

# Sommario Rassegna Stampa

| Pagina                           | Testata                           | Data       | Titolo                                                                                 | Pag. |
|----------------------------------|-----------------------------------|------------|----------------------------------------------------------------------------------------|------|
| <b>Rubrica Museimpresa</b>       |                                   |            |                                                                                        |      |
| 24                               | il Sole 24 Ore                    | 08/11/2019 | FABBRICHE BELLE CHE SANNO COMPETERE (A.Calabro')                                       | 2    |
| 41                               | Corriere della Sera               | 08/11/2019 | LE "FABBRICHE BELLE" SI METTONO IN MOSTRA (J.Chia)                                     | 3    |
| 19                               | Il Gazzettino                     | 24/11/2019 | SETTANT'ANNI DEL VESPA CLUB D'ITALIA IN MUSEO (M.Rossignati)                           | 4    |
| 2                                | L'Araldo Lomellino                | 22/11/2019 | LA BIRRA PERONI TORNA A CASA: UNA STORIA DUCALE                                        | 7    |
|                                  | Affaritaliani.it                  | 21/11/2019 | PIRELLI: IL MAESTRO ACCARDO IN BICOCCA, DIALOGO TRA...                                 | 8    |
| 19                               | Il Risveglio Popolare             | 21/11/2019 | "BEYOND ARCHIVE", EVENTO ALLA CASA BLU                                                 | 10   |
| 10                               | Cronache di Napoli                | 20/11/2019 | IL MUSEO CARTASTORIE APRE LE PORTE AI TURISTI: VISITE GUIDATE A SOLI 3                 | 12   |
| 36                               | la Provincia Pavese               | 20/11/2019 | I PRIMI 50 ANNI DELLA BIRRA PERONI A VIGEVANO UNA MOSTRA A PALAZZO MERULA LI RACCONTA  | 13   |
| 11                               | Gazzetta di Parma                 | 13/11/2019 | PALAZZO SORAGNA MUSEI D'IMPRESA: 87 MEMORIE CONIUGATE AL FUTURO                        | 14   |
| 20                               | Giornale di Carate                | 12/11/2019 | "FATTO A REGOLA D'ARTE", MOSTRA ALLA MOLTENI                                           | 15   |
| 13                               | Il Gazzettino - Ed. Treviso       | 12/11/2019 | CULTURA E IMPRESA APERTURA STRAORDINARIA PER IL MUSEO DEL CAFFE'                       | 16   |
| 11                               | Gazzetta di Parma                 | 11/11/2019 | AZIENDE I MUSEI D'IMPRESA: STORIA, MARKETING E TURISMO INDUSTRIALE                     | 17   |
| XII                              | Il Foglio                         | 09/11/2019 | OH, MA CHE BELLA FABBRICA (M.Crippa)                                                   | 18   |
| 18                               | La Cronaca di Verona e del Veneto | 09/11/2019 | MUSEO NICOLIS PER LA CULTURA D'IMPRESA                                                 | 21   |
| 23                               | Corriere della Sera - ed. Milano  | 08/11/2019 | CULTURA D'IMPRESA, VISITE AI MUSEI AZIENDALI                                           | 22   |
|                                  | Corriere.it                       | 08/11/2019 | LE «FABBRICHE BELLE» VANNO IN MOSTRA                                                   | 23   |
| 10                               | Il Gazzettino - Ed. Treviso       | 08/11/2019 | L'ARCHIVIO BENETTON APRE LE PORTE: DOMANI VISITA GRATUITA                              | 25   |
|                                  | Ilsole24ore.com                   | 08/11/2019 | FABBRICHE BELLE CHE SANNO COMPETERE                                                    | 26   |
| 1                                | Corriere della Sera - Ed. Bergamo | 07/11/2019 | AL MUSEO SAME I PRODOTTI ICONICI DEL BELPAESE                                          | 29   |
|                                  | Huffingtonpost.it                 | 07/11/2019 | L'ITALIA A REGOLA D'ARTE PROTAGONISTA DELLA XVIII SETTIMANA DELLA CULTURA D'IMPRESA    | 31   |
| 13                               | la Repubblica - ed. Milano        | 07/11/2019 | DA KARTELL A CAMPARI IL GENIO MADE IN ITALY (T.Monestiroli)                            | 32   |
| 10/11                            | Mi-Tomorrow                       | 07/11/2019 | NELLA "CULLE" DELL'ITALIANITA'                                                         | 33   |
| 5                                | Il Popolo Cattolico               | 02/11/2019 | VESPA, KARTELL, CAMPARI: OGGETTI ICONICI IN MOSTRA                                     | 35   |
| 22/27                            | Touring                           | 01/11/2019 | MUSEI D'IMPRESA COLLEZIONARE LA BELLEZZA (L.Bonora)                                    | 36   |
| <b>Rubrica Cultura d'impresa</b> |                                   |            |                                                                                        |      |
| 1                                | Il Giorni - Ed. Monza-Brianza     | 21/11/2019 | I RAGAZZI DEL LICEO ARTISTICO IN MOSTRA AD ASSOLOMBARDA                                | 42   |
| 11                               | Il Bielese                        | 19/11/2019 | CAMUSSO E CALABRO' A BIELLA                                                            | 44   |
| 26                               | la Nazione - ed. Pisa             | 10/11/2019 | LA STORIA DI "FARMIGEA" IN UNA MOSTRA                                                  | 45   |
| 16                               | Il Giorni - Ed. Varese            | 07/11/2019 | MACCHINE DEL CAFFE' CHE FANNO TENDENZA: LA COLLEZIONE VINTAGE DI OFFICINA RANCILIO     | 46   |
| 39                               | La Nuova di Venezia e Mestre      | 07/11/2019 | VISITE GUIDATE TRA I PREZIOSI VELLUTI DI RUBELLI                                       | 47   |
| 34                               | L'Eco di Bergamo                  | 07/11/2019 | LE ICONE DEL "MADE IN ITALY" IN MOSTRA AL MUSEO SAME                                   | 48   |
| 80/97                            | Likiesta                          | 01/11/2019 | ARRIVA LA SETTIMANA DELLA CULTURA D'IMPRESA PER CONOSCERE LE FABBRICHE "DAL DI DENTRO" | 50   |
|                                  | Corriere Adriatico                | 12/11/2019 | SI APRE LO SCRIGNO DELLA CARTA, FABRIANO MOSTRA IL TESORO                              | 53   |
|                                  | Eco di Biella                     | 14/11/2019 | VISITA AI CAMPIONARI DI CASA ZEGNA                                                     | 54   |
|                                  | Corriere di Torino                | 04/11/2019 | LA CORSA PER IL FUTURO DELL'AZIENDA FINISCE IN UN MUSEO                                | 55   |
|                                  | Il resto del Carlino - Ancona     | 06/11/2019 | PORTE APERTE AL FABRIANO PAVILLION                                                     | 57   |

## Sommario Rassegna Stampa

| Pagina  | Testata                    | Data       | Titolo                                             | Pag. |
|---------|----------------------------|------------|----------------------------------------------------|------|
| Rubrica | Cultura d'impresa          |            |                                                    |      |
| 32      | Il Mattino - Ed. Benevento | 15/11/2019 | LA MARA DI CASSOLA PROTAGONISTA ALLE "STREGONERIE" | 58   |

CULTURE D'IMPRESA

# FABBRICHE BELLE CHE SANNO COMPETERE

di Antonio Calabrò

La cultura d'impresa italiana è politecnica e riformista. Fondata cioè su sintesi originali tra i saperi umanistici e le conoscenze scientifiche, tra il senso della bellezza e la qualità *hi-tech* dei prodotti, delle fabbriche e dei sistemi di produzione. E su un'attitudine paziente e costante al cambiamento, al raggiungimento del migliore dei risultati possibili. Nessuna palingenesi, nessun miracolo. Semmai, una straordinaria inclinazione al "bello e ben fatto", capace di reggere le sfide della mutazione delle esigenze dei mercati e della evoluzione dei tempi. Cultura politecnica e riformismo, appunto. Sono queste le riflessioni di fondo che fanno da cardine della XVIII Settimana della Cultura d'Impresa in programma da oggi al 22 novembre, promossa come ogni anno da Confindustria e da Museimpresa, che in particolare partecipa con più di 80 iniziative (mostre, convegni, *workshop*, visite guidate nelle imprese, incontri con le scuole, proiezioni di film, etc) ispirate al tema "A regola d'arte", per raccontare "L'Italia delle culture d'impresa: inclusiva e sostenibile".

Le nostre imprese stimolate dalle trasformazioni sociali, economiche e ambientali, mostrano una crescente capacità di evolversi, cambiando le proprie traiettorie industriali, costruendo inedite relazioni tra manifattura e servizi avanzati, conquistando nuovi spazi di competitività.

Ecco una parola chiave: competitività. C'è una lettura particolare, su cui insistere, andando alle radici della parola stessa: *cum e petere*, andare insieme verso orizzonti comuni. Le imprese italiane, abili e resilienti nella gradualità dei cambiamenti, hanno saputo tenere insieme l'intraprendenza individuale e la forza di un capitale sociale di relazioni positive e creatività, che innerva distretti e metadistretti, reti d'impresa, filiere lunghe delle *supply chain*, cooperative e consorzi. E, fortemente radicate su territori da cui traggono l'intelligenza flessibile delle competenze, hanno combinato la produttività con le nuove dimensioni del rispetto per le persone e per l'ambiente.

L'insistenza, quest'anno, sui temi di fondo dell'inclusione sociale e della sostenibilità, vuole dare conto di come un numero crescente di imprese abbia vissuto la sostenibilità, ambientale e sociale, come un fattore essenziale di competitività e di quanto l'attitudine sofisticata a reggere le attuali ragioni della concorrenza, nel tempo di "Industria 4.0" e dell'evoluzione della "economia della conoscenza", usi bene la leva dell'appartenenza, dell'orgoglio industriale, dell'impegno per "fare, e fare bene". Nelle nostre imprese, infatti, cresce una vera e propria "morale del tornio", un'etica della qualità del lavoro e delle relazioni, che anche in questi anni così difficili, ci ha permesso di tenere testa alle nuove sfide della concorrenza globale e

alle resistenze di una "cultura anti-impresa", anti-tecnologia e anti-scienza (diffusa purtroppo, da troppo tempo, pure in ambienti di governo) e attratta dall'illusione della demagogica e irresponsabile "decrescita felice" invece che dagli orizzonti dello sviluppo equilibrato. Oggi, proprio una cultura d'impresa così articolata può aiutare a vivere con maggior forza i processi di metamorfosi in corso, i "cambi di paradigma", le sorprendenti dimensioni d'una crisi carica di rischi ma anche di opportunità, tra dismissioni industriali e cambi azionari di molte imprese, ripresa degli investimenti internazionali, rilancio della manifattura d'alto di gamma e crescita di dinamiche start up.

Quest'Italia, troppo spesso mal rappresentata, è ricca di "fabbriche belle" evocate alla sostenibilità, progettate da grandi architetti (Renzo Piano per Pirelli, Michele De Lucchi per Zambon, Cino Zucchi per Lavazza, Guido Canali per Prada e tanti altri ancora, come gli architetti di Avio/General Electric a Cameri, a Novara, ma anche in Puglia e in Campania e quelli della Dallara sulle colline emiliane), luminose, accoglienti, forti di elevati standard di sicurezza sul lavoro, alimentate da energie rinnovabili, costruite con bassissima impronta ambientale. Sono i luoghi ideali per il miglior made in Italy. Ma anche i pilastri di una nuova idea di economia circolare, civile, da Green Italy (se ne parlerà lunedì 11 a Milano nel principale convegno di Museimpresa, con il contributo del Politecnico di Milano).

In questa dimensione che guarda allo sviluppo, i musei e gli archivi d'impresa hanno un ruolo fondamentale. Custodiscono i documenti della memoria dell'industria italiana e testimoniano come, nel corso del tempo, la nostra meccanica e la chimica, l'automobile e la gomma, l'elettronica, la grande edilizia, la finanza, l'abbigliamento, l'agroalimentare, la cantieristica e un po' tutti i settori della manifattura e dei servizi abbiano avuto l'innovazione come motore competitivo. I musei e gli archivi sostengono marketing e comunicazione contemporanei, rafforzano i valori d'appartenenza aziendale, stimolano nuove attività di ricerca. Storia senza nostalgie, ma come motore di trasformazione. L'Italia che cambia.

Presidente di Museimpresa, Vicepresidente di Assolombarda  
e Direttore della Fondazione Pirelli

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Rassegne** Da oggi al 22 novembre Confindustria promuove la Settimana della **cultura d'impresa**

## Le «fabbriche belle» si mettono in mostra

di Jessica Chia

### Al vertice



● Antonio Calabrò, direttore della Fondazione Pirelli e vice-presidente di Assolombarda. È presidente di Museimpresa

Oltre 80 iniziative in diverse città italiane, come Milano, Pescia (Pistoia), Treviglio (Bergamo), Rossano (Cosenza), si terranno in occasione della XVIII Settimana della **cultura d'impresa**, rassegna di eventi promossa da Confindustria (da oggi al 22 novembre). Con il tema *A regola d'arte. L'Italia delle culture d'impresa: inclusiva e sostenibile* porterà il pubblico all'interno di musei e archivi di imprese che sempre più ampliano i loro spazi

verso nuove competitività, stimulate da profonde trasformazioni economiche, ambientali e sociali.

Tra le iniziative c'è anche il progetto nazionale MuseimpresaLab (seconda edizione): un ciclo di visite condotto dagli studenti (triennio delle scuole superiori) dell'alternanza scuola-lavoro e rivolta a coetanei e bambini, in quella definita come la *Settimana for teens*, con lo scopo di creare format di visita innovativi e introdurre i ragazzi alla cultura industriale.

«L'Italia è ricca di «fabbriche belle» — afferma Antonio

Calabrò, presidente di **Museimpresa**, Associazione italiana archivi e musei d'impresa, tra i protagonisti della rassegna —, luoghi caratterizzati dalla vocazione alla sostenibilità sociale e ambientale, generatori e ispiratori di competitività e di innovazione».

Tra gli incontri organizzati da **Museimpresa**, lunedì 11 a Milano *L'architettura delle nuove fabbriche: forme e processi, strumenti di competitività* (ore 18; Assolombarda). Tra gli altri eventi milanesi: Fondazione Pirelli ospita *Il nostro Bach. La fabbrica tra*

*musica e scienza* (il 21 alle 10.30) e le visite guidate (12-20 novembre, 17-18); Galleria Campari organizza invece *Campari: storia di una comunicazione a regola d'arte* (mostra e visite guidate, da oggi al 22); il Museo teatrale alla Scala propone *Lecture e note al Museo* (il 15 alle 18).

Tra le proiezioni: a Parma *Newsmuseum(s)* di Francesca Molteni (il 12 alle 17 all'Unione Parmense degli industriali) e *Archivi del passato, musei del futuro?* è la proiezione che si tiene a Biella (Banca Sella, il 13 alle 16).

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Mostra  
Settant'anni  
del Vespa  
Club d'Italia  
in museo**

Rossignati a pagina 21



Al Museo Nicolis di Villafranca di Verona fino al 16 febbraio una mostra dedicata all'associazione degli amanti di questa moto. La presidente: «Il veicolo della Piaggio è un oggetto di culto, un simbolo della società e dei successi della meccanica italiana»

# Vespa e il suo club 70 anni in mostra

## ESPOSIZIONE

«**L**a Vespa è un vero oggetto di culto, un simbolo della storia e della società italiana, dei successi della meccanica nazionale. Finita questa esposizione, il Museo Nicolis allestirà al suo interno una sala dedicata solo alla Vespa Piaggio». Ad annunciarlo è Silvia Nicolis, presidente del Museo privato creato dal padre Luciano nel 2000 a Villafranca di Verona, dove in questi giorni è ospitata (fino al 16 febbraio 2020) una mostra personale dedicata ai settant'anni del Vespa Club d'Italia, intitolata appunto "Vespa Club d'Italia - I grandi trofei storie di sport, turismo e costume", con esposti non solo esemplari storici e unici come la prima Vespa Piaggio del 1946, la cosiddetta "98", le tre Vespa da competizione, la "Corsa" del 1947, la Sport "6 giorni" del 1952 e la 125 dello stesso anno prota-

gonista con Audrey Hepburn e Gregory Peck del film "Vacanze Romane" di William Wyler. Ma anche i trofei conquistati dai vespisti nelle attività sociali, tenute fra l'Italia e l'Europa, divenute pietre miliari del mitico sodalizio, per la prima volta esposti fuori dalla sede istituzionale del Vespa Club d'Italia.

## SIMBOLO NEL MONDO

Vespa è sinonimo di mondo, di un marchio conosciuto ovunque, come testimonia, ad esempio, il Grand Prix d'Excellence, il trofeo istituito al secondo congresso del Vespa Club d'Europa a Parigi il 14 e 15 dicembre del 1953, assegnato dal Comitato dei Presidenti Europei al Vespa Club Nazionale che aveva saputo organizzare una importante manifestazione di propaganda vespistica. Questo Trofeo è passato poi di anno in anno ai Vespa Club Nazionali vincenti e alla riconsegna del trofeo originale ne veniva dato una copia ridotta. Trofei che ricordano come la Vespa Piaggio sia lo scooter entra-

to nella leggenda per la sua origine aeronautica e per aver battuto le strade di tutti i continenti. La sua storia è un po' la storia

dell'Italia contemporanea, dal boom economico alla beat generation, dalla libertà di muoversi e di viaggiare alla scoperta del turismo di massa. Fino all'Audax internazionale femminile, l'epico raduno di Milano negli anni '50 e il raduno internazionale "Ragazze in Vespa", per ricordare anche il contributo che la Vespa ha dato all'affermazione della donna nella nostra società.

