello dei Beni culturali, insieme, tra gli altri, alla Fondazione Triennale di Milano e al Salone del Mobile, è stato presentato ieri a Palazzo Pirelli, nel capoluogo lombardo.

Il titolo della manifestazione 2019 è *Il design e le città del futuro. Qualità della vita e nuove frontiere dell'abitare*. In programma cento incontri sul rapporto tra design e qualità della vita, tenuti da cento ambasciatori nelle ambasciate, nei consolati e negli

Istituti italiani di cultura. Per l'occasione l'Associazione per il disegno industriale (Adi) e fondazione Compasso d'oro — il più antico riconoscimento d'Europa nel settore del design, — hanno realizzato un cortometraggio, prodotto in collaborazione con l'Istituto Europeo di Design (Ied) e Anteo, e un volume che raccoglie le testimonianze degli ambasciatori che aderiscono al progetto.

Per il vicepresidente del Consiglio regionale lombardo, Carlo Borghetti, «siamo di fronte alla necessità di un cambio di paradigma, per dare una risposta adeguata alle domande dell'oggi. Questo significa pensare che il futuro sarà delle città che riusciranno a riconquistare spazi ad uso pubblico, riducendo le auto e intensificando i trasporti pubblici». (ma. b.)





■ CORIGLIANO ROSSANO Il taglio del nastro dell'evento affidato all'azienda Amarelli

Inaugurato "l'open future" di Matera

La vetrina delle eccellenze made in Italy con le 50 migliori imprese italiane

CORIGLIANO ROSSANO - Il taglio del nastro ha fatto registrare un successo di presenze. Confindustria con la famosa Azienda Amarelli di Corigliano Rossano, in Area Bizantina, ha inaugurato l'Open Future 2019, la vetrina internazionale delle eccellenze Made in Italy che da ieri e per 50 settimane, ospiterà nell'ipogeo di piazza S. Francesco, nel cuore della Città dei Sassi, le migliori 50 imprese italiane.

Corigliano Rossano e la Calabria intera protagoniste indiscusse a Matera Capitale Europea della Cultura 2019. Presenti all'evento Pina, Fortunato



Il taglio del nastro

e Margherita Amarelli, il sindaco di Matera Raffaele Di Ruggieri ed il Presidente della Fondazione Matera 2019 Salvatore Adduce, c'erano anche i vertici di Confindustria

Calabria, Puglia e Basilicata ed il Presidente nazionale di Confindustria Vincenzo Boccia.

«Siamo orgogliosi come calabresi - ha detto il Commissario Prefettizio di Corigliano Rossano, il Prefetto Domenico Bagnato - che sia una delle più importanti esperienze imprenditoriali calabresi e del Mezzogiorno ad inaugurare la serie di eventi dedicata al Made in Italy a Matera, simbolo di una nuova prospettiva meridionale fondata sulla cultura e sul management dell'identità».

«Matera sta dimostrando - ha aggiunto ancora Vincenzo Boccia - come da

una criticità sia stato possibile costruire, condividere e promuovere in Italia e nel mondo la bellezza della identità. Leggere Rossano, Calabria, Italia sulla installazione della liguizia Amarelli con la quale oggi si inaugura questa prestigiosa vetrina nazionale significa - ha aggiunto ancora Vincenzo Boccia - interpretare attraverso la forza della identità e del futuro una idea precisa di cultura e di crescita.

Matera Capitale Europea della Cultura - ha concluso il Presidente nazionale di Confindustria - sintetizza oggi la più affascinante reazione rispetto

all'idea di un sud immobile e vittima di un destino sfavorevole e immutabile».

Tra i tanti presenti, diversi imprenditori calabresi, il docente universitario, già assessore alla cultura della Regione Calabria Mario Caligiuri, il Prefetto di Matera Antonella Bellomo, il Questore di Matera Luigi Liguori di Corigliano Rossano e già questore di Cosenza, Natale Mazzuca. Presidente di Unindustria Calabria, i rappresentanti delle aziende che saranno protagoniste delle prossime settimane dopo Amarelli.

sa.sa.