## SUCCESSO CHE CONTINUA

«La rassegna è già un successo e di questo non avevamo dubbi, visto che già quella sui settant'anni della Vespa, che ricordo è nata nel 1946, ideata sempre nel nostro museo nel 2006, aveva accolto migliaia di appassionati arrivati da tutto il mondo - sottolinea Silvia Nicolis, che è anche vice presidente di **Museimpresa**, l'associazione che fa capo ad Assolombarda e Confin-

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

dustria per la valorizzazione del patrimonio di storia industriale italiana e componente di giunta di Camera di Commercio di Verona - La rassegna in corso è nata da quell'evento e dallo stretto rapporto che il Museo Nicolis ha creato con il Vespa Club D'Italia,

ma anche grazie alla collaborazione con la celebre collezione privata "Vite da Vespa" creata da Marco Romiti e solitamente ospitata nel Museo Civico di Palazzo Cento a Macerata. Inoltre nel 2006, come oggi, ci siamo avvalsi della grande cultura "vespistica" di Luigi Frisinghelli.

## GRANDE ESPERTO

Frisinghelli, 83 anni a gennaio, trentino, è il "santone" delle Vespe. Conosce tutti i bulloni, le pieghe, le storie anche perché ha trascorso una vita nell'officina aperta dal padre Silvio, nel 1949 a Lizzanella, e che oggi lui stesso gestisce assieme al figlio Roberto. «La Vespa è passione e cultura, suggestioni che ritroviamo nei prodotti che l'arte del '900 ha saputo tramandare - riprende Nicolis - siamo orgogliosi di

proporre al museo questo splendido e glorioso marchio, parte integrante della più bella storia italiana».

Ricordiamo che il Vespa Club D'Italia conta oltre 67.000 iscritti al registro storico Vespa, mentre sono ben 202 mila quelli iscritti al registro dell'Asi, l'Automotoclub Storico Italiano. «Sono numeri che poi si traducono in fatturati, visto che un'inchiesta del 2018 dell'Istituto Piepoli su "Il valore economico dell'automobilismo e motociclismo storico italiano" ha quantificato in 2,2 miliardi di euro il fatturato del settore - conclude Silvia Nicolis -. Una passione che ha poi una ricaduta sul fronte del turismo. La stessa ricerca ci dice che circa 32 milioni di italiani assistono ogni anno a eventi dedicati a veicoli storici e otto milioni dicono di aver per questo organizzato un viaggio e un pernottamento fuori casa».

## OPERE D'ARTE

I visitatori della mostra, infatti, potranno godere con lo stesso biglietto, anche di oltre 200 auto d'epoca, 110 biciclette, 100 moto-

ciclette, 500 macchine fotografiche, 100 strumenti musicali, 100 macchine da scrivere, aeromobili, oltre 100 volantini delle sofisticate monoposto di Formula 1 e innumerevoli opere dell'ingegno umano esposte secondo itinerari antologici, storici e stilistici all'interno dei seimila metri quadrati del Museo Nicolis. Una realtà privata insignita nel 2018 del più ambito e prestigioso premio nel panorama mondiale dell'auto classica indetto dagli esperti del Magazine Octane: Museum of the Year 2018 a The Historic Motoring Awards. «Il Nicolis rappresenta un punto d'arrivo per chi desidera esporre la propria collezione in un ambiente valorizzante sia per la struttura che per il contenuto, ma soprattutto per l'insegnamento del suo fondatore Luciano Nicolis che diceva: noi non siamo i proprietari, ma i custodi delle nostre collezioni» ricorda Marco Romiti.

(Ingresso speciale alla mostra a 9 euro anziché 12 a tutti i vespisti che postano su #vespa70 e #enricopiaggio le loro foto più belle con la propria Vespa).

**Massimo Rossignati**

© RIPRODUZIONE RISERVATA





## LA COLLEZIONE

A sinistra  
Silvia Nicolis  
la presidente  
del Museo in  
sella ad una  
Vespa e in  
alto alcuni  
modelli  
esposti a  
Villafranca

**È POSSIBILE VEDERE  
I MODELLI STORICI  
COME QUELLO USATO  
DA AUDREY HEPBURN  
E GREGORY PECK  
IN "VACANZE ROMANE"**

## L'EVENTO

Mostra al Museo dell'Imprenditoria organizzata con il brand della "bionda"  
**La birra Peroni torna a casa: una storia ducale**

**V**igevano riabbraccia la sua Bionda. E' stata inaugurata nella mattinata del 19 novembre all'interno del Museo dell'Imprenditoria Vigevanese la Mostra "Birra Peroni a Vigevano: vocazioni d'impresa tra passato e futuro", che racconta i primi 50 anni dell'azienda birraria, nata proprio nella città ducale nel 1846. Oggetti e documenti dell'Archivio Storico Birra Peroni, integrati con preziosa documentazione conservata presso l'Archivio Storico del Comune di Vigevano, saranno esposti fino al 30 marzo all'interno del Museo, in un allestimento che anche dopo il suo termine resterà in parte permanente. L'esposizione, inserita nel calendario della XVIII edizione della Settimana della Cultura d'Impresa di Museimpresa, è organizzata in collaborazione con l'Archivio Storico del Comune di Vigevano e il Consorzio Diapason.

Francesco Peroni, sul finire del 1845, si trasferì nella città ducale dalla vicina Galliate,



nel Novarese: «Vigevano intorno alla metà dell'800 diventa una città industriale, con un forte afflusso di manodopera dalle campagne - afferma Pier Luigi Muggiati, responsabile Archivio Storico del Comune di Vigevano - questo ha permesso che si sviluppasse una nuova classe dirigente, la borghesia, che favorì l'inizio del mercato della birra nella nostra città». La vivacità della borghesia

ducale, ma anche la presenza di numerosi fonti irrigue, convinsero Peroni, figlio di un "pastaro", a installare la sua attività e la sua abitazione in contrada Rocca Nuova (quella che oggi è corso della Repubblica) nell'area occupata attualmente dall'ex Coin. Pochi sono i dati relativi alla sua attività nei primi anni, anche se da alcuni documenti si sa che nel 1851 il birrificio aveva prodotto 380 et-

tolitri di "cervisia". Nel 1864 Peroni aprì anche una sede a Roma, dove successivamente si stabilì assieme alla famiglia. La cessione del birrificio vigevanese avvenne nel 1896, ma fino ai primi del '900 rimase aperta in città la birreria, che aveva il curioso privilegio di poter rimanere aperta fino alle 23.30, mezz'ora in più delle altre osterie: una gioia per i "nottambuli" vigevanesi alla ricerca del classico bicchiere della staffa.

«La storia di Birra Peroni è davvero bella e particolare. E' suggestivo pensare che nasce proprio nella nostra città per poi diventare punto di riferimento in Italia ma anche nel resto del mondo, un unicum di cui dobbiamo essere fieri - è il commento del sindaco Andrea Sala, presente con altre autorità all'inaugurazione della mostra - Vigevano è sempre stata una città a vocazione imprenditoriale, anche per la posizione geografica del territorio».

**Alessio Facciolo**



Home > Culture > Pirelli: il maestro Accardo in Bicocca, dialogo tra musica e scienza

CULTURE

A<sup>-</sup> A<sup>+</sup>

Giovedì, 21 novembre 2019 - 15:30:00

## Pirelli: il maestro Accardo in Bicocca, dialogo tra musica e scienza

“Il nostro Bach. La fabbrica tra musica e scienza”, rivolto a circa 300 ragazzi delle scuole secondarie



Approfondire il forte legame che unisce arte e scienza attraverso immagini, formule, calcoli, ma soprattutto musica, per raccontare la cultura tecnico scientifica e umanistica che caratterizza il mondo dell'industria, dove si incontrano cultura d'impresa e la creatività artistica. Con questo obiettivo Fondazione Pirelli e l'Orchestra da Camera Italiana, hanno organizzato l'incontro “Il nostro Bach. La fabbrica tra musica e scienza”, rivolto a circa 300 ragazzi delle scuole secondarie durante il quale il Maestro Salvatore Accardo e ingegneri della Ricerca e Sviluppo di Pirelli hanno dialogato con i ragazzi sul legame fra arte e scienza, due forme di conoscenza solo

apparentemente lontane, ma in realtà in continuo dialogo e correlazione.

Nel corso dell'evento l'Orchestra da Camera Italiana, guidata dal maestro Salvatore Accardo, ha eseguito il Concerto per 2 violini BWV 1043 in re minore di Johann Sebastian Bach, artista che più di tutti ha espresso il rapporto tra musica e matematica, e Navarra Op.33 di Pablo de Sarasate. Il maestro Salvatore Accardo ha guidato i ragazzi all'ascolto dei brani mostrando loro che il mondo della natura e quindi della scienza e della matematica sono intimamente interconnessi al mondo della musica.

Questo evento si inserisce all'interno della Settimana della Cultura d'Impresa organizzata da Museimpresa, che nel 2019 ha festeggiato i 18 anni della sua fondazione. Il titolo di questa edizione è “A REGOLA D'ARTE. L'Italia delle culture d'impresa: inclusiva e sostenibile”. Sempre nell'ambito della Settimana della Cultura d'Impresa Fondazione Pirelli ha proposto diverse iniziative tra cui visite guidate alla scoperta di quasi 150 anni di storia aziendale tra ricerca, innovazione, design e prodotti, nel segno di una cultura sostenibile e la mostra “La fantasia fa l'industria. Le grandi firme per i progetti e i prodotti Kartell e Pirelli”.

Il rapporto fra Pirelli e la musica è un legame molto stretto. Già a partire dagli anni Cinquanta, ad esempio, il Centro Culturale Pirelli aveva ospitato concerti di grandi artisti tra cui quello di John Cage, musicista americano d'avanguardia, mentre negli anni Settanta era stato il Grattacielo Pirelli a ospitare quello del Gianni Basso Quartet, da cui era nato, in seguito, un disco dal titolo “Jazz al Centro Culturale

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Pirelli". Oggi lo stretto rapporto tra Pirelli e la musica è testimoniato oltre che dalla commissione nel 2017 del "Canto della Fabbrica" dal sostegno a grandi istituzioni come il Teatro Alla Scala di Milano e l'Orchestra Sinfonica di Milano Giuseppe Verdi.

#### La Fondazione Pirelli

Fondata nel 1872 e oggi tra i maggiori produttori al mondo di pneumatici per fatturato, Pirelli è tra le aziende protagoniste della storia della cultura d'impresa italiana. In prima linea nel sostenere le iniziative culturali dell'azienda è la Fondazione Pirelli, istituita nel 2008 con l'obiettivo di valorizzare e promuovere il patrimonio culturale, storico e contemporaneo dell'azienda attraverso progetti come mostre, pubblicazioni, visite guidate e convegni. La Fondazione opera inoltre in campo formativo con Fondazione Pirelli Educational, un programma formativo gratuito di percorsi didattici e creativi rivolti a scuole e istituti di diverso ordine e grado e ad atenei, il cui scopo principale è quello di far conoscere anche ai più giovani il mondo della produzione e del lavoro e avvicinarli ai valori fondanti della cultura d'impresa di Pirelli. La Fondazione Pirelli custodisce un archivio storico -proclamato di interesse storico dalla Sovrintendenza Archivistica- di oltre 3,5 Km di documentazione sulla storia di Pirelli dalla sua fondazione, nel 1872, a oggi, e una Biblioteca Tecnico-Scientifica, composta da circa 16mila volumi sulla tecnologia della gomma e dei cavi dall'Ottocento fino ai nostri giorni.

Loading...

#### Commenti

TAGS:

pirelli fondazione pirelli università bicocca salvatore accardo

Loading...

**in evidenza**

IVREA - E PER LA SETTIMANA DELLA **CULTURA D'IMPRESA** L'ARCHIVIO STORICO PROPONE DUE INIZIATIVE

# "Beyond Archive", evento alla Casa Blu

*Iniziativa di carattere internazionale, sabato nella nuova sede dell'Olivetti*

IVREA – In occasione della diciottesima Settimana della **Cultura d'Impresa** promossa da Confindustria, **Museimpresa** organizza su tutto il territorio italiano un calendario di eventi per vivere in prima persona, attraverso il patrimonio culturale custodito dai Musci e Archivi delle imprese, la storia del Paese.

L'edizione di quest'anno è guidata dal tema *"A regola d'arte. L'Italia delle culture d'impresa: inclusiva e sostenibile"*. Con questa riflessione si porterà al centro dell'attenzione la capacità dell'impresa di evolversi e di innovarsi continuamente, e la **cultura d'impresa** si rivela un alleanza efficace per preservare la storia e l'identità delle aziende contribuendo al suo sviluppo e all'innovazione.

Due le iniziative proposte dall'associazione Archivio Storico Olivetti a Ivrea. Oggi, giovedì 21 novembre, alle 15 alla Villa e alla Villetta Casana di via Miniere 31 (ingresso libero con prenotazione obbligatoria) è in programma *"In archivio aperto al futuro"*. L'Archivio Storico Olivetti, col patrocinio di Confindustria Canavese, organizza una giornata di apertura alle aziende per far conoscere il proprio patrimonio.

Come ricordava Patrizia Paglia in apertura dell'assemblea pubblica di Confindustria Canavese, lavoro, sostenibilità, architettura, formazione, innovazione nell'impresa, visione del futuro sono valori alla base della storia del territorio, oggi riconosciuti come temi di portata universale, sui quali costruire nuove progettualità e alleanze.

Per questo l'Archivio Storico Olivetti ha deciso di aprire le porte a imprenditori, loro familiari e collaboratori: un'occasione per scoprire

disegni, prodotti, filmati, grafica, riviste e carteggi, nella cornice del parco di Villa Casana, sede dell'associazione, a pochi passi dal centro storico e dal cuore della città industriale.

Alle 18 i saluti di Cristina Ghiringhello, direttrice di Confindustria Canavese, e Stefano Sertoli, sindaco del Comune di Ivrea, nonché socio dell'associazione Archivio Storico Olivetti. Per informazioni e prenotazioni: [segreteria@archivistoricolivetti.it](mailto:segreteria@archivistoricolivetti.it), 0125/64.12.38.

Per domani, venerdì 22 novembre, alle 21 alla Libreria Mondadori di piazza Freguglia 13, è invece programmata la tavola rotonda *"I ragazzi che scalano il futuro"*, a partire dal recente, omonimo romanzo di Maurizio Gazzari (Ets 2018), finalista al Premio Biella Letteratura e Industria e divenuto oggetto di progetti di didattica innovativa, che narra la storia recente dell'informatica italiana, attraverso il racconto di una sfida: quella della costruzione delle prime calcolatrici elettroniche italiane, la *Cep* e l'*Elea 9001*, a Pisa tra la metà degli anni '50 e il 1961.

A partire dal romanzo, si esplorano alcune modalità di sperimentazione di metodi innovativi e multidisciplinari per la narrazione di contenuti storici, che possono diventare strumenti facilitatori per la trasmissione di conoscenze verso le nuove generazioni. Intervengono, oltre all'autore, Marco Peroni, storico e ideatore con Mario Congiu del progetto di spettacoli tra musica e parole de *Le Voci del Tempo*, e Lorenzo Jacopo Avallè del *Fablab Ivrea*, a cura dell'Accademia dell'Hardware e del Software Libero Adriano Olivetti. La partecipazione alla serata è libera e gratuita.

IVREA – Careof, in collaborazione con Archivio Nazionale Cinema Impresa, presenta *"Beyond Archive. Nuove produzioni artistiche, una mostra e un convegno internazionale"*, sabato 23 novembre dalle 10 alla Casa Blu di via Monte Navale, nuova sede eporediese di Olivetti. L'iniziativa è curata da Martina Angelotti con la consulenza scientifica dell'Archivio Nazionale Cinema Impresa - Cineteca Nazionale.

A partire dalla collaborazione fra due archivi, diversi ma complementari, che conservano due collezioni relative alla video arte (Careof) e al cinema d'impresa (Archivio Nazionale Cinema Impresa), l'iniziativa *"Beyond Archive"* nasce con l'intento di sviluppare una ricerca sociale, politica e culturale.

Indaga l'utopia modernista da prospettive sfaccettate, partendo dal patrimonio industriale lasciato dalla figura di Adriano Olivetti. Esplora temi che includono vari momenti della storia industriale italiana, messa a confronto con la dimensione internazionale.

Un patrimonio di luoghi e idee, non semplici vestigia di un passato utopico e creativo, ma memoria viva di un progetto industriale e sociale unico al mondo.

Sabato, all'interno della Casa Blu, *"Beyond Archive"* si manifesterà sotto forma di due importanti momenti: una mostra di materiali audiovisivi, che presenta le opere degli artisti invitati (Beto Shwafaty, Raphaël Cuomo & Maria Iorio), assieme a una selezione di materiali d'archivio; un simposio internazionale diviso in tre parti: 1) filosofia dell'archivio; 2) archivio come spazi di (ri)definizione continua del proprio statuto e ruolo; 3) le pratiche artistiche e di ricerca

che pongono al centro il lavoro sull'archivio, sulla memoria storica o vivente.

Dopo l'accoglienza, sono previsti i saluti e l'introduzione da parte di Gaetano Adolfo Maria Di Tondo (vicepresidente, direttore relazioni esterne e istituzionali Olivetti e presidente dell'associazione Archivio Storico Olivetti), Bartolomeo Corsini (direttore della Fondazione Centro Sperimentale di Cinematografia-Archivio Nazionale Cinema Impresa), Martina Angelotti (curatrice di *"Beyond Archive"* e direttrice artistica di Careof) e Annamaria Licciardello (Fondazione Csc - Archivio Nazionale Cinema Impresa, co-curatrice del progetto).

Il primo focus, *"Filosofia dell'archivio"*, dalle 10,45 prevede gli interventi di Enrico Terrone (filosofo, Università di Barcellona) e Cristina Baldacci (storica dell'arte, Università Ca' Foscari di Venezia). Il focus due, *"Living Archive"*, alle 12 inizia con Stefanie Schulte Strathaus (co-direttrice di Arsenal - Institute for Film and Video Art di Berlino) per procedere con una visita al sito condotto dalla scrittrice eporediese Marco Peroni.

Dopo la pausa pranzo, alle 14,45 interviene Matteo Lucchetti (curatore Visible Award, Fondazione Pistoletto). E dalle 15,30 il terzo focus, *"Pratiche d'archivio"*, con Evan Calder Williams (ricercatore e artista newyorkese) e Federica Martini (storica dell'arte dell'Ecole cantonale d'art du Valais). Alle 18, infine, l'inaugurazione della mostra *"Beyond Archive"* che presenta opere di Raphaël Cuomo & Maria Iorio e di Beto Shwafaty, oltre a una selezione di opere dall'Archivio Nazionale Cinema Impresa - Cineteca Nazionale.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

L'evento si svolge domani e venerdì in occasione della XVII Settimana della cultura **Museimpresa**

## Il Museo Cartastorie apre le porte ai turisti: visite guidate a soli 3 euro

**NAPOLI (Ri.Spa.)** - Domani e venerdì ci sarà l'apertura straordinaria del Cartastorie, il Museo dell'Archivio Storico della Fondazione Banco di Napoli, in via dei Tribunali. Un pomeriggio di cultura alla scoperta della storia napoletana, da vivere in occasione della XVII Settimana della cultura **Museimpresa**. Il bellissimo museo nel cuore del centro storico di Napoli

apre le porte ai visitatori dalle 18 alle 20.

Per queste due serate verranno esposti all'interno del museo rari documenti riguardanti la lunga e gloriosa storia del Banco di Napoli, che va dal 1861 al 2001.

Un'occasione per entrare in contatto con la sacralità di un luogo unico, magico per la sua capacità di conservare intatto, nel tempo, il patrimonio e la

memoria della città di Napoli.

Non solo parola sulla carta ma anche e soprattutto percorsi che coinvolgono tutti i sensi, per un'esperienza a 360 gradi. Un viaggio interattivo, attraverso i tanti schermi che raccontano visivamente le strade di Partenope lungo le quali si sono svolte le storie narrate nei grossi faldoni accumulati sugli scaffali del museo.

E anche attraverso le

fedelissime riproduzioni sonore dei suoni e delle voci dei vicoli di Napoli.

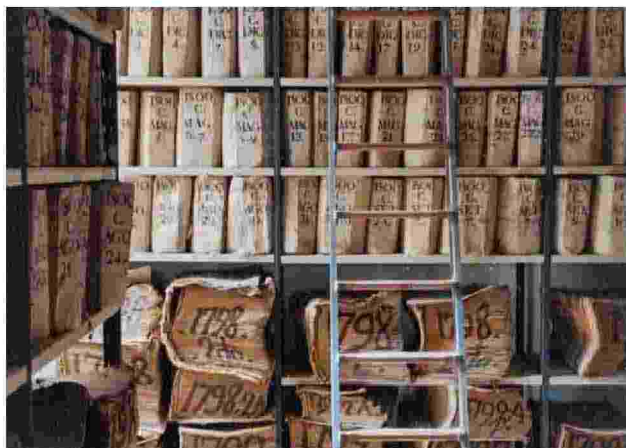
Il costo d'ingresso per l'occasione sarà eccezionalmente di 3 euro.

Un vero e proprio tuffo nella storia della città, da rivivere in maniera inedita, e per nulla tradizionale. Un percorso per ritrovare l'importanza della carta e della scrittura, della calligrafia, della cura manuale

nella stesura di libri eterni, alcuni dei quali raggiungono la cifra 'record' di migliaia di pagine.

Una gita adatta a tutte le età, soprattutto ai più piccoli, per insegnare loro il rispetto e l'importanza della memoria. Per prendere parte all'evento, in programma da oggi fino a venerdì, non è necessaria alcuna prenotazione.

© RIPRODUZIONE  
RISERVATA



FINO AL 30 MARZO

## I primi 50 anni della birra Peroni a Vigevano una mostra a palazzo Merula li racconta

Oggetti e documenti dell'archivio e fotografie dell'azienda integrati con la documentazione conservata in Comune

**L**a Birra Peroni torna a Vigevano con una mostra dal titolo "Birra Peroni a Vigevano: vocazioni d'impresa tra passato e futuro", che racconta i primi 50 anni dell'azienda birraria, nata proprio a Vigevano nel 1846. Oggi Birra Peroni conta tre stabilimenti sul territorio nazionale, una malteria e una produzione che nel 2018 ha superato i 6 milioni di ettolitri ed esporta in oltre 70 paesi come simbolo del Made in Italy nel mondo. Ma nel 1846 le cose stavano in un altro modo.

Il fondatore Francesco Peroni decise di trasferirsi da Galliate (Novara) a Vigevano e da commerciante di cereali (questo erano molti birrai prima di darsi alla produ-

**Nata in città nel 1846  
nel 2018 ha superato  
i 6 milioni di ettolitri  
Esporta in oltre 70 paesi**

zione della bevanda) aprì il suo birrificio. Ad attirarlo due elementi. Innanzitutto la presenza dell'acqua: costruì lo stabilimento all'angolo di corso della Repubblica e via dei Mulini, dove c'era un mulino e il conseguente corso d'acqua. E poi una certa vivacità della nascente borghesia cittadina, come ha illustrato Pierluigi Muggiati, direttore del museo dell'imprenditoria di via Merula, che ospita la mostra, all'inaugurazione di ieri nella veste di anfitrione, assieme al Rotary, al Consorzio Diapason e al comune di Vigevano.

«A metà dell'Ottocento a Vigevano nasce una borghesia, arricchitasi grazie alle soppressioni napoleoniche. - ha spiegato Muggiati - È in



1) L'inaugurazione della mostra ieri mattina, 2) la curatrice Daniela Brignone, 3) il tappo simbolo, 4) un'immagine dello stabilimento di Vigevano

quel periodo che si sviluppa l'industria tessile della seta e del cotone che porta una serie di problematiche sociali. In quel periodo Vigevano sembra un po' una piccola Londra, ma allo stesso tempo cresce il numero dei ricchi presenti in città. Nello stesso periodo la città si trova al centro della storia con il passaggio di Carlo Alberto il 29 marzo del 1849 dopo la battaglia della Sforzesca».

La mostra ripercorrerà innanzitutto quel periodo storico con oggetti, fotografie e documenti dell'Archivio Storico Birra Peroni, integrati con la documentazione conservata all'Archivio Storico del Comune di Vigevano. Saranno esposti fino al 30 marzo all'interno del Museo



Un documento della mostra

dell'Imprenditoria vigevese, in un allestimento che resterà in parte permanente. L'esposizione, curata da

Daniela Brignone - curatrice dell'Archivio Storico e Museo Birra Peroni - è inserita nel calendario della XVIII edizione della Settimana della Cultura d'Impresa di Museimpresa ed è organizzata in collaborazione con l'Archivio Storico del Comune di Vigevano e il Consorzio Diapason.

La stessa Daniela Brignone, che curò la biografia aziendale della Peroni, in occasione dei 150 anni, attingendo materiale anche da Vigevano ha spiegato come si è sviluppato il successo di una birra ancora molto nota, anche grazie a caroselli e pubblicità. «Francesco Peroni ha spiegato - ebbe la visione di spostarsi da Galliate a Vigevano, dove poi volle ri-

manere, anche dopo il 1864 quando aprì una fabbrica a Roma, che ancora non era capitale del regno d'Italia. Questo tessuto sociale ha vissuto in quel periodo diversi sconvolgimenti sociali. Dopo di che si scopre che negli stati del Regno di Sardegna ci sono 57 fabbriche di birra e ha pensato di trovare un luogo dove la sua impresa si potesse sviluppare. In molte persone in quel periodo stavano per trasferirsi a Roma, dove ci fu un grande afflusso di persone».

La mostra è aperta fino al 30 marzo al Museo dell'imprenditoria vigevese a palazzo Merula, ingresso su prenotazione al numero 0381.692303. —

**Andrea Ballone**

# Palazzo Soragna Musei d'impresa: 87 memorie coniugate al futuro

In un docu-film di 45 minuti le realtà italiane che valorizzano le proprie «fondamenta»  
Il video presentato ieri in prima assoluta. Gonizzi: «Veri luoghi di dialogo e scambio»

**STEFANIA PROVINCIALI**

■ Quarantacinque minuti di filmato per raccontare il museo d'impresa. Quarantacinque minuti per entrare in una realtà tutta italiana ricca e variegata che accomuna 87 imprese dal Piemonte alla Calabria che hanno dato vita a musei e archivi legati alle specifiche produzioni, testimonianza di un passato fatto di persone e progettualità, di idee, esperienze e tradizioni. Il docu-film «NewMuseum(s). Stories of company archives and museums» realizzato dall'associazione **Museimpresa** è stato proiettato per la prima volta e in esclusiva per l'Emilia-Romagna ieri a Palazzo Soragna, in occasione della XVIII settimana di **Museimpresa**, in un incontro promosso dall'Archivio Storico Barilla.

Dopo il saluto di Stefano Girasole, capo servizio Area eco-

nomia impresa territorio dell'Upi, che ha sottolineato l'importanza per le imprese di mantenere e valorizzare il proprio materiale storico e iconografico, il filmato è stato introdotto da un intervento di Giancarlo Gonizzi membro del Consiglio di **Museimpresa** e curatore dell'Archivio storico Barilla.

«Gli archivi e i musei d'impresa - ha sottolineato - sono dei luoghi di dialogo e scambio, luoghi d'incontro, di competenze scientifiche e cultura umanistica, dove il processo si racconta con il prodotto, dove la cultura si incontra con la produttività». Un luogo, dunque, dove il passato è aperto al futuro, aspetto questo raccontato dalle immagini e dalle tante interviste a musicisti, artisti, attori, direttori di musei e storici che il docu-film, prodotto da **Muse Factory of Project**, ideato e diretto dalla sua fondatrice

Francesca Molteni, propone. Tra questi la voce di Toni Servillo, attore e regista, che dichiara: «Questi musei-archivi sono una scoperta, sono luoghi dove la memoria si salda all'esperienza viva, il tempo si ferma ma parla con un'eloquenza vibrante». Riflessioni ampliate con l'intervento di Dario Di Vico, autorevole giornalista del Corriere della Sera, vincitore nel 2005 di due noti premi giornalistici: il Premiolineo e il Sodalitas.

Tra i punti messi a fuoco quello del rischio di scissione nelle aziende tra l'aspetto umanistico legato al sapere della produzione ed il guadagno. L'industria italiana si basa su un relativo vantaggio competitivo in alcuni settori oggi sintetizzato con il termine Made in Italy, l'incontro tra i buoni macchinari e la qualità delle persone. Siamo primi nella manifattura di qualità. Ma come si presenta il futuro?

Anche il valore, secondo Di Vico del riappropriarsi della propria storia, è sito in questi delicati mutamenti del mondo dell'impresa e del lavoro di fronte alla rivoluzione del 4.0. Attorno a questi temi si è aperto il dibattito, fra incertezze sul futuro e uno sguardo ai modi di rinnovamento di fronte ad esigenze globali.

Quella di **Museimpresa**, è emerso, è una realtà unica a livello europeo: non esistono negli altri Paesi iniziative paragonabili a questa rete che a fianco dei temi di promozione e valorizzazione delle strutture ha imboccato con convinzione la via della formazione e del confronto per un preciso innalzamento qualitativo dell'offerta museale, perché la cultura, come ribadito dagli interventi in sala, rimane elemento fondante della formazione in vista dei grandi cambiamenti che il futuro sembra destinato a riservarci.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**CULTURA E LAVORO** Da sinistra, Dario Di Vico, Giancarlo Gonizzi e Stefano Girasole.



## CONFINDUSTRIA «Fatto a regola d'arte», mostra alla Molteni

**GIUSSANO (glv)** «Settimana della cultura d'impresa»: la rassegna di eventi promossa da Confindustria in programma fino al 22 novembre, coinvolge anche Giussano. Tanti gli eventi in provincia, compreso uno importante proprio, alla Molteni.

Il «Molteni Museum» ha infatti organizzato, dal prossimo 15 al 22 novembre, la mostra «Fatto a regola d'arte. Gio Ponti e Salvatore Fiume - Transatlantici anni'50».

Gli spazi espositivi di via Rossini, saranno aperti il 15, 16 e 17 novembre dalle 10 alle 18, mentre il 18, 19, 20, 21 e 22 novembre dalle ore 10 alle ore 16. Nell'ambito dell'iniziativa di Confindustria, giunta alla sua XVIII edizione, ci saranno convegni, incontri, workshop, proiezioni cinematografiche, mostre, dibattiti e visite guidate all'interno dei musei e degli archivi di grandi, medie e piccole imprese italiane.

Il tema scelto per questa edizione è «A regola d'arte. L'Italia delle culture d'impresa: inclusiva e sostenibile». Oltre 80 le iniziative e molte le città coinvolte. Il programma dettagliato delle iniziative di **Museimpresa** è disponibile sul sito dell'Associazione al seguente link: [settimana.museimpresa.com](http://settimana.museimpresa.com).

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## Cultura e impresa

### Apertura straordinaria per il museo del Caffè

(g.p.m.) Per la Settimana della **Cultura di Impresa**, in corso in tutta Italia dall'8 al 22 novembre, il Museo del Caffè Dersut in via Vecellio, nell'antico Borgo Madonna, che nel 2018 è entrato a fare parte della rete "Museimpresa", apre le sue porte domani, per visite guidate, fissate alle 15, 15,45 e 16,30. E' un'occasione imperdibile per scoprire la storia del caffè espresso italiano e la sua filiera, in un'esposizione che si estende su 600 metri quadrati, con 4 sezioni e una sala degustazione e formazione.



# Aziende I musei d'impresa: storia, marketing e turismo industriale

Domani alle 17 a Palazzo Soragna un incontro promosso dall'Archivio storico Barilla. Nell'occasione sarà proiettato in anteprima il docu-film dell'associazione **Museimpresa**

■ Una stanza dei ricordi, un diario visivo dove storie diverse prendono forma, luogo del cuore ed insieme paesaggio di un territorio. Sono tanti i modi di leggere un museo d'impresa: museo collettivo della società del '900 e mezzo per leggere il passato attraverso l'esperienza di capitani coraggiosi e comunità operose, guardando al futuro.

Musei ed archivi dove la cultura si incontra con la produttività e l'ingegno saranno tema di un incontro domani alle 17 a Palazzo Soragna; nell'occasione della 18esima Settimana della **Cultura d'Impresa** promossa da Confindustria verrà proiettato per la prima volta e in esclusiva per Parma il docu-film «NewMuseum(s). Stories of company archives and museums» realizzato dall'associazione **Museimpresa**. La proiezione sarà preceduta da un intervento di saluto di Cesare Azzali, direttore dell'Unione Parmense degli Industriali, e da un'introduzione a cura di Giancarlo Goniz-

zi, membro del consiglio di **Museimpresa** e curatore dell'Archivio storico Barilla. Seguirà un intervento di Dario Di Vico, noto giornalista del Corriere della Sera che entrerà nei significati della lunga e creativa vicenda italiana raccontata nelle sequenze filmiche. Promotore del pomeriggio l'Archivio storico Barilla, socio fondatore di **Museimpresa**, che ha promosso l'evento con lo scopo di valorizzare i NewMuseum(s), archivi e musei d'impresa che custodiscono, attraverso documenti, materiali iconografici, oggetti, prodotti e macchinari, conoscenze ed esperienze volte a definire e far conoscere la storia dell'impresa e dei suoi protagonisti e insieme la storia dell'Italia e dell'innovazione continua, che incrocia conoscenza scientifica e umanistica, ricerca, tecnologia e civilizzazione.

«Siamo lieti di ospitare l'evento di **Museimpresa**, che fa seguito al convegno già orga-

nizzato in Upi nel novembre 2017 e che potrà senz'altro contribuire a sensibilizzare ulteriormente le aziende sull'importanza di salvaguardare il proprio patrimonio informativo e documentale. I musei e gli archivi di impresa non hanno soltanto un importante valore storico e culturale per le collettività in cui sono insediati, ma possono anche consentire significativi vantaggi in termini di comunicazione, marketing territoriale, turismo industriale e, in generale, di competitività» dice Cesare Azzali, direttore Upi.

«Nel documentario il racconto della **cultura d'impresa** prende forma attraverso le voci di musicisti, artisti, attori, direttori di musei e storici - spiega Antonio Calabrò, presidente dell'associazione **Museimpresa** - che testimoniano come le imprese, con i propri meccanismi e modelli produttivi, siano protagoniste attive delle trasformazioni sociali e culturali del Paese.

Le imprese italiane giocano la loro competitività sulla capacità di tenere insieme saperi condivisi, competenze scientifiche e cultura umanistica, memoria e futuro».

NewMuseum(s) è un docu-film, della durata di 45 minuti, già presentato in anteprima al Parlamento Europeo di Bruxelles, prodotto da Muse Factory of Project e ideato e diretto dalla sua fondatrice Francesca Molteni.

L'opera attraverso voci diverse di coloro che hanno collaborato ad animare archivi e musei d'impresa, intende raccontare queste strutture, quali valori intendano trasmettere, quali strumenti, digitali e non, siano necessari per dare vita a realtà che dialoghino con la contemporaneità e sappiano proiettarsi nel futuro. Il racconto dell'impresa segue le linee guida del film di base documentaristica, offrendo un mix di immagine, di storia e d'attualità che attraversano il Novecento, fra testimonianze visive, narrazione ed interpretazione dei significati del museo e dell'archivio.



MUSEI L'Archivio storico Barilla.

STEFANIA PROVINCIALI



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

# OH, MA CHE BELLA FABBRICA

L'orgoglio di grandi e piccole storie aziendali, un pensiero industriale che punta all'eccellenza nei mercati globali. Contro il declinismo, i musei d'impresa valgono molto più di una (piacevole) gita fuori porta

di Maurizio Crippa

Quando nel 1955 inaugurò la fabbrica di Pozzuoli, tanto bella che il suo dipendente-scrittore Ottiero Ottieri gli diceva con sofferta ironia che era così bella che i turisti passando si fermavano a chiedere se fosse per caso un nuovo albergo, Adriano Olivetti disse una frase divenuta celebre: "Questa fabbrica si è elevata, nell'idea dell'architetto, in rispetto della bellezza dei luoghi e affinché la bellezza fosse di conforto nel lavoro di ogni giorno". Olivetti non era un utopista, se non di sogni quasi sempre realizzati. Ma fa parte della storia della civiltà industriale anche la constatazione opposta: il problema della bellezza del luogo di lavoro, e dunque del lavoro stesso come espressione della creatività di chi vi opera, non è sempre stato al centro del pensiero delle aziende. Eppure dovrebbe esserlo, e fortunatamente lo è sempre di più. Soprattutto in Italia. Perché in nessun paese al mondo come in Italia è evidente che la bellezza - dei luoghi, dei prodotti - non è un maquillage esteriore, un velo di cipria steso sopra a dei macchinari, il che sarebbe assurdo, ma è il risultato. O meglio la forma di un pensiero attivo, di una volontà di fare, di una creatività applicata ad ogni ambito, ad ogni territorio.