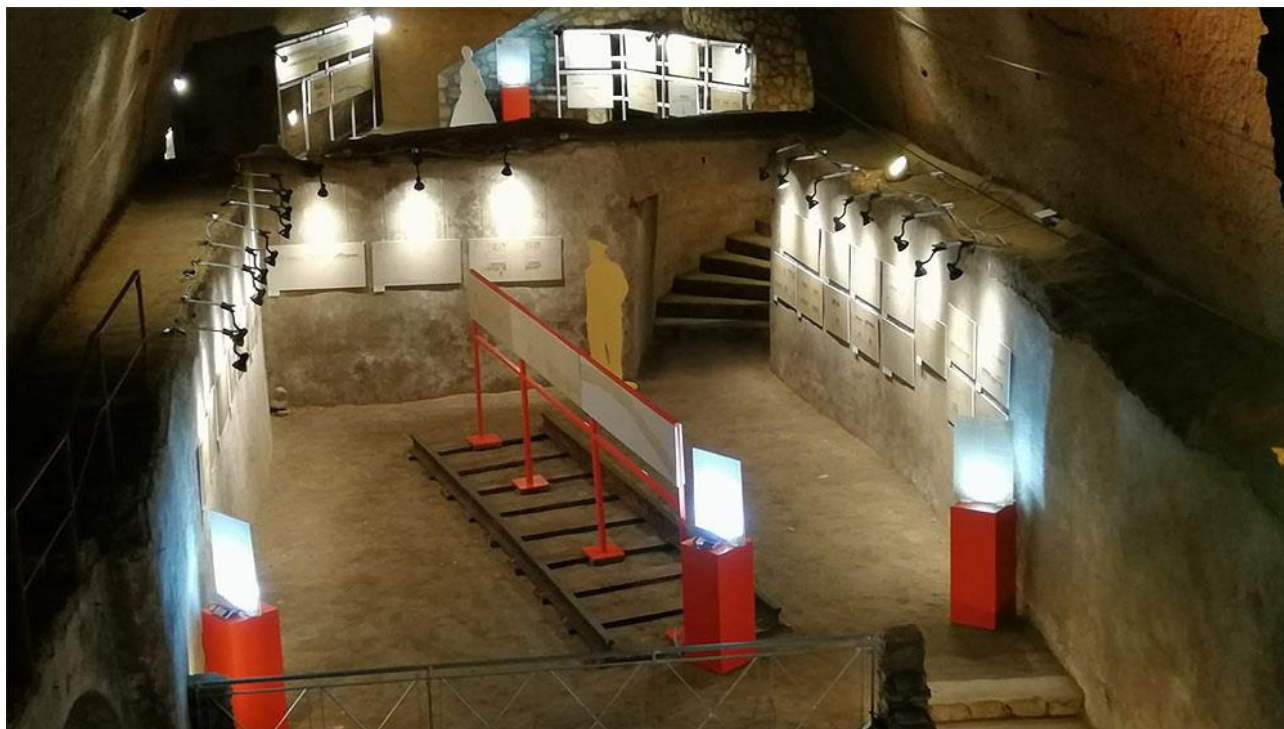
© RIPRODUZIONE RISERVATA



Fondazione FS, Museo Pietrarsa: nella galleria borbonica la mostra “Il sogno di Bayard e l’ingegneria borbonica”

Categoria: [Eventi e manifestazioni](#)

Pubblicato: 23 Marzo 2019



Presentata stamattina, nella Galleria Borbonica, la mostra “Il sogno di Bayard e l’ingegneria borbonica”. A illustrarne i contenuti il Presidente della Galleria Borbonica, Gianluca Minin, e il Direttore del Museo Nazionale Ferroviario di Pietrarsa, Oreste Orvitti.

Unica nel suo genere, la mostra racconta, attraverso la riproduzione di 70 dei 309 disegni custoditi a Parigi nella École Nationale des Ponts et Chaussées - partner dell’iniziativa - il sapiente acume dell’ingegnere Armand Joseph Bayard de la Vingtrie e dei suoi collaboratori.