*"Questa fabbrica si è elevata in rispetto della bellezza dei luoghi e affinché la bellezza fosse di conforto nel lavoro" (Adriano Olivetti)*

Adriano Olivetti non avrebbe amato essere definito un utopista: preferiva considerarsi un industriale con una visione. Di industriali che, seguendo chi più chi meno la stessa idea di fabbrica come luogo di bellezza e creatività globale, hanno fatto la storia dell'industria italiana ce ne sono molti. Basterebbe pensare al polo industriale Pirelli di Settimo Torinese progettato da Renzo Piano, o alla Dallara Motor Valley di Maranello, alle "fabbriche-giardino" di Prada in Toscana e Marche, tanto per citare gli esempi più famosi. Ma non

certo gli unici.

Una fabbrica bella è un punto di arrivo, l'approdo orgoglioso di una storia e di una consapevolezza del proprio fare. Ma assieme è anche il punto di partenza: per arrivarci, bisogna che all'origine (un'origine che spesso affonda in un passato lontano) ci fosse già un'idea del far bene, di cercare l'eccellenza. Il punto di partenza è insomma ciò che ci si fa, dentro la fabbrica. E chi c'è dentro. Un altro industriale utopista, anzi il simbolo novecentesco stesso della fabbrica, Henry Ford, diceva che "le due cose più importanti non compaiono nel bilancio di un'impresa: la sua reputazione e i suoi uomini". La capacità umana e il valore di quello che si fa. Non che fosse un industriale che badasse all'estetica, Ford, non era Olivetti. Eppure, alfiere del capitalismo, chiamò il muralista messicano Diego Rivera per trasformare in arte il lavoro della Ford. E Rivera rimase affascinato, lui comunista, dalla bellezza della città simbolo del capitalismo di fabbrica (lo racconta Giuseppe Berta nel suo libro appena uscito dedicato a "Detroit"): "Davanti agli occhi l'impero industriale di Henry Ford... la meravigliosa sinfonia proveniente dalle sue industrie, dove i metalli venivano forgiati e trasformati in strumenti al servizio dell'uomo". L'importanza del fattore umano nel lavoro: creatività, storia, reputazione come base di una ricerca di eccellenza che, per tornare nel nostro paese, sono oggi più che mai decisive. Perché l'industria italiana può competere e imporsi nel mondo globale soltanto puntando sulla superiore qualità, su quello che gli esperti definiscono "alto di gamma" e che è il frutto di molte cose assieme. Non ultima l'idea di bellezza.

Oggi come purtroppo sappiamo - e il recente disastro dell'Ilva altro non è che una sanguinosa, ennesima conferma - l'Italia della politica e l'Italia intesa come gli italiani soffrono di una disastrosa perdita di fiducia in sé e nella propria forza di fare ed eccellere. Ma per fortuna non è tutto così. Ci sono aziende grandi, medie e piccole che quei valori tengono alti. E tra queste ci sono aziende che hanno capito,

*"Nei mercati aperti si può vincere soltanto se si investe sull'alto di gamma", dice Antonio Calabrò, presidente di Museimpresa*

da tempo e per tempo, che la qualità della propria storia è un'anima di cui essere orgogliosi e da mettere in mostra (una volta di diceva "i gioielli di famiglia") e su cui investire.

E' così che sono nati, e che crescono in tutta Italia, i musei d'impresa. Luoghi in cui la storia, la tecnologia, i prodotti (spesso le invenzioni) e l'estetica del proprio fare viene messa a disposizione di tutti. E diventa biglietto da visita, nonché investimento reputazionale (cioè non soltanto di immagine) quando si va per il mondo: in cerca di affari, in cerca di nuovo lavoro. Nomi e marchi e storie noti anche al grande pubblico, oppure no. C'è il Museo e archivio storico Piaggio a Pontedera, dove arrivano gli stranieri a frotte per vedere il mito della Vespa; c'è il Museo della Pasta alla Corte di Giarola di Collecchio, Parma, in cui è confluita anche parte dei materiali dell'Archivio storico Barilla; c'è Casa Menabrea - Il Museo della birra, a Biella; il Poltrona Frau Museum a Tolentino; il Museo Salvatore Ferragamo a Firenze; il Museo Alessi a Omegna. Ma esiste anche una associazione che da alcuni anni lavora per mettere in rete, valorizzare e dare dinamicità ai tanti siti espositivi e archivi aziendali nati da iniziative personali degli imprenditori. Si chiama Museimpresa ed è l'associazione italiana dei musei e degli archivi d'impresa, sorta nel 2001 e promossa da Asolombarda e Confindustria. E' un'associazione unica nel suo genere in Europa, ma a pensarci un istante un motivo c'è. "Abbiamo nel nostro paese una storia unica che è capacità di produrre, di creare e allo stesso tempo di rimanere legati al territorio, anzi plasmarlo", spiega Antonio Calabrò, che di Museimpresa è presidente. Ma non è soltanto passato, spiega, con l'occhio del giornalista economico di lungo corso: "Bellezza non è un vezzo, o una voce di spesa come si potrebbe pensare.

Nei mercati aperti le nostre industrie – e l'Italia intera in quanto paese industriale – possono vincere soltanto se investono sull'alto di gamma: per i numeri enormi ci sono altri, per il prodotto low cost c'è una concorrenza agguerrita. Noi siamo, in molti settori, i migliori sulla gamma alta. Che vuole dire molte cose: competenza in ogni segmento della filiera, alta tecnologia, cura del design su cui siamo imbattibili. In una parola bellezza. Ma non finisce qui: per raggiungere questi obiettivi, quelli per i quali le nostre aziende sono riconosciute nel mondo, occorre oggi una grande attenzione all'impatto ambientale, una cultura moderna delle relazioni industriali, che vuol dire anche soddisfazione di lavorare in un certo luogo, in una certa azienda". L'orgoglio di entrare a lavorare in una azienda di questo tipo è qualcosa da riscoprire, no? "E' un punto importante: se guardiamo la situazione italiana, oggi né la scuola né tantomeno le retribuzioni riescono più a garantire l'ascensore sociale. Se c'è un ascensore sociale che funziona ancora è entrare in un certo mondo produttivo, dove puoi formarti, crescere. Tutto questo significa un 'pensiero' dell'impresa. Che è molto di più, e più necessario, del solo produrre". A tutto questo viene da pensare se si va a visitare, tanto per stare a Milano, la Galleria Campari a Sesto San Giovanni. Un mettere in mostra la storia, come il primo biglietto da visita della propria identità. "Esatto – dice Calabrò – sono molte le aziende che hanno compreso che la reputazione della propria storia, e la sua riconoscibilità, è il miglior modo per comunicare, soprattutto quando ci si confronta con culture diverse".

Così sono nati i musei d'impresa, sono più di una settantina tra "monomarca" e musei che consorziano più aziende attorno a un settore produttivo o a un territorio, come l'associazione Il Paesaggio dell'eccellenza a Recanati,

**Museimpresa** è sorta nel 2001 promossa da Assolombarda e Confindustria. Oltre 70 associati, un milione di visitatori totali all'anno

che si occupa di valorizzare e conservare il patrimonio industriale e di artigianato dell'area marchigiana. Luoghi tutti che valgono una visita, anche fuo-

ri porta, suggerisce Calabrò. Ma il pubblico italiano non sembra avere avere bisogno di suggerimenti, se questo sistema museale privato raccoglie ogni anno circa un milione di visitatori. Alcuni di questi luoghi sono particolarmente famosi, e ci vanno a frotte le scolaresche.

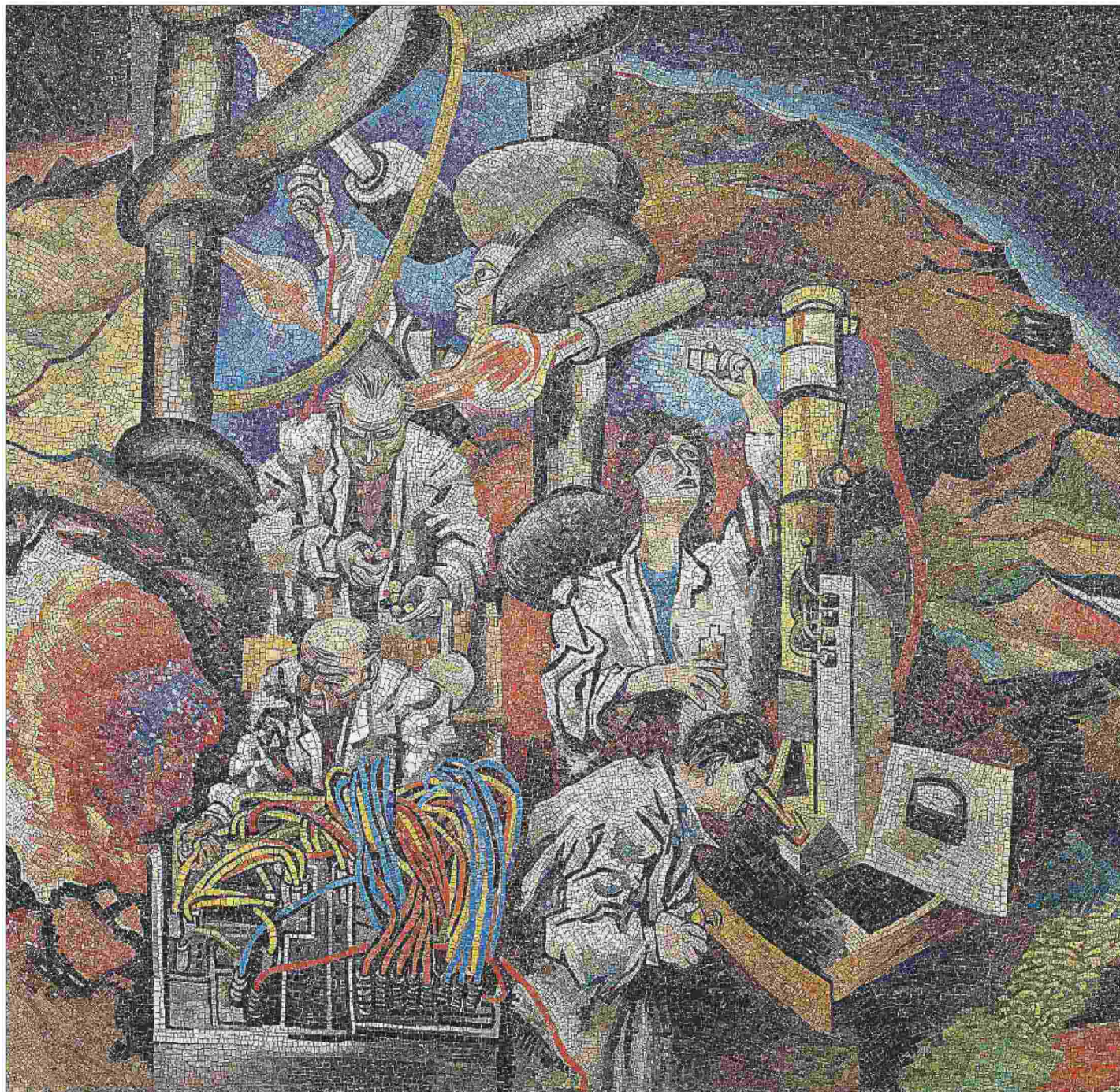
Come il Museo Ducati, un santuario per gli appassionati di sport e due ruote, anche senza essere dei "ducatisti". Ducati è un incrocio perfetto di tradizione motoristica, di competizione, di innovazione tecnologica e di capacità di essere protagonista in un mercato globale pieno di concorrenti. E, per chi va a Borgo Panigale, l'impressione più potente la offre proprio la fabbrica, che è visitabile. Come Ferrari, come Lamborghini, è una delle aziende considerate "aspirazionali" per i giovani ingegneri, i giovani tecnici. Entrarci a lavorare è un valore in più e spesso la passione è nata proprio da una visita (magari scolastica) a vedere quelle mitiche moto. Oppure, tra i musei nati più recentemente, il Museo Lavazza a Torino, la ormai famosa "Nuvola" sede dell'azienda. Dove quell'esperienza quotidiana e assai italiana della tazzina di caffè, così "globale" ante litteram. Un museo "esperienziale", come usa dire adesso. O ancora, per cambiare territorio e merceologia, basta uscire da Milano, verso sud, in una zona ancora prevalentemente a vocazione agricola. A Noviglio. Lì nel 1949 è nata Kartell, che con la sua storia di innovazione nell'uso delle materie e del design (ah, benedetta sia la plastica, altro che la demonizzazione un po' troppo superficiale che se ne fa adesso) è diventata una delle aziende leader nel settore dei complementi d'arredo. E il Museo Kartell è un viaggio istruttivo nell'estetica della nostra quotidianità e una scoperta dei processi industriali. Ma non c'è solo la tecnologia del nord, l'Italia dell'industria è fatta anche, e in certi luoghi soprattutto, di tradizione antica e rapporti con la terra. Basta andare più a Sud, fino a Rossano, in Calabria, dove c'è la famiglia Amarelli, il nome della liquirizia, che è una delle aziende storiche più antiche d'Italia, quattrocento anni e undici generazioni di attività e di cura del territorio. Oggi il Museo della Liquirizia Giorgio Amarelli, con le sue 40 mila presenze l'anno, è secondo soltanto a

*Lavazza ad Amarelli.  
L'eccellenza nel design, nella  
tecnologia e nell'agroalimentare*

quello della Ferrari. Ed è una storia insieme della Calabria e dell'azienda: documenti, libri, fotografie d'epoca, attrezzi agricoli nel grande spazio affascinante del "Concio" settecentesco. Ci sono la tecnica e i profumi antichi-moderni con cui ancora oggi alla Amarelli si lavora. Un esempio di memoria e capacità innovativa che in una regione piena di difficoltà nel suo tessuto economico è un vanto, un orgoglio da affiancare ai Bronzi di Riace. O, se amate i profumi della terra, a San Sepolcro, Arezzo, assieme a Piero della Francesca vi aspetta l'Aboca Museum, in un antico palazzo. Aboca da quasi quarant'anni lavora nell'agricoltura biologica, un settore che, allora, non era di gran moda. Era una scommessa e una innovazione. Ora qui è raccontata una storia che affonda le sue radici molto più indietro. Nella Biblioteca Antiqua ci sono erbari che dal Cinquecento a oggi raccontano le virtù delle erbe, le tecniche di lavorazione, le virtù terapeutiche. Si cammina immersi nel profumo delle piante officinali.

Si potrebbe proseguire, una gita fuori porta dopo l'altra. Ma tornando a Milano, è in corso la Settimana della **cultura d'impresa**, promossa da Confindustria e il titolo di quest'anno è appunto "A regola d'arte. L'Italia delle culture d'impresa: inclusiva e sostenibile". Viene da chiedersi come vanno sostenute queste imprese che investono del loro, e della loro storia, per poter competere nei quartieri alti dell'industria globale, Antonio Calabrò ha qualche idea. Non è facile, dice, perché ancora manca a livello generale la consapevolezza che non si tratta soltanto di "mettere in vetrina" qualcosa, ma di sviluppare "una chiave di consapevolezza che deve riguardare non soltanto alcune aziende d'eccellenza, ma tutto il settore produttivo". E poi le risorse, che in questo caso sono ovviamente private. Ma sarebbe necessario, ragionano a **Museimpresa**, pensare a una legislazione fiscale che – un po' sulla falsariga del bonus cultura – consenta una defiscalizzazione per le aziende che investano nella valorizzazione del proprio patrimonio e sul loro territorio. Per la bellezza, e per il futuro.

*Da Ducati a Kartell, da*



"La ricerca scientifica", mosaico dei Maestri dell'Accademia delle Belle Arti di Ravenna su disegno di Renato Guttuso, 1961. L'opera è conservata presso la Fondazione Pirelli di Milano

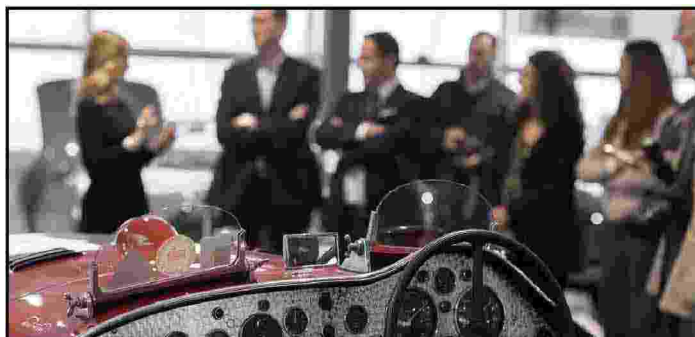


A proposito di acciaio. La Fondazione Dalmine, nata nel 1999 per iniziativa di TenarisDalmine

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

# MUSEO NICOLIS PER LA CULTURA D'IMPRESA

*Domenica visita guidata per scoprire il patrimonio che viene conservato a Villafranca*



**La visita al Museo Nicolis**

Il Museo Nicolis aderisce alla XVIII Settimana della **Cultura d'Impresa**, "A regola d'arte. L'Italia delle culture d'impresa: inclusiva e sostenibile". La manifestazione nazionale, promossa da Confindustria in collaborazione con **Museimpresa**, nasce per approfondire i temi relativi alla **cultura d'impresa**. Fino al 22 novembre un fitto programma di eventi permetterà ai visitatori di scoprire il patrimonio culturale di Musei e archivi d'impresa; molte le iniziative promosse in tutta Italia per scoprire, attraverso il patrimonio culturale custodito all'interno dei Musei e Archivi aziendali, la storia del tessuto imprenditoriale del nostro Paese.

L'invito è stato raccolto con entusiasmo dal Museo Nicolis di Villafranca, un esempio virtuoso di museo-impresa e oggi uno dei più prestigiosi musei privati in Italia e in Europa, che nella giornata di domenica 10 novembre coinvolgerà i visitatori in una suggestiva passeggiata guidata con ingresso gratuito (su prenotazione 045 6303289). Le collezioni del Nicolis raccontano un secolo di storia attraverso un percorso che tocca tutte le principali innovazioni; uno spazio unico capace di raccontare l'evoluzione della società fin dai suoi albori, portando una testimonianza fondamentale per la comprensione dei temi d'attualità.



## Iniziativa

## Cultura d'impresa, visite ai musei aziendali

L'Italia delle «fabbriche belle», delle imprese che lavorano a «regola d'arte», capaci di evolversi e cambiare strategie per rimanere competitive. Si visitano da oggi al 22 novembre, in occasione della «Settimana nazionale della cultura d'impresa». Oggi è visitabile la Fratelli Branca Distillerie (ore 18.30, via Resegone 9), per un percorso fra alambicchi e macine fino alle storiche cantine. Domani

pomeriggio aprono i grandi templi della ricerca sui materiali: la Fondazione Pirelli (via Pirelli 25), e il Museo Kartell a Noviglio (unico percorso, con inizio ore 14.30), mentre settimana prossima si può scegliere fra visite guidate alla Galleria Campari a Sesto o al Museo Fratelli Cozzi a Legnano. Le visite ([museimpresa.com](http://museimpresa.com)) sono gratuite ma con obbligo di prenotazione. (M.Gh.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Questo sito utilizza cookie tecnici e di profilazione propri e di terze parti per le sue funzionalità e per inviarti pubblicità e servizi in linea con le tue preferenze. Se vuoi saperne di più o negare il consenso a tutti o ad alcuni cookie [clicca qui](#). Chiudendo questo banner, scorrendo questa pagina o cliccando qualunque suo elemento acconsenti all'uso dei cookie.

[Accetto](#)

## CORRIERE DELLA SERA / CULTURA



RASSEGNE

## Settimana della cultura d'impresa Le «fabbriche belle» vanno in mostra

Dall'8 al 22 novembre Confindustria promuove un calendario di eventi in tutta Italia

di JESSICA CHIA



La Fondazione Campari

Oltre 80 iniziative in diverse città italiane, come Milano, Pescia (Pistoia), Treviglio



Le **Newsletter** del Corriere,  
ogni giorno un nuovo  
appuntamento con  
l'informazione

Riceverai direttamente via mail la selezione  
delle notizie più importanti scelte dalle nostre  
redazioni.

ISCRIVITI



CORRIERE TV I PIÙ VISTI

(Bergamo), Rossano (Cosenza), si terranno in occasione della XVIII Settimana della cultura d'impresa, rassegna di eventi promossa da Confindustria (dall'8 al 22 novembre). Con il tema *A regola d'arte. L'Italia delle culture d'impresa: inclusiva e sostenibile* porterà il pubblico all'interno di musei e archivi di imprese che sempre più ampliano i loro spazi verso nuove competitività, stimulate da profonde trasformazioni economiche, ambientali e sociali.



Antonio Calabrò, direttore della Fondazione Pirelli e vicepresidente di Assolombarda, dal 31 maggio scorso è presidente di Museimpresa

**Tra le iniziative c'è anche il progetto nazionale MuseimpresaLab** (seconda edizione): un ciclo di visite condotto dagli studenti (triennio delle scuole superiori) dell'alternanza scuola-lavoro e rivolta a coetanei e bambini, in quella definita come la *Settimana for teens*, con lo scopo di creare format di visita innovativi e introdurre i ragazzi alla cultura industriale.

«L'Italia è ricca di "fabbriche belle" — afferma Antonio Calabrò, presidente di Museimpresa, Associazione italiana archivi e musei d'impresa, tra i protagonisti della rassegna —, luoghi caratterizzati dalla vocazione alla sostenibilità sociale e ambientale, generatori e ispiratori di competitività e di innovazione».

**Tra gli incontri organizzati da Museimpresa, lunedì 11 novembre a Milano** *L'architettura delle nuove fabbriche: forme e processi, strumenti di competitività* (ore 18; Assolombarda). Tra gli altri eventi milanesi: Fondazione Pirelli ospita *Il nostro Bach. La fabbrica tra musica e scienza* (il 21 novembre alle 10.30) e le visite guidate (12-20 novembre, 17-18); Galleria Campari organizza invece *Campari: storia di una comunicazione a regola d'arte* (mostra e visite guidate, dall'8 al 22 novembre); il Museo teatrale alla Scala propone *Lecture e note al Museo* (il 15 novembre alle 18).

**Tra le proiezioni: a Parma Newsmuseum(s) di Francesca Molteni** (il 12 novembre alle 17 all'Unione Parmense degli Industriali) e *Archivi del passato, musei del futuro?* è la proiezione che si tiene a Biella (Banca Sella, il 13 novembre alle 16).

7 novembre 2019 (modifica il 7 novembre 2019 | 21:33)  
© RIPRODUZIONE RISERVATA

## TI POTREBBERO INTERESSARE

Raccomandato da Outbrain



**Golf 7 1.5 TSI da 18.900 euro. Scoprila anche a metano...**



**Intestino: dimentica i probiotici e piuttosto fai questo.**



**Un novembre carico di buoni. Scopri l'offerta BNL per te!**



Fiorello e il varietà in pillole dello showman più bravo del...



Crisi dell'Ilva, il ministro Patuanelli riferisce in aula



Seggiolino auto «anti-abbandono»: cosa c'è da sapere



Ecco come sarà il Ponte della rinascita di Genova

# L'archivio Benetton apre le porte: domani visita gratuita

## VILLORBA

L'Archivio Benetton aprirà le porte al pubblico domani in occasione della "Settimana della Cultura d'Impresa", promossa da Confindustria e organizzata da Museimpresa. Un'iniziativa che da oggi al 22 novembre vedrà un ricco calendario di eventi in tutta Italia e rappresenta un viaggio nella cultura industriale del paese. Il tema di quest'anno è "A regola d'arte. L'Italia delle culture d'impresa: inclusiva e sostenibile". Le imprese italiane, stimolate dalle trasformazioni sociali, economiche, ambientali hanno infatti la capacità di evolversi e di inno-

varsì, conquistando nuovi spazi di competitività.

## L'ESPERIENZA

Una visita all'Archivio Benetton è un'esperienza affascinante attraverso moda, architettura, sostenibilità e territorio, un tuffo nella storia di un'azienda di moda che ha basato il suo successo su valori come la qualità, l'innovazione e l'impegno sociale. Dalle immagini delle storiche Maglierie Benetton, dove più di cinquant'anni fa è nata la formula di un successo commerciale senza precedenti, a Fabbrica, centro di ricerca internazionale sulla comunicazione contemporanea. Dalle foto di

Villa Minelli, ristrutturata negli anni '70 da Afra e Tobia Scarpa e sede del Gruppo, a quelle della scuola per l'infanzia Ponzano Children, passando per la Fondazione Benetton, che dagli splendidi palazzi Bomben e Caotorta a Treviso svolge iniziative di valorizzazione del patrimonio paesaggistico e culturale. Dalle campagne di comunicazione in favore della tolleranza e del rispetto dell'ambiente al Bilancio Integrato, il documento che dal 2018 presenta le iniziative dell'azienda per rendere il suo business sempre più sostenibile.

## LA STRUTTURA

Nato nel 2009 per volontà di

Luciano Benetton, l'archivio si sviluppa in uno spazio di 1.300 metri quadrati all'interno degli Studios di Castrette di Villorba, dove sono custodite anche le prime macchine da tessitura e le vetture con cui la scuderia Benetton ha gareggiato in Formula 1; conta 30.000 scatole di documenti, 12.000 capi di maglieria, 178.000 materiali iconografici (foto, diapo, negativi, provini). L'Archivio è un'officina di idee in cui ogni giorno i dipendenti si recano per trovare ispirazione per le collezioni e i progetti. Per la visita gratuita di domani è richiesta la prenotazione entro le 16 di oggi scrivendo a [archivio.benetton@benetton.it](mailto:archivio.benetton@benetton.it).

**CUSTODISCE LE PRIME  
MACCHINE DA TESSITURA  
MIGLIAIA DI DOCUMENTI  
CAPI DI MAGLIERIA  
FOTO E ANCHE  
AUTO DI FORMULA 1**



UNO SCORCIO dell'archivio Benetton che sarà visitabile domani a Castrette in occasione della **Cultura d'impresa**





**OBIETTIVO SALUTE**  
Una dieta a basso contenuto di carboidrati fa perdere peso? La parola a Valter Longo



**MOTORI** Moto e Scooter, le dieci novità da non perdere a Eicma 2019



**ITALIA** Manovra, stangata sulle auto aziendali dei dipendenti: si salvano ibride ed elettriche

8 novembre 2019

Museimpresa

Italia

Guido Canali

Cino Zucchi

Michele De Lucchi

Salva

Commenta

f t in ...

CULTURE D'IMPRESA

## Fabbriche belle che sanno competere

di Antonio Calabrò



(Cultura / AGF)

3' di lettura

La cultura d'impresa italiana è politecnica e riformista. Fondata cioè su sintesi originali tra i saperi umanistici e le conoscenze scientifiche, tra il senso della bellezza e la qualità *hi-tech* dei prodotti, delle fabbriche e dei sistemi di produzione. E su un'attitudine paziente e costante al cambiamento, al raggiungimento del migliore dei risultati possibili. Nessuna palingenesi, nessun miracolo. Semmai, una straordinaria inclinazione al "bello e ben fatto", capace di reggere le sfide della mutazione delle esigenze dei mercati e della evoluzione dei tempi. Cultura politecnica e riformismo, appunto. Sono queste le riflessioni di fondo che fanno da cardine della XVIII Settimana della Cultura d'Impresa in programma da oggi al 22 novembre, promossa come ogni anno da Confindustria e da Museimpresa, che in particolare partecipa con più di 80 iniziative (mostre, convegni, *workshop*, visite guidate nelle imprese, incontri con le scuole, proiezioni di film, etc) ispirate al tema "A regola d'arte", per raccontare "L'Italia delle culture d'impresa: inclusiva e sostenibile".

Le nostre imprese stimolate dalle trasformazioni sociali, economiche e ambientali, mostrano una crescente capacità di evolversi, cambiando le proprie traiettorie industriali, costruendo inedite relazioni tra manifattura e servizi avanzati, conquistando nuovi spazi di competitività.

Ecco una parola chiave: competitività. C'è una lettura particolare, su cui insistere, andando alle radici della parola stessa: *cum* e *petere*, andare insieme verso orizzonti comuni. Le imprese italiane, abili e resilienti nella gradualità dei cambiamenti, hanno saputo tenere insieme l'intraprendenza individuale e la forza di un capitale sociale di relazioni positive e creatività, che innerva distretti e meta-distretti, reti d'impresa, filiere lunghe delle *supply chain*, cooperative e consorzi. E, fortemente radicate su territori da cui traggono l'intelligenza flessibile delle competenze, hanno combinato la produttività con le nuove dimensioni del rispetto per le persone e per l'ambiente.

L'insistenza, quest'anno, sui temi di fondo dell'inclusione sociale e della sostenibilità, vuole dare conto di come un numero crescente di imprese abbia vissuto la sostenibilità, ambientale e sociale, come un fattore essenziale di competitività e di quanto l'attitudine sofisticata a reggere le attuali ragioni della concorrenza, nel tempo di "Industria 4.0" e dell'evoluzione della "economia della conoscenza", usi bene la leva dell'appartenenza, dell'orgoglio industriale, dell'impegno per "fare, e fare bene". Nelle nostre imprese, infatti, cresce una vera e propria "morale del tornio", un'etica della qualità del lavoro e delle relazioni, che anche in questi anni così difficili, ci ha permesso di tenere testa alle nuove sfide della concorrenza globale e alle resistenze di una "cultura anti-impresa", anti-tecnologia e anti-scienza (diffusa purtroppo, da troppo tempo, pure in ambienti di governo) e attratta dall'illusione della demagogica e irresponsabile "decrescita felice" invece che dagli orizzonti dello sviluppo equilibrato. Oggi, proprio una cultura d'impresa così articolata può aiutare a vivere con maggior forza i processi di metamorfosi in corso, i "cambi di paradigma", le sorprendenti dimensioni d'una crisi carica di rischi ma anche di opportunità, tra dismissioni industriali e cambi azionari di molte imprese, ripresa degli investimenti internazionali, rilancio della manifattura d'alto di gamma e crescita di dinamiche start up.

Quest'Italia, troppo spesso mal rappresentata, è ricca di "fabbriche belle" e vocate alla sostenibilità, progettate da grandi architetti (Renzo Piano per Pirelli, Michele De Lucchi per Zambon, Cino Zucchi per Lavazza, Guido Canali per Prada e tanti altri ancora, come gli architetti di Avio/General Electric a Cameri, a Novara, ma anche in Puglia e in Campania e quelli della Dallara sulle colline emiliane), luminose, accoglienti, forti di elevati standard di sicurezza sul lavoro, alimentate da energie rinnovabili, costruite con bassissima impronta ambientale. Sono i luoghi ideali per il miglior made in Italy. Ma anche i pilastri di una nuova idea di economia circolare, civile, da Green Italy (se ne parlerà lunedì 11 a Milano nel principale convegno di Museimpresa, con il contributo del Politecnico di Milano).

In questa dimensione che guarda allo sviluppo, i musei e gli

archivi d'impresa hanno un ruolo fondamentale. Custodiscono i documenti della memoria dell'industria italiana e testimoniano come, nel corso del tempo, la nostra meccanica e la chimica, l'automobile e la gomma, l'elettronica, la grande edilizia, la finanza, l'abbigliamento, l'agroalimentare, la cantieristica e un po' tutti i settori della manifattura e dei servizi abbiano avuto l'innovazione come motore competitivo. I musei e gli archivi sostengono marketing e comunicazione contemporanei, rafforzano i valori d'appartenenza aziendale, stimolano nuove attività di ricerca. Storia senza nostalgie, ma come motore di trasformazione. L'Italia che cambia.

Presidente di **Museimpresa**, Vicepresidente di Assolombarda e Direttore della Fondazione Pirelli

Riproduzione riservata ©

**Museimpresa** Italia Guido Canali Cino Zucchi Michele De Lucchi

**T** PER SAPERNE DI PIÙ

loading...

## Brand connect

Loading...

24

## Newsletter

Notizie e approfondimenti sugli avvenimenti politici, economici e finanziari.

ISCRIVITI

Loading...



Il Sole **24 ORE**

TORNA ALL'INIZIO



### Il gruppo

Gruppo 24 ORE  
Radio24  
Radiocor  
24 ORE Professionale  
24 ORE Cultura  
24 ORE System

### Il sito

Italia Tecnologia  
Mondo Cultura  
Economia Motori  
Finanza Moda  
Mercati Casa  
Risparmio Viaggi  
Norme&Tributi Food

### Quotidiani digitali

Fisco  
Diritto  
Lavoro  
Enti locali e PA  
Edilizia e Territorio  
Condominio  
Scuola24

### Link utili

Shopping24  
L'Esperto risponde  
Strumenti  
Ticket 24 ORE  
Blog  
Meteo

### Abbonamenti

Abbonamenti al quotidiano  
Abbonamenti da rinnovare

ABBONATI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



## Same

Al Museo Same  
i prodotti iconici  
del Belpaese

a pagina 14 **Tosca**

Dalla Giulietta Spider alla bottiglia di Campari: l'esposizione fino al 20 dicembre

# Le icone di un Paese

Al Museo Same 50 oggetti simbolo dell'Italia  
E c'è anche il «Trattorino universale» del 1948

**C'**è la Giulietta Spider dell'Alfa, la bottiglia del Campari disegnata da Depero, la sedia Kartell, la caffettiera Alessi di Aldo Rossi e naturalmente anche il Trattorino della Same. È un viaggio non solo nella storia dell'industria ma nell'immaginario stesso dell'Italia la mostra «50+!» inaugurata ieri negli spazi del museo storico della azienda di Treviglio. Dall'8 novembre fino al 20 dicembre sarà possibile ammirare i 50 oggetti iconici che sono diventati l'emblema del gusto del Paese e il simbolo del Made in Italy nel mondo. «Abbiamo accolto con piacere la proposta di questa iniziativa — spiega Aldo Carozza, vice presidente del consiglio di sorveglianza di Same Deutz-Fahr (Sdf) e terza generazione in azienda

della famiglia fondatrice della Same — che evidenzia la capacità del saper fare dell'industria italiana. Noi abbiamo contribuito con il nostro «Trattorino universale», prodotto nel 1948, che in quell'anno ha vinto la medaglia d'oro dell'Accademia dell'agricoltura di Torino».

«Questa esposizione curata da Francesca Molteni — spiega Francesca Appiani, vice presidente di **Museimpresa** — nasce dal desiderio di raccontare la cultura del nostro Paese. È pensata con un'installazione molto leggera, per poter viaggiare. È arrivata sino a Kuala Lumpur, in Malesia. Identifica i punti qualificanti non solo dei musei d'impresa, che sono veri giacimenti della cultura contemporanea italiana, ma soprattutto le formidabili storie imprenditoriali che

vi sono alle spalle». Un'esposizione che non guarda solo al passato ma anche al futuro e per la tappa trevigliese si è arricchita di un pezzo eccezionale: il prototipo Giugiaro Kangaroo, presentato a marzo al salone dell'auto di Ginevra, prima hiper-suv a trazione totalmente elettrica: una «super-car» in grado di muoversi su qualsiasi tipo di terreno.

A presentarla Fabrizio Giugiaro che insieme al padre Giorgetto da oltre 20 anni collabora attraverso la Gfg style con la Same, disegnando la carrozzeria di alcuni modelli di trattori. «Da un prototipo sperimentale — racconta Giugiaro — nascono poi oggetti che diventano di largo consumo». «Questi oggetti — chiarisce Giorgio Bigatti, docente di storia economica dell'Università Bocconi — rac-

contano la vicenda di un Paese povero che, con una straordinaria creatività e capacità di innovazione, ha saputo diventare un Paese ricco. Una storia bella perché è una storia viva che prosegue».

La mostra rientra nella Settimana della **Cultura d'impresa** di Confindustria. È visitabile su prenotazione da lunedì al venerdì (8.30-12.30 e 13.30-17.30). Aperture straordinarie con ingresso libero domenica 10 e 17 novembre (9.30-13 e 14.30-18.00), con laboratori didattici a cura del Museo Explorazione di Treviglio: con semplici esperimenti saranno ripercorse le scoperte che portarono alla realizzazione delle macchine e dei motori termici, e alla rivoluzione industriale. Il filmato NewMuseum(s) racconterà gli archivi e musei d'impresa italiani.