I tratti acquerellati delle immagini esposte conducono in un viaggio virtuale lungo il percorso della strada di ferro che da Napoli e Portici raggiungeva la città di Nocera, con una diramazione per Castellammare di Stabia. Il progetto per la realizzazione della linea ferroviaria fu promosso da Bayard che, a capo della società per la strada ferrata, si fece promotore dell’ardita e fortunata impresa presso la corte reale.



Le chemin de fer rappresentò una vera e propria innovazione per la popolazione borbonica che, fino a prima dell'inaugurazione della **linea Napoli - Portici** del 3 ottobre 1839, si spostava su diligence percorrendo strade tutt'altro che comode. Allestita per la prima volta il 24 febbraio 2018 nei padiglioni del Museo Ferroviario di Pietrarsa, la mostra ha proseguito il suo viaggio, proprio come un treno in corsa, per essere riproposta nella Reggia di Caserta e, da domani, nei

suggestivi spazi della Galleria Borbonica.

Il percorso espositivo è suddiviso in 5 sezioni: la linea, le stazioni, i ponti e i viadotti, le carrozze, i binari e gli scambi. In ciascuna è narrata, per immagini e didascalie, la complessa fase della realizzazione di un progetto estremamente ambizioso. In uno scenario dove tecnologia e storia si fondono, i visitatori saranno idealmente trasportati nell'onirico mondo di un re desideroso di rendere autonomo e forte il proprio territorio, e in quello di un ingegnere che, realizzando il suo sogno, consentì al regno non solo di accrescere la sua importanza, ma anche di affermarsi a livello internazionale per capacità di sviluppo tecnico e industriale.



La Galleria Borbonica è una piccola porzione del grande labirinto sotterraneo che si snoda nel ventre del sottosuolo partenopeo: 500 metri che si sviluppano estendendosi tra via Domenico Morelli e via Gennaro Serra. Il 19 febbraio del 1853 Ferdinando II di Borbone firmava un decreto con il quale incaricava l'architetto Errico Alvino di progettare un viadotto sotterraneo che, passando sotto Monte Echia, congiungesse il Palazzo Reale con piazza Vittoria, prossima al mare e

alle caserme. La funzione del tunnel era quasi esclusivamente di carattere militare, un percorso rapido, in difesa della Reggia, per le truppe acquartierate nella caserma di via Pace, nonché una sicura via di fuga per gli stessi monarchi dopo i pericoli corsi dal re e dalla sua famiglia durante i moti del 1848.

La Galleria, dunque, è tappa fondamentale della mostra itinerante il "**Sogno di Bayard**", con cui rappresenta esempio concreto di opere di grande ingegno realizzate durante il regno di Ferdinando II di Borbone.

La **Fondazione FS Italiane** e il **Museo di Pietrarsa**, con il nuovo allestimento della mostra nella Galleria Borbonica, confermano il loro impegno a favore del mondo della cultura a sostegno di iniziative di carattere internazionale per la salvaguardia e promozione del patrimonio artistico del territorio e del Paese. La mostra, con ingresso da via Domenico Morelli 61, sarà visitabile fino al 10 giugno 2019 nei giorni da venerdì a domenica. Informazioni dettagliate su orari di apertura, prezzo dei biglietti, agevolazioni e sconti per le visite sono disponibili su museopietrarsa@fondazionefs.it e galleriaborbonica.com oppure inviando mail a museopietrarsa@fondazionefs.it o mail@galleriaborbonica.com.

N

Napoli Turistica

Arte e Cultura

HOME

SCOPRIRE NAPOLI E DINTORNI ▾

EVENTI E NEWS

CHI SIAMO

CONTATTACI

SEGNALA IL TUO EVENTO

DELL'ARCHIVIO STORICO DEL BANCO DI NAPOLI

Pubblicato da Lucio Boccalatte | 25 Mar, 2019 | Musei e Monumenti |

★★★★★



Nel cuore del centro storico partenopeo, vicino la sede del tribunale di [Castel Capuano](#), è possibile immergersi nei misteri e nei segreti del museo **Archivio Storico del Banco di Napoli**, ritenuto il più grande ed importante archivio storico-economico del mondo.



UNIVER

CERCA ...