**Pietro Tosca**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Design** Da sinistra, il vice presidente della Same Aldo Carozza e Fabrizio Giugiaro, di fronte al nuovo prototipo elettrico Kangaroo

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

**Nella storia**

Sopra la Giulietta Spider della Alfa Romeo e, a destra, la bottiglia del Campari



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



**HUFFPOST**  
IN COLLABORAZIONE CON GEDI

POLITICA

ECONOMIA

ESTERI

LIFE

CULTURE

CITTADINI

BLOG

VIDEO

Italia Edition

ECONOMIA 07/11/2019 12:45 CET

# L'Italia a regola d'arte protagonista della XVIII Settimana della Cultura d'Impresa

L'edizione 2019 prende il via l'8 novembre con la partecipazione di **Museimpresa**, l'Associazione Italiana Archivi e Musei d'Impresa

HuffPost



CONFINDUSTRIA

A regola d'arte. L'Italia delle culture d'impresa: inclusiva e sostenibile è il tema della XVIII Settimana della Cultura d'Impresa che si terrà dell'8 al 22 novembre in diverse città italiane. Anche **Museimpresa**, l'Associazione Italiana Archivi e Musei d'Impresa, parteciperà alla manifestazione promossa da Confindustria.

Convegni, incontri, workshop, proiezioni cinematografiche, mostre, dibattiti e visite guidate racconteranno ai visitatori l'immenso patrimonio culturale custodito all'interno dei musei e degli archivi di grandi, medie e piccole imprese italiane.

Al centro dell'evento ci sono le imprese italiane, stimulate dalle trasformazioni sociali, economiche, ambientali che hanno la capacità di evolversi e di innovarsi, cambiando le proprie traiettorie e conquistando nuovi spazi di competitività.

"L'Italia - afferma Antonio Calabrò, Presidente di **Museimpresa** - è ricca di 'fabbriche belle', luoghi caratterizzati dalla vocazione alla sostenibilità sociale e ambientale, generatori e ispiratori di competitività e di innovazione. I musei e gli archivi d'impresa raccontano anche i processi che determinano la creazione di spazi ben progettati dal punto di vista architettonico, sicuri, luminosi e accoglienti, ambienti nei quali è piacevole lavorare e nei quali è possibile creare e produrre oggetti di alta qualità destinati anche ai mercati internazionali".

HuffPost

[Suggerisci una correzione](#)

ALTRA

CONTENUTO OFFERTO DA TRENTINO SVILUPPO



10 cose da fare (e sapere) sul Trentino aspettando le Olimpiadi 2026

TENDENZE



M5S addio. Non lascio, sono stata lasciata



"Inaccettabile". Ma Conte è disarmato dinanzi a Mittal



"Rimpiango il Pci, non l'Urss". Intervista a Massimo D'Alema



Franceschini invoca un nuovo patto con M5S e Renzi "o non c'è futuro"



"Ho incontrato Giovannino. Quend'ero piccola, i medici pensavano avessi l'itiosi anch'io"



Dossier Ilva, Governo convoca sindacati ed enti locali a P. Chigi

L'INIZIATIVA

# Da Kartell a Campari il genio made in Italy

Da domani la settimana della **Cultura d'impresa** con visite guidate, incontri, laboratori per bambini sulle aziende simbolo del milanese

di **Teresa Monestiroli**

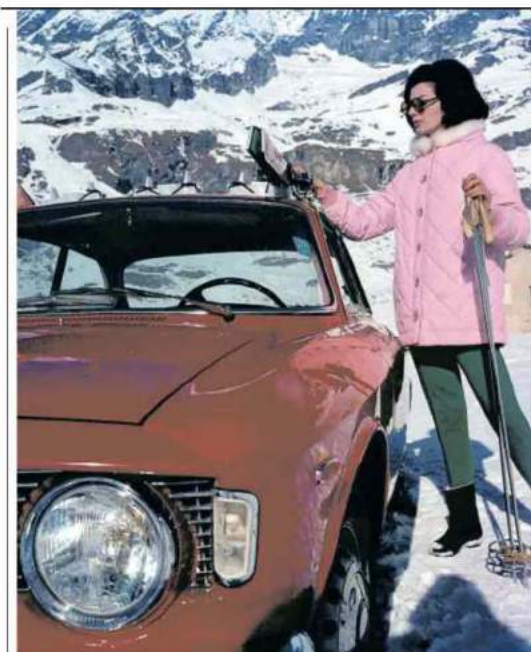
Archivi della memoria collettiva, del costume e della storia italiana i Musei d'impresa si preparano alla tradizionale apertura autunnale per la XVIII settimana della **Cultura d'impresa** promossa da Confindustria: un articolato programma di visite guidate, incontri, laboratori per bambini e perfino degustazioni per scoprire il saper fare del Bel Paese attraverso itinerari nei luoghi della produzione, gli oggetti realizzati, diventati in alcuni casi icone del design, la storia delle persone che hanno contribuito alla prosperità delle aziende, le campagne pubblicitarie e il legame con il territorio. Un ricco calendario organizzato dall'associazione Museimprese che da domani al 22 novembre coinvolge 80 imprese ([settimana.museimpresa.com](http://settimana.museimpresa.com)).

Fra le proposte milanesi c'è l'apertura in anteprima della mostra "La

fantasia fa l'industria. Le grandi firme per i progetti e i prodotti Kartell e Pirelli" al museo di Kartell di Noviglio, un percorso che racconta la collaborazione fra i due marchi, iniziata nel 1950 con il primo prodotto lanciato sul mercato a nome Kartell, un porta-sci che sfruttava il brevetto del nastro cord ideato da Pirelli. L'esposizione ripercorre la ricerca sui materiali e l'innovazione che caratterizza due aziende simbolo del made in Italy, legate a genio e alla creatività di grandi personaggi come Giulio Castelli, fondatore di Kartell, Giulio Natta e Carlo Barassi, Bruno Munari e Marco Zanuso che insieme a Richard Sapper disegnò la prima sedia in plastica del mondo, icona della storia del design (in mostra), per arrivare ai progetti per il futuro con la sedia A.I. di Kartell concepita dall'intelligenza artificiale e la ricerca Pirelli per rendere i pneumatici sempre più sostenibili. Domani alla visita della mostra seguirà quella al Museo della Macchina per Caffè di Gruppo Cimbali dove alle 19.15 verrà

proiettato il film *Newmuseum(s) stories of company archives and museums* di Francesca Molteni, mentre sabato sarà preceduta da una visita alla Fondazione Pirelli (in entrambi i casi c'è una navetta gratuita da Milano con prenotazione obbligatoria su [visite@fondazionepirelli.org](mailto:visite@fondazionepirelli.org)).

Fra le altre opportunità in zona, l'apertura della Galleria Campari, il **museo aziendale** inaugurato nel 2010 a Sesto San Giovanni, dove domani alle 15.30 e sabato in quattro turni (dalle 10) si potrà vedere la mostra permanente che racconta la storia del marchio attraverso manifesti, bozzetti, grafiche pubblicitarie, caroselli e spot realizzati da grandi artisti fin dagli inizi del '900. Domani e sabato sarà aperto anche il museo della Branca a Milano con visita a parte delle cantine con le botti per la maturazione del Fernet-Branca, mentre le Officine Rancilio a Parabiago domani alle 21 raccontano le storiche macchine del caffè realizzate a partire dagli anni '20.



▲ L'immagine il porta sci K112 realizzato da Kartell con Pirelli (1964)



La mostra permanente alla Campari nel museo di Sesto San Giovanni

## cover focus / TOMORROW

Da domani fino al 22 novembre il ricco programma della **Settimana della Cultura d'Impresa**

Alessandro Nitini

**S**i rinnova l'appuntamento con la **Settimana della Cultura d'Impresa**, rassegna di eventi promossa da Confindustria, giunta alla diciottesima edizione. Da domani al 22 novembre, a Milano e nel resto del Paese, si alterneranno convegni, incontri, workshop, proiezioni cine-

matografiche, mostre, dibattiti e visite guidate per raccontare l'immenso patrimonio culturale custodito all'interno dei musei e degli archivi di grandi, medie e piccole imprese italiane.

**Il focus.** Il tema scelto per questa edizione è *A regola d'arte. L'Italia delle culture d'impresa: inclusiva e sostenibile*. Le aziende italiane, stimolate dalle trasformazioni



## Tuffo negli anni Venti

Tante le attività proposte dal primo **museo aziendale** italiano del settore delle macchine per caffè. Si parte domani sera, alle **21.30**, con una conferenza dal titolo "Oggetti d'arte. La Regina e l'Ottogonale. La Belle Époque e i ruggenti anni '20". Poi da lunedì 11 fino al 23 novembre sono in programma attività e laboratori per bambini. Giovedì 15, invece, si parlerà di "American Style e gli anni '50".

- Da domani al 23 novembre
- Officina Rancilio 1926
- Via Don Galeazzi 22, Milano



## Restauro è arte

"Corrado Lopresto. La passione per il restauro diventa arte. Dalla Balilla a Cambridge" è la principale conferenza organizzata dal Museo Fratelli Cozzi che per tutta la durata della **Settimana della Cultura d'Impresa** ospita approfondimenti e visite guidate per studenti.

- Venerdì 22 novembre dalle **20.30**
- Museo Fratelli Cozzi
- Viale Toselli 46, Milano



## Museo cubo

Focus sulle campagne pubblicitarie tra **cultura d'impresa**, innovazione e sostenibilità. In programma anche una mostra/tavola rotonda.

- Giovedì 20 novembre dalle **15.00**
- Gruppo Unipol
- Corso di Porta Romana 19, Milano



## Una città di luce

La fondazione del gruppo A2A organizza "Una città di luce", mostra-proiezione cinematografica prevista.

- Domenica 10 novembre, dalle **18.30**
- Casa dell'Energia e dell'Ambiente
- Piazza Po 3, Milano

# Nelle "culle" d



## I segreti del caffè

"Un caffè a regola d'arte, tra letteratura e degustazione" è la visita guidata con laboratorio di lettura animata per bambini previsti presso il Mumac (Museo della macchina per caffè di Gruppo Cimbali). osti limitati, prenotazione sul sito [mumac.it/prenotazioni](http://mumac.it/prenotazioni).

- Domenica 17 novembre
- Mumac
- Via Neruda 2, Binasco (Mi)



## Design d'autore

"Una visita a regola d'arte tra **cultura d'impresa** e made in Italy". È il percorso guidato, con proiezione cinematografica, proposto congiuntamente da Kartell Museum e Mumac (Museo della Macchina per caffè di Gruppo Cimbali). Prenotazione a [info@museokartell.it](mailto:info@museokartell.it).

- Domani alle **17.45**
- Kartell Museum
- Via delle Industrie 3, Noviglio (Mi)



## La storia di Rinascente

Rinascente, laboratorio del Made in Italy da oltre 150 anni, si racconta in un incontro pubblico, aperto a tutti, per svelare segreti e aneddoti della moda e del gusto del nostro Paese.

- Venerdì 22 novembre alle **17.00**
- Raffles Milano
- Via Casati 16, Milano

sociali, economiche, ambientali, hanno la capacità di evolversi e di innovarsi, cambiando le proprie traiettorie e conquistando nuovi spazi di competitività. Ed è ciò che il palinsesto di eventi vuol mettere in luce, da Milano a Treviglio, da Parma a Biella, sino a Fabriano e Ivrea.

**Da non perdere.** In Assolombarda. Tra gli appuntamenti **Museimpresa** orga-

nizza l'incontro dal titolo "L'architettura delle nuove fabbriche: forme e processi, strumenti di competitività", previsto per lunedì prossimo, 11 novembre, alle 18.00, presso Assolombarda - Sala Camerano (via Pantano 9). L'appuntamento si propone di avviare un dibattito sulla fabbrica contemporanea, la cui architettura è mutata nel corso degli anni in funzione dello sviluppo dell'economia

della conoscenza e delle nuove tecnologie produttive. Il digitale richiede un cambio di paradigma nella progettazione degli spazi, nell'interpretazione dei processi produttivi, nell'immaginare nuove forme che si adattano a nuovi scenari. Il programma dettagliato delle iniziative di **Museimpresa** è disponibile sul sito [settimana.museimpresa.com](http://settimana.museimpresa.com).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Meritiamo più attenzione

**Calabrò, Museimpresa:**  
«Al centro le aziende di un grande Paese»



«Di **cultura d'impresa** se ne fa ancora troppo poca, anzi cresce una incultura anti-impresa». Così Antonio Calabrò, presidente di **Museimpresa**, sferza le istituzioni che dovrebbe avere più a cuore la storia delle aziende che fanno grande l'Italia nel mondo.

### Che cosa intende per incultura anti-impresa?

«Ritengo che la **cultura d'impresa** non trovi abbastanza ascolto e attenzione in ambienti istituzionali che dovrebbero avere più a cuore le imprese e la loro capacità di creare valori come benessere e ricchezza».

### Vi sentite relegati ad un ruolo di cultura di serie B?

«Parliamoci chiaro: fare **cultura di impresa** significa parlare di innovazione, di lavoro, di competitività, di creatività e, soprattutto, di sostenibilità ambientale e sociale. Credo che siano temi che meritino di avere un po' più di attenzione».

### Però la gente sembra gradire: il programma della Settimana è sempre più ricco e partecipato...

«Proprio così, abbiamo anche coinvolto tantissime scuole per diffondere la **cultura d'impresa** tra i giovani. Continueremo ad insistere».

### Che cosa chiedete al Governo?

«Col ministro Franceschini c'era già un dialogo aperto: vorremmo che fosse valorizzata la nostra cultura politecnica, in grado di tenere insieme bellezza e conoscenza scientifica. Italia, in questo, è meglio di altri Paesi ed è giusto fare vedere dove nascono tutte quelle cose che piacciono al mondo. Siamo un asset della cultura dell'Italia». **PC**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## Tutto sulle assicurazioni

È in programma la performance "Che impresa - spettacolo teatrale sulla storia dell'assicurazione".

- 📅 Venerdì 22 novembre, dalle 18:30
- 📍 Fondazione Mansutti
- 📍 Via Rugabella 10, Milano



## Mito Campari

"Campari: storia di una comunicazione a regola d'arte" è la mostra/visita guidata prevista da domani per tutta la durata della Settimana della **Cultura d'impresa**.

- 📅 Da domani al 22 novembre
- 📍 Galleria Campari
- 📍 Viale Gramsci 161, Sesto S. G. (Mi)



## Una storia chiamata Branca

"Fratelli Branca distillerie, emblema del patrimonio culturale e industriale di Milano" è la visita guidata aperta a tutti, appassionati del brand o solo curiosi, per conoscere una delle aziende storiche italiane.

- 📅 Domani alle 18:30, sabato alle 10:00
- 📍 Museo Branca
- 📍 Via Resegone 2, Milano

# nell'italianità



## Passione meccanica

L'ente nato per conservare e valorizzare fonti e documenti sulla storia della Resistenza e del movimento operaio organizza la mostra "Meccanica e passione. Giuseppe De Vecchi e le origini dell'industria".

- 📅 Martedì 12 novembre alle 18:00
- 📍 Fondazione Isec
- 📍 Largo La Marmora 17, Milano



## Teatro e teatranti

La storia della Scala di Milano passa anche dagli archivi e dalle collezioni custodite nel suo Museo che partecipa con una serata di letture, a cura di Armando Torno.

- 📅 Venerdì 15 novembre alle 18:00
- 📍 Museo Teatrale alla Scala
- 📍 Largo Ghiringhelli, Milano



## Oltre il pneumatico

Anche Fondazione Pirelli partecipa con visite guidate e incontri in sede. C'è anche un'iniziativa congiunta con Kartell Museum.

- 📅 Sabato 9 novembre, dalle 14:30
- 📍 Fondazione Pirelli
- 📍 Via Pirelli 25, Milano

**Dall'8 novembre al 20 dicembre «50+!»**

## Vespa, Kartell, Campari: oggetti iconici in mostra

L'Archivio Storico SDF e Museo SAME, in occasione della Settimana della **cultura d'impresa** 2019 organizzata da **Museimpresa** e promossa da Confindustria, ospita la mostra "50 + ! Il grande gioco dell'industria".

L'esposizione, visitabile dall'8 novembre al 20 dicembre, racconta la storia dell'industria italiana attraverso oltre 50 oggetti iconici dei Musei e Archivi d'impresa: dalla Vespa alla bottiglia Campari, dal Trattorino universale SAME alla pasta Barilla, dalla Valentine di Olivetti al Cinturato Pirelli, dalla Giulietta Spider Alfa Romeo alle sedie Kartell.

Inoltre, durante le aperture straordinarie di domenica 10 e 17 novembre, presso il Museo SAME si terranno laboratori didattici a cura del Museo Explorazione di Treviglio volti a dimostrare, attraverso semplici esperimenti, la sequenza di scoperte che portarono alla realizzazione delle macchine e motori termici e alla rivoluzione industriale.

I laboratori saranno intervallati dalla proiezione del filmato NewMuseum(s) che racconta gli archivi e musei d'impresa italiani e le loro caratteristiche, per comprendere cosa identifica oggi un archivio/museo legato a una storia d'impresa, quali valori deve trasmettere, quali strumenti e linguaggi deve adottare per dare vita a un'istituzione in grado di dialogare con la contemporaneità e con un pubblico internazionale.

**Orari mostra:** 8 novembre-20 dicembre (lun.-ven.), ore 8:30-12:30/13:30-17:30, su prenotazione. **Aperture straordinarie**, domenica 10 e 17 novembre, ore 9:30-13/14:30-18, ingresso libero.

**Orari Laboratori didattici**  
Domenica 10 e 17 novembre  
ore 10, 12, 15 e 17. Durata 1 ora

**Orario proiezione**  
Domenica 10 e 17 novembre  
ore 11 e 16. Durata 50 min.

**Per informazioni  
e prenotazioni:**  
Archivio Storico SDF  
Viale F. Cassani 15, 24047  
Treviglio. Tel.: 0363 421695  
Email:  
archivistorico@sdfgroup.com



## L'intervista

## RADICI ANTICHE

Il museo della liquirizia Giorgio Amarelli di Rossano, in Calabria, è nato nel 2001 e racconta la storia di una famiglia che risale all'anno Mille.