ULTIMI ARTICOLI



Street art e

+ a b l e a u

Storytelling with Data

GET THE WHITEPAPER

Privacy & Cookies Policy

Napoli

26 Mar, 2019 |
Mangiare e Bere

Il Cartastorie, Museo Archivio Storico del Banco di Napoli, è allestito nel cinquecentesco palazzo Ricca in via dei Tribunali 214 con un interessante e suggestivo **percorso museale multimediale permanente** chiamato "Kaleidos", le visite guidate sono gestite dai ragazzi dell'*Associazione culturale Nartea*. La visita permette di scoprire interessanti curiosità grazie a preziosi documenti che raccontano ben 500 anni di storia.

E' innumerevole la quantità di carta che circonda i visitatori sotto forma di libri maggiori e di filze, enormi kebab di carta generati da bancali che venivano infilzate da un grosso ago e appese al soffitto. Un labirinto di 330 stanze che copre un intervallo storico che va dal 1539 ai primi anni 2000.



La particolarità di questa sconfinata documentazione economica sono le **causali di pagamento** annotate sulle fedeli di credito. Non vi era donazione, vendita, sequestro di beni, riscatto pagato che non fosse annotato in questi registri con dovizia di particolari, in questo modo, notizie inedite di opere realizzate da illustri artisti, insoliti aspetti dell'economia quotidiana e centinaia di migliaia di storie personali, celebri o ignote, sono giunti a noi attraverso i secoli.

I governi si rivolgevano ai banchi per finanziare guerre, per i rifornimenti, effettuare i lavori pubblici, mentre i ceti più poveri vi impegnavano i loro pochi beni, in cambio del necessario per vivere. Così, nell'Archivio possiamo conoscere il prezzo di un kg di farina al tempo della rivoluzione partenopea, ma anche le somme pagate al Caravaggio per il suo dipinto "Sette opere di misericordia" (conservato al [Pio Monte della misericordia](#)).



Il Cartastorie, museo dell'Archivio Storico del Banco di Napoli

25 Mar, 2019 |
Musei e Monumenti



Le Grotte di Pertosa Auletta (Grotte dell'Angelo)

23 Mar, 2019 |
Visitare la Campania

CATEGORIE

Seleziona una categoria

FACEBOOK



Napoli Turistica

Mi piace questa Pagina

Di' che ti piace prima di tutti i tuoi

INSTAGRAM



NAPOLITURISTICA

Le nostre avventure alla scoperta di Napoli e della Campania
Tag: #napolituristica



Per tradizione l'istituzione ufficiale del **Banco di Napoli** risale al 1794. Ferdinando IV di Borbone riunì nel *Banco Nazionale di Napoli*, i Banchi e i Monti di Pietà sorti nella città partenopea tra il XV e il XVIII secolo per sottrarre i poveri dall'usura con prestiti su pegno senza interessi. La **sede storica del Banco** si trova in via Toledo, di fronte ai vicoli dei [Quartieri Spagnoli](#).

INFORMAZIONI UTILI

Indirizzo: via dei Tribunali 213, Napoli

Gli orari: Dal lunedì al sabato dalle 10.00 alle 18.00; Domenica dalle 10.00 alle 14.00; Mercoledì chiuso

Costi: Intero 5,00€, Ridotto 3,00€ (13 – 17 anni); Frattuito da 0 a 12 anni. Le visite con guida + 2,00€

Info e prenotazioni: prenotazioni@ilcartastorie.it – www.ilCartastorie.it

**A Milano
fino a 1 Gigabit/s** **24,95€**

CONDIVIDERE: [f](#) [t](#) [t](#) [p](#) [in](#) [✉](#)

VOTO:

< PRECEDENTE

IL PROSSIMO >

[Le Grotte](#) [Privacy & Cookies Policy](#) [t](#)

[Pizza al taglio: 5 indirizzi da non](#)

Caricare Più...