# Musei d'impresa

## COLLEZIONARE LA BELLEZZA

Raccolgono il meglio dei prodotti e della cultura del Made in Italy. Organizzano visite, mostre, eventi. Raccontano l'avventurosa storia del saper fare nazionale. Ce li racconta il presidente, Antonio Calabrò

Intervista di LUCA BONORA

### «A che cosa serve un museo d'impresa?»

A dare tangibilità a una storia intangibile». La definizione, perfetta, è di Marco Montemaggi, fra i firmatari, nel 2011, del documento di nascita di **Museimpresa**, associazione promossa da Confindustria e Assolombarda che riunisce 84 spazi espositivi e archivi storici di grandi aziende italiane. Luoghi vivi, vitali e visitabili gratuitamente dal pubblico.

Ma che cosa sono esattamente i musei d'impresa? Sono spazi in cui un'azienda racconta la propria storia. Luoghi dove tradizione, esperienza e innovazione si fondono e dove anche l'arte è protagonista: basti pensare ai lavori del padre della pubblicità Armando Testa

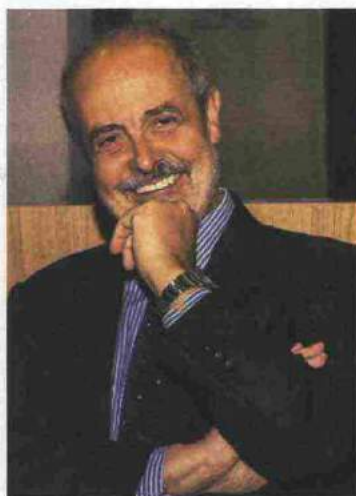
per Fernet Branca e per Lavazza, o a *La ricerca scientifica* (1961), lo straordinario mosaico realizzato da Renato Guttuso per Pirelli, che fa bella mostra di sé negli spazi milanesi della Fondazione. Sempre in Pirelli abbiamo ritrovato una campagna pubblicitaria degli anni Sessanta per un costume da bagno in gomma: era realizzata per il mercato americano e la protagonista era nientemeno che Marilyn Monroe. Poi vennero il calciatore brasiliano Ronaldo, il figlio del vento Carl Lewis, leggendario atleta vincitore di 9 ori olimpici, e il mitico calendario Pirelli, oggetto da collezione e di culto. Arte e spettacolo, moda e design si sono intrecciati per un secolo nelle aziende

storiche italiane. Artisti, scultori, pittori, fotografi hanno interagito con le aziende d'avanguardia e raccontandole raccontavano la realtà. Passato, presente e futuro convivono insomma nei musei d'impresa.

### Distribuiti su tutto il territorio nazionale

(anche se quasi il 40 per cento si trova in Lombardia) i musei d'impresa comprendono le più svariate categorie: cibo, design, economia, moda, motori, ricerca e innovazione. Sono realtà giovani: come conferma una recente ricerca sulle fondazioni d'impresa realizzata da Bracco e Soliditas, il 43 per cento è nata dopo il 2005. Non tutti coincidono con un marchio:

per esempio, a Legnano (Mi) c'è il museo Cozzi che è una collezione privata di vetture Alfa Romeo, totalmente slegato dalla casa madre; in Veneto, il Museo della calzatura di Villa Foscari Rossi, proprietà del marchio Rossimoda, espone oltre 1.600 modelli di calzature femminili di lusso di tutte le marche. Lungi dall'essere luoghi statici, ospitano eventi e mostre temporanee: è il caso del museo Salvatore Ferragamo di Firenze, dove è in corso fino a marzo 2020 la mostra *Sustainable thinking* che invita a riflettere sul rapporto fra industria e sostenibilità, in un'ottica sempre più necessaria di tutela ambientale. Spesso fanno rete sul territorio con altre realtà del settore, come nel progetto *Motor Valley*, che in Emilia Romagna unisce autodromi, collezioni private e musei d'impresa come quelli di Ducati e Lamborghini. Anche il Touring Club Italiano ha dato un suo importante contributo, realizzando diversi anni fa una guida dedicata; fornendo tramite



**«DOBBIAMO  
RITESSERE  
GLI INTERESSI  
COMUNI»**

l'Archivio storico materiali e contenuti; partecipando a eventi come la conferenza di Napoli di settembre 2018.

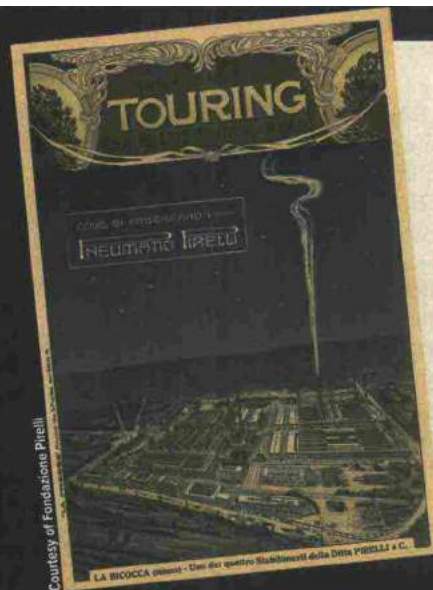
**Giornalista e saggista, già direttore della Fondazione Pirelli, Antonio Calabrò (nella foto a sinistra) è vicepresidente di Asso Lombarda, è stato direttore editoriale del gruppo *Il Sole 24 Ore* e vicedirettore del quotidiano. È inoltre consigliere del Touring Club Italiano e di altre società e fondazioni. Da giugno 2019 è presidente dell'associazione **Museimpresa**: la persona giusta per raccontare questo mondo e, con esso, l'Italia degli ultimi 150 anni.**

«Musei e archivi di impresa sono straordinari veicoli di sintesi tra storia e innovazione nel nostro Paese e permettono di documentare e raccontare quanto le imprese hanno fatto e continuano a fare per la crescita economica, sociale, civile dell'Italia. C'è un netto *fil rouge*: manifatture, servizi, banca, commercio hanno sempre seguito due regole: qualità e

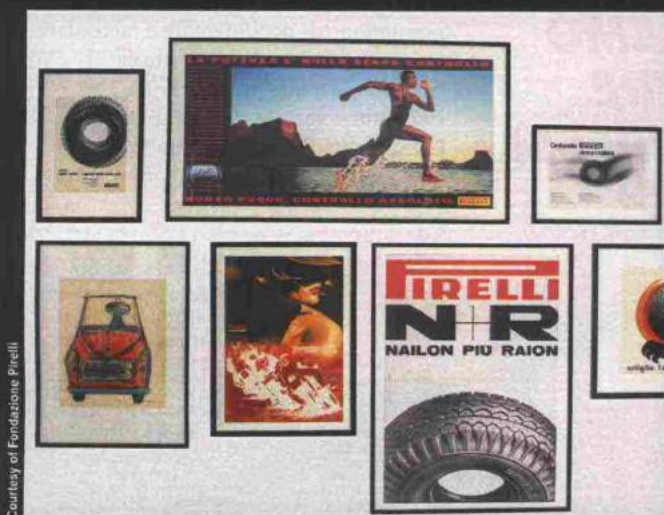


## Quest'anno la settimana della cultura d'impresa... raddoppia

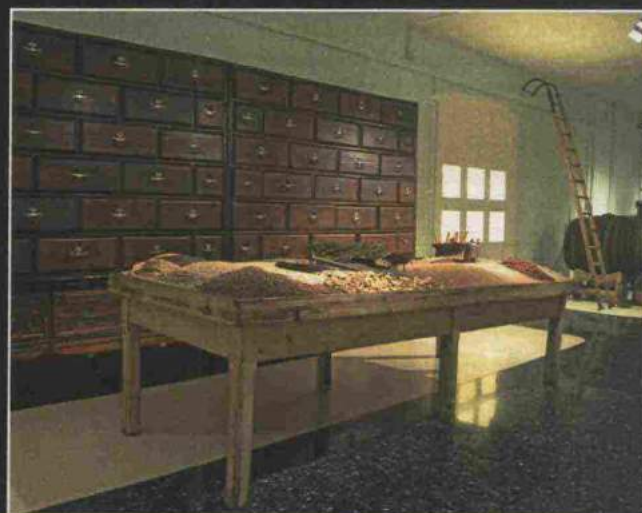
Durerà 15 giorni, dall'8 al 22 novembre 2019, la XVIII Settimana della Cultura d'Impresa, promossa da Confindustria. Come ogni anno, Museimpresa aderisce con un ricco calendario di eventi e iniziative: in programma convegni, mostre, proiezioni cinematografiche, attività di animazione, visite straordinarie, inaugurazioni, concerti, eventi teatrali, laboratori, reading, workshop. Il filo conduttore dell'edizione 2019 sarà *A regola d'arte. L'Italia delle culture d'impresa: inclusiva e sostenibile*. Nel 2018, le oltre 70 iniziative di Museimpresa e degli associati hanno registrato oltre 19mila presenze. Per informazioni e per consultare il calendario aggiornato, [www.museimpresa.com/category/settimana-della-cultura-dimpresa/](http://www.museimpresa.com/category/settimana-della-cultura-dimpresa/).



Un reperto della Fondazione Pirelli di Milano: la pubblicità degli pneumatici Pirelli realizzata da Mario Stroppa per la copertina della rivista mensile del Touring Club Italiano del giugno 1912.



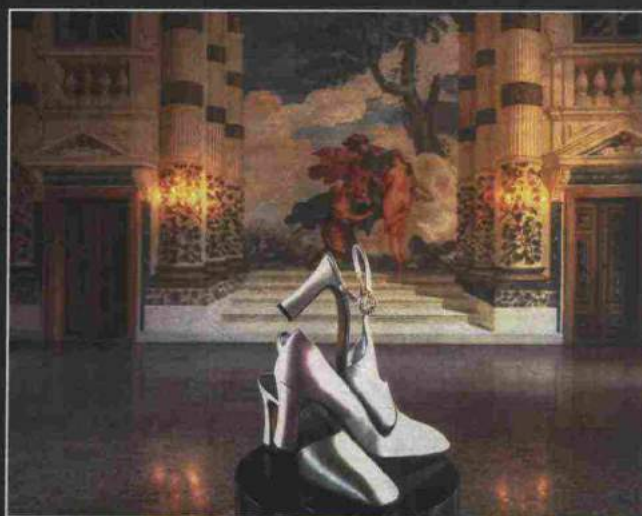
La Fondazione Pirelli di Milano: oltre un secolo di pubblicità e design.



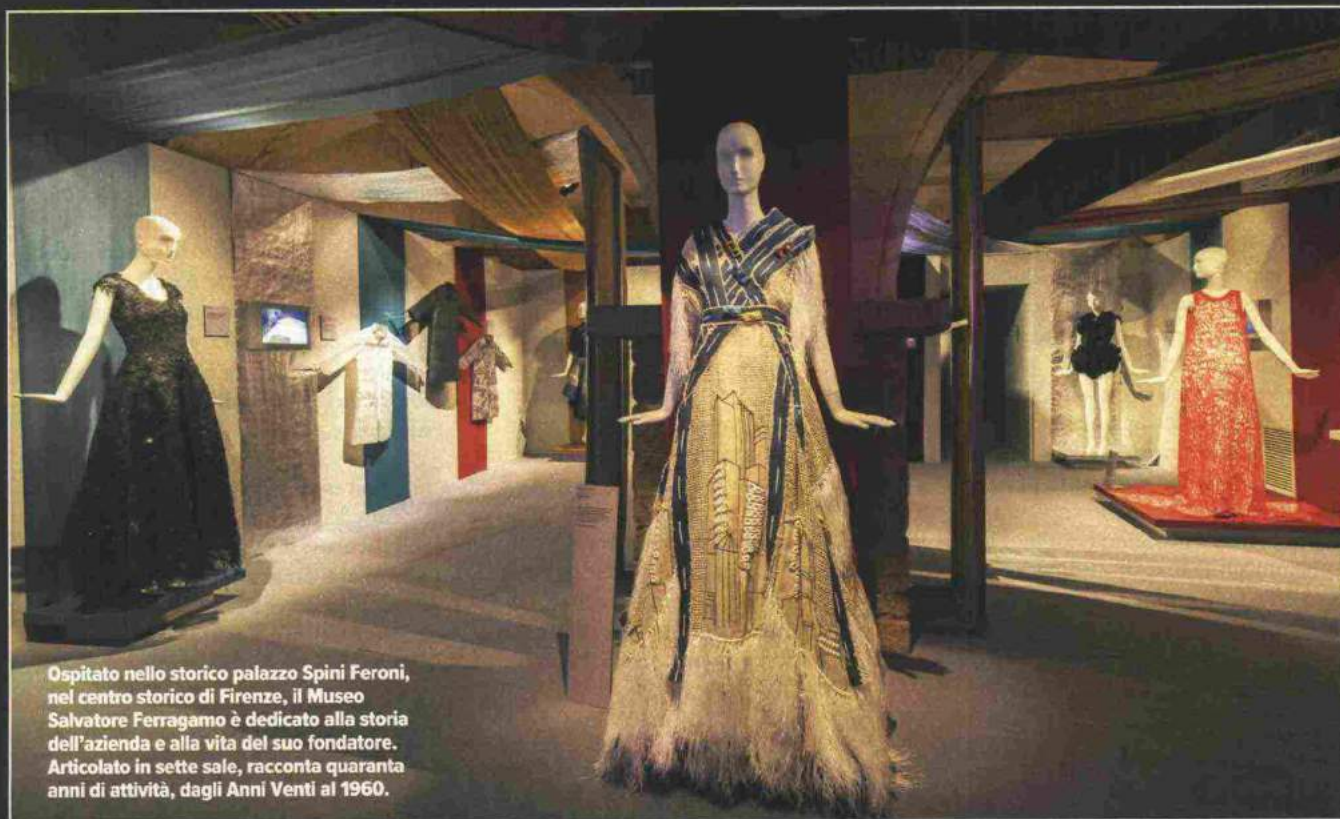
Lo Spazio Strega di Benevento: la storia e i segreti di un liquore unico.



L'Archivio storico e Museo Birra Peroni di Roma.



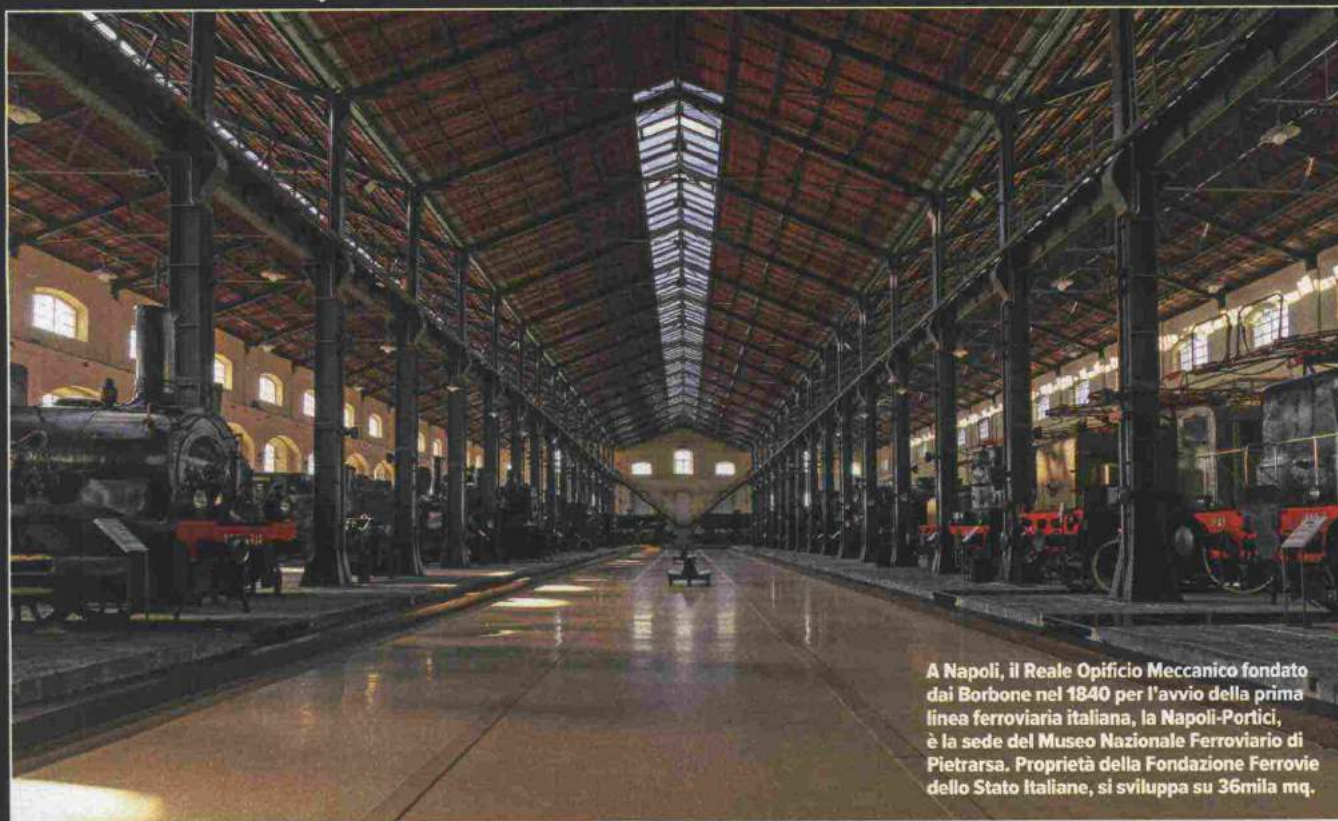
Il Museo della Calzatura di Villa Foscari Rossi a Stra (Ve).



Ospitato nello storico palazzo Spini Feroni, nel centro storico di Firenze, il Museo Salvatore Ferragamo è dedicato alla storia dell'azienda e alla vita del suo fondatore. Articolato in sette sale, racconta quaranta anni di attività, dagli Anni Venti al 1960.