Segui su
Instagram

AMEX DON'T live life WITHOUT IT™

Con Carta Oro American Express

- Ricevi un voucher da € 200
- La quota è gratuita il primo
- I tuoi acquisti si trasformano

PROMO ONLINE [Richiedi](#)

* Parla 50.000 punti Membership Rewards*, se spendi € 500. Messaggio pubblicitario. Fogli informativi su [americanexpress.it](#)

TAGS

ARTE

CAMPANIA

CULTURA

CURIOSITÀ

EVENTI

FESTE E SAGRE

FESTIVAL FIERE

MANGIARE E BERE

MARE MOSTRE

MUSEI MUSICA

CULTURA, EVENTI CULTURALI | 25 MARZO 2019

Giornate FAI di Primavera: alla scoperta del Museo Fratelli Cozzi. Bilancio della due giorni con gli studenti-ciceroni del Dell'Acqua e Maggiolini



Il Museo Fratelli Cozzi tra le giornate FAI di Primavera: sessant'anni di storia del costume, del design e del biscione raccontati anche dai "ciceroni in erba" del I.S. "Carlo Dell'Acqua di Legnano e ITE "G. Maggiolini" di Parabiago



Legnano – I voli low cost, l'Europa senza barriere e internet ci permettono di visitare le bellezze del mondo in giornata: con l'aereo in un'ora e mezza si raggiunge Parigi, in due Londra, armati di buona volontà e prendendo le giuste coincidenze si può visitare Copenaghen partendo la mattina e tornando la sera.



E' la generazione dei *Globetrotters*, alla costante ricerca di luoghi da scoprire e col passaporto sempre in mano; niente di più bello, visitare musei, conoscere usi e costumi, entrare in

contatto con culture differenti arricchisce individualmente e culturalmente.

E dunque, Il "problema" **dov'è?** A dirla tutta c'è, spesso e volentieri viviamo con lacune geografiche e artistiche legate al nostro territorio. **Quanta bellezza sotto casa, dietro l'angolo, o in provincia. Quanta** (purtroppo) disinformazione, o scarsa promozione in merito.

Il **Fondo per l'Ambiente Italiano** (ente preposto alla tutela e alla salvaguardia dei beni culturali, paesaggistici e naturali della penisola italiana) ha da qualche anno avviato un'iniziativa (e arginato il problema) che ha riscosso grande successo: **Le Giornate di Primavera**, per l'occasione i luoghi storici dell'**Alto Milanese** e del **Varesotto** hanno aperto le loro porte al pubblico.

Il Museo Fratelli Cozzi rientra tra i beni segnalati dal FAI, **luogo di culto per gli amanti del biscione e del design** è composto da una collezione di oltre cinquanta auto d'epoca, di cui due esemplari unici al mondo.

*"Sono sempre stata attratta dalle Giornate del FAI – spiega **Elisabetta**, figlia di **Pietro Cozzi**, fondatore del museo – ho sempre partecipato come visitatrice e ammirato le bellezze del nostro Paese. Essere diventati per la prima volta protagonisti è motivo di orgoglio, rappresentiamo anche noi la cultura italiana.*





Per tutto il fine settimana le porte della nostra struttura rimarranno aperte, a fare da guida saranno gli 'apprendisti ciceroni', studenti del territorio (IS Dell'Acqua e ITE Maggiolini) che racconteranno le bellezze del museo e dei luoghi simbolo dell'Alto Milanese. Racconteranno ai visitatori la nostra collezione, un racconto lungo sessant'anni, attraverso le abitudini e la quotidianità degli italiani, una storia di passione (quella del fondatore Pietro) e di un marchio che ha rappresentato il sogno di almeno due generazioni d'italiani".

L'invito, *ça va sans dire*, è quello di approfittare dell'iniziativa, inforcare la bicicletta (per questa volta lasciamo pure a casa il passaporto) e visitare quante più attrazioni possibili.

"Se qualcosa ci salverà, sarà la bellezza" – Ettore Sottsass

Qui l'elenco dei luoghi selezionati dal FAI nel Varesotto e nell'Alto Milanese

Qui il sito del Museo Fratelli Cozzi

Agnese Giardini



Agnese Giardini

f **t** **@** **G+** **in**

Credo nel valore pedagogico e sociale del giornalismo: una corretta e libera informazione ci rende cittadini consapevoli.

Articoli Correlati