Guglielmo Micheli

**LE VISITE, SU PRENOTAZIONE, SONO GRATUITE**



A Napoli, il Reale Opificio Meccanico fondato dai Borbone nel 1840 per l'avvio della prima linea ferroviaria italiana, la Napoli-Portici, è la sede del Museo Nazionale Ferroviario di Pietrarsa. Proprietà della Fondazione Ferrovie dello Stato Italiane, si sviluppa su 36mila mq.

081231

bellezza dei manufatti. In Italia abbiamo da sempre una grande vocazione internazionale, perché, per citare lo storico ed economista Carlo M. Cipolla, l'Italia "è abituata fin dal medioevo a produrre, all'ombra dei campanili, cose belle che piacciono al mondo".

Siamo esportatori da sempre. Questa tradizione è rimasta, rinnovata, nell'Ottocento e poi nel dopoguerra, con il boom economico.

Siamo sempre stati bravissimi meccanici, e mi riferisco anche agli elettrodomestici, non solo alle vetture. Abbiamo sempre usato meno acciaio degli altri, perché ne avevamo meno. Abbiamo copiato i mercati esteri e abbiamo fatto meglio. Abbiamo avuta una straordinaria industria della gomma, Pirelli, per non parlare di quella dell'auto. La Spina realizzata da Renzo Piano per Pirelli a

Settimo Torinese è un esempio di eccellenza di fabbrica, oltre che di prodotto. Adriano Olivetti l'aveva capito: non puoi fare innovazione in un sottoscala poco illuminato.

Siamo il secondo Paese manifatturiero in Europa, subito dopo la Germania. Primeggiamo nella chimica: la plastica è un'invenzione italiana, che fece guadagnare il premio Nobel per la chimica nel 1963 a Giulio Natta. Ma quasi nessuno lo sa, o lo ricorda. La memoria è importante. Le imprese italiane hanno oggi una grande responsabilità: costruire il racconto di sé.

**C'è di che essere orgogliosi. Ma se fra le imprese c'è competizione, come possono i musei d'impresa fare squadra?**

«Competizione viene dal latino *cum-petere*, andare insieme verso obiettivi

comuni. Questa è l'idea di competizione nei musei d'impresa. Le strutture sul territorio devono lavorare insieme e riscrivere il ritratto di un Paese che è ancora il più bello del mondo. Dobbiamo ritessere gli interessi comuni. Siamo il Paese – questo lo sanno in pochi – in cui per le imprese è più semplice essere sostenibili dal punto di vista ambientale. Lo conferma il dossier 2019 di *Symbola*, a cura di Ermete Realacci, che fotografa i primati dell'economia nazionale e che consiglio di leggere».

**In alcuni casi, come per la grande industria siderurgica, ma non solo, i musei d'impresa non rischiano di essere solo nostalgici monumenti ai caduti?**

«Io non credo che la grande industria sia morta. Solo, si è trasformata. Oggi esistono tante piccole imprese riunite in

## UNA MAPPA DELL'ITALIA DEL SAPER FARE



Nella palazzina Liberty di Sesto San Giovanni (Milano) che fu la prima fabbrica di Campari, la Galleria Campari racconta oltre 150 anni di storia dell'azienda.

distretti, e questi ultimi per molti versi sono assimilabili alle grandi industrie. Il distretto della ceramica è oggi quella che ieri era la grande industria della ceramica. Ma ha la capacità di aggiornarsi e ripensarsi più velocemente. Abbiamo "piccole" imprese, dal punto di vista dei dipendenti e del fatturato, che sono leader nel loro settore nel mondo. Come possiamo considerarle davvero piccole?»

#### La politica ha abbandonato la grande impresa: luogo comune o realtà?

«Gli ultimi politici che sono entrati nelle fabbriche sono stati Enrico Letta e Pierluigi Bersani, quasi vent'anni fa. Poi il vuoto. Una politica che non sa cosa c'è nelle fabbriche, che non ci entra e se ci entra lo fa solo per farsi fotografare, come può sostenere il settore?»

#### Secondo lei quali sono i musei d'impresa che andrebbero assolutamente visitati?

«Sicuramente il museo della Liquirizia Amarelli a Rossano, in Calabria; il museo della Ducati a Bologna, e il museo Lavazza a Torino... È davvero magnifico. Anche se è più tecnica, mi permetto di consigliare anche la Fondazione Tenaris Dalmine (Bg), una testimonianza molto sofisticata della grande industria dell'acciaio».

#### Che progetti avete per l'immediato futuro?

«Sempre più scolaresche visitano i musei d'impresa, non solo delle scuole superiori ma anche delle primarie. **Museimpresa** è divenuta un punto di riferimento istituzionale: significativo l'accordo con il Ministero per i Beni e le Attività culturali, del 2017, che ha ratificato l'integrazione dei musei

d'impresa nel Sistema Museale Nazionale e ha segnato il riconoscimento del museo d'impresa come modello museale contemporaneo.

Per continuare a crescere, **Museimpresa** ritiene fondamentale l'alleanza tra soggetti di diversa natura: pubblici e privati, imprese e istituzioni, università e centri culturali, tutti uniti in una comune progettualità, volta a recuperare, tutelare e valorizzare un patrimonio straordinario del mondo economico, che innerva la cultura materiale e scientifica italiana. Una collaborazione con il Touring Club Italiano è indispensabile ed è caratterizzata dalla consapevolezza che la cultura, la bellezza del Paese, non sono solo arte e architettura, ma sono anche la cultura materiale dei territori e delle comunità, di cui le imprese sono un elemento fondante».



**Museimpresa** è l'associazione italiana dei musei e degli archivi d'impresa, promossa da Assolombarda e Confindustria. Ne fanno parte 84 realtà distribuite su tutto il territorio nazionale, anche se quasi il 40 per cento sono in Lombardia. Generalmente sono aperti al pubblico per visite guidate gratuite, su prenotazione. Ecco una nostra selezione di musei d'impresa da non perdere da un punto di vista turistico-culturale.

- 1 - Torino, Museo e Archivio storico Lavazza
- 2 - Omegna (Vb), Museo Alessi
- 3 - Legnano (Mi), Museo Cocchi
- 4 - Milano, Fondazione Pirelli
- 5 - Milano, Collezione Branca
- 6 - Noviglio (Mi), Kartell Museo
- 7 - Sesto San Giovanni (Mi), Galleria Campari
- 8 - Stra (Ve), Museo della Calzatura di Villa Foscari Rossi
- 9 - Villorba (Tv), Archivio Benetton
- 10 - Bologna, Museo Ducati
- 11 - Firenze, Museo Salvatore Ferragamo
- 12 - Roma, archivio storico e museo Birra Peroni
- 13 - Napoli, Museo Nazionale Ferroviario di Pietrarsa
- 14 - Benevento, Spazio Strega
- 15 - Rossano (Cs), Museo della Liquirizia Giorgio Amarelli

Per i 500 anni di Leonardo da Vinci

## I ragazzi del liceo artistico in mostra ad Assolombarda

Galli a pagina 4



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

081231

# Leonardo fra liceo artistico e lavoro

Gli studenti del Nanni Valentini hanno presentato 60 tavole e 2 opere al presidio di Assolombarda

## MONZA

di **Alessandro Galli**

**Gli studenti** del liceo artistico Nanni Valentini sulle orme di Leonardo da Vinci. È stata presentata ieri al presidio monzese di Assolombarda la mostra "Chi è dell'arte stima l'opera". I giovani studenti del Nanni Valentini hanno lavorato a 60 tavole e due opere per celebrare il cinquecentesimo anniversario della morte di Leonardo da Vinci. L'occasione ha anche dato la possibilità ai ragazzi di conoscere il mondo dell'impresa brianzola e di dare un primo sguardo al mondo del lavoro.

Arte, bellezza e valori d'impresa. L'eredità di Leonardo da Vinci sul territorio brianzolo è infatti stata raccolta e rimodellata dall'iniziativa di Assolombarda. In occasione della XVIIIª Settimana della **Cultura d'Impresa**, il presidio di Monza e Brianza ha deciso di dare largo spazio ai giovani studenti del liceo Nanni Valentini. Dopo un processo di creazione e realizzazione di opere d'arte, i lavori sono stati esposti al piano terra e nel cortile di Assolombarda.

**Un totale** di 60 tavole e due installazioni sono state pensate grazie a un processo di reinterpretazione degli studi di Leonardo, in particolare quelli riguardo al movimento. «Gli studenti



Il taglio del nastro alla mostra che sarà ospitata nella sede di Assolombarda

si sono potuti ispirare, assecondando la propria personalità, a una delle più importanti figure non solo del nostro Paese ma di tutto il patrimonio culturale - spiega Gabriel Fekete, docente di Discipline Plastiche del Liceo Nanni Valentini -. Così è nata questa mostra: con la libertà degli studenti di confrontarsi con l'eredità del genio». Alla presentazione, il vicepresidente di Assolombarda Antonio Calabrò ha colto l'opportunità per mettere l'accento sull'importanza della bellezza nel tessuto imprenditoriale italiano e brianzolo.

**«Siamo** profondamente convinti che sia fondamentale occuparsi di arte e bellezza perché è la caratteristica principale che

tiene in piedi le nostre imprese - racconta Calabrò -: le cose belle che piacciono al mondo intero sono i prodotti del "Made in Italy", sia che si parli di macchinari industriali sia che si parli di design». Oltre alle tavole con disegni e lavori grafici ispirati al genio di Leonardo, sono state esposte due installazioni: la prima è una trasposizione dell'uomo vitruviano su plexiglass, mentre la seconda è una struttu-

**ANTONIO CALABRÒ**

**«Arte e bellezza sono fondamentali: tengono in piedi le nostre nel mondo»**

ra in legno ispirata agli studi leonardeschi sul volo. Le due autrici, Beatrice Ippona e Marta Bicego, hanno espresso la propria soddisfazione nel confrontarsi con uno degli artisti più importanti della storia dell'arte. «Partendo dall'immagine più famosa da lui realizzata, l'uomo vitruviano, ho scomposto la figura per studiare i vari elementi - spiega Beatrice Ippona -: da qui è partita la mia idea, volevo rappresentare il movimento dell'unione dei tre principi fondamentali attraverso un'opera che potesse essere interattiva e che coinvolgesse anche lo spettatore».

**Mentre** l'opera di Marta Bicego è stata strutturata pensando agli studi sul volo di Leonardo da Vinci. La studentessa diciottenne ha approfondito i concetti di spazio e movimento dell'artista e li ha poi collegati con le opere più recenti di Giacomo Balla. Entrambe le installazioni sono state realizzate grazie alla collaborazione tra il liceo Nanni Valentini e Giovanardi Spa, azienda di Concorezzo specializzata nella progettazione e produzione di strutture e packaging. Come ha sottolineato Gabriel Fekete, proprio «questa unione tra scuola e mondo del lavoro è stata fondamentale perché gli studenti potessero capire come sviluppare un progetto e poi vederlo realizzato nel concreto».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## CAMUSSO E CALABRÒ A BIELLA



**CULTURA D'IMPRESA** Nell'ambito della Settimana della cultura d'impresa, Susanna Camusso, ex segretaria generale della Cgil, e Antonio Calabrò, giornalista e saggista, direttore della Fondazioni Pirelli e vicepresidente di Assolombarda, nei giorni scorsi sono intervenuti a Città Studi Biella per parlare sul tema "Lavoro, benessere, inclusione: il governo delle innovazioni". I due ospiti hanno anche visitato la mostra "Per fabbricare stoffa buona e bella-Biella ritratto di una città di fabbrica", nella biblioteca del polo formativo fino al 22 dicembre, aperta, con ingresso libero, da lunedì a venerdì (8-19) e il sabato (8,30-12,30).



# La storia di «Farmigea» in una mostra

Nella sede della Camera di Commercio viaggio dall'archivio storico dell'azienda farmaceutica

PISA

Come si produce un farmaco? Come si distribuisce? Quanto costa la ricerca? A queste e ad altre domande sulla farmaceutica, in particolare l'oftalmologia, si troverà risposta nella mostra «Farmigea, una storia italiana - Viaggio tra identità, industria, ricerca e sostenibilità» organizzata in occasione della Settimana della Cultura d'Impresa, rassegna di eventi promossa da Confindustria, giunta alla sua XVIII edizione, dall'Archivio Storico di Farmigea, azienda farmaceutica pisana attiva dal 1946. L'appuntamento è domani nel salone 'ex-borsa merci' della Camera di Commercio di Pisa in piazza Vittorio Emanuele II. Nella mostra verrà ripercorsa la storia di Farmigea, nata nel 1946, da sempre di proprietà della famiglia Federighi e oggi giunta, con l'attuale amministratore Mario Federighi, alla quarta generazione. L'azienda è concentrata sin dalla fondazione nel campo dell'oftalmologia sia per la produzione di farmaci sia per la ricerca. E proprio il tema della ricerca si ripropone costante-

mente negli oltre 70 anni di storia con la realizzazione di una serie di brevetti che hanno portato importanti innovazioni nel settore oftalmologico a livello mondiale. Nella mostra trova spazio anche l'organizzazione di una industria farmaceutica descrivendone i vari passaggi: dalla fase di ricerca e sviluppo, alla produzione di un farmaco fino alla distribuzione e alla legislazione farmaceutica. Per l'occasione saranno visibili oltre a cimeli storici anche oggetti di laboratorio odierni e della produzione, comprese alcune materie prime. Il percorso della visita si snoda seguendo la struttura aziendale: identità e storia, ricerca e sviluppo, produzione, legislazione e distribuzione in Italia e nel mondo.

La mostra è strutturata per rivolgersi al più ampio pubblico possibile individuando tipologie di visite guidate differenti. Il mattino (dalle 9,30 alle 14) è riservato alle scuole con percorsi in base all'età degli alunni (dalle elementari alle superiori). Il pomeriggio (dalle 14,30 alle 18,30) la visita è a ingresso libero. Per informazioni e prenotazioni: [archiviosistorico@farmigea.it](mailto:archiviosistorico@farmigea.it), [archiviosistorico@farmigea.it](mailto:archiviosistorico@farmigea.it).



Due immagini dei laboratori di Farmigea, oggi; sotto, una foto d'archivio dello stabilimento negli anni Sessanta



**PARABIAGO****Macchine del caffè  
che fanno tendenza:  
la collezione vintage  
di Officina Rancilio**

**Officina** Rancilio, in occasione della XVIII edizione della Settimana della cultura d'impresa di Confindustria, propone una serie di conferenze sul tema del design delle macchine per caffè della sua collezione vintage. La prima è in programma domani sera ed è dedicata alla macchine da caffè Regina ottagonale nel periodo della Belle Epoque e i ruggenti anni '20. Tutta la storia della Rancilio appunto ebbe inizio con la Regina, il cui nome evoca l'importanza e la centralità che la macchina per caffè da bar aveva nei locali del tempo. L'evento è in programma domani sera (venerdì) all'Officina Rancilio 1926 in via don Galeazzi, dalle 21.



**CA' PISANI**

# Visite guidate tra i preziosi velluti di Rubelli



**Ca' Pisani**

Rubelli, in occasione della XVIII Settimana della **Cultura d'Impresa**, organizza anche quest'anno visite guidate gratuite presso il proprio archivio storico a Ca' Pisani Rubelli dove si potranno ammirare manufatti tessili che illustrano il tema della "regola" nelle creazioni tessili. Nel corso delle visite guidate saranno illustrati prestigiosi e originalissimi velluti a mano prodotti da Rubelli negli anni Trenta da noti artisti quali Gio Ponti e Alfredo Carnelutti ed altri preziosi manufatti. Le visite guidate si terranno in tre giornate: 8, 15 e 22 novembre, nelle seguenti fasce orarie: 11-12, 15-16 e 17-18. —



# Le icone del «made in Italy» in mostra al museo Same

## Treviglio

La mostra sarà aperta dal lunedì al venerdì, su prenotazione dalle 8,30 alle 12,30 e dalle 13,30 alle 17,30

Una mostra che racconta in cinquanta oggetti reali, o riprodotti in scala, la storia del genio italiano nell'impresa del nostro Paese. È l'esposizione itinerante inaugurata ieri a Treviglio nel museo storico della Same, dal titolo «50+! Il grande gioco dell'industria» e sottotitolo «Cinquanta oggetti che hanno fatto la storia dell'impresa italiana», che sarà aperta al pubblico da domani e fino al 20 dicembre.

Un viaggio nello spazio e nel tempo alla riscoperta di quegli oggetti che sono dunque diventati delle icone, simboli della nostra Penisola anche all'estero, ma con i quali la nostra industria ha fatto la storia, non solo si è stessa, ma anche dell'Italia intera. Lungo l'elenco di quanto la mostra offre in visione e capace di raccontare la storia dell'industria italiana attraverso creazioni che sono il simbolo della creatività, delle competenze e dell'ingegno italiano. Tra le icone della mo-

stra itinerante c'è il prototipo di un'auto elettrica disegnata da Fabrizio Giugiaro, ma anche pezzi molto più datati e comunque iconici: la Vespa, la bottiglia del Campari, il Trattorino universale della Same, lo pneumatico Cinturato Pirelli, la Giulietta Spider dell'Alfa Romeo. E poi le sedie Kartell, la pasta Barilla, il modellino dell'elettrotreno Etr 300 «Settebello», la macchina per scrivere Olivetti Valentine. Ieri a fare gli onori di casa è stato Mario Carozza, vice presidente del Consiglio di sorveglianza della Same Deutz-Fahr, compiaciuto per la tipologia della mostra e per avere ospitato l'evento organizzato da Multimpresa, rappresentata ieri dalla vicepresidente Francesca Appiani. Nel corso dell'inaugurazione sono intervenuti anche Giorgio Bigatti, docente di Storia economica della Bocconi di Milano, quindi Fabrizio Giugiaro e Francesca Molteni, giornalista e curatrice della Mostra. «Siamo di fronte a oggetti della nostra vita - ha sottolineato Molteni - che sono il contenuto di idee, innovazione e pensiero del design italiano, capace di fare la storia dell'impresa italiana».



L'inaugurazione della mostra al museo Same

## 50

**GLI OGGETTI IN MOSTRA**  
Dalla bottiglia del Campari al Trattorino della Same

L'evento, promosso da Confindustria, è organizzato in occasione della «XVIII Settimana della cultura d'impresa». La mostra sarà aperta dal lunedì al venerdì, su prenotazione (0363.421695), dalle 8,30 alle 12,30 e dalle 13,30 alle 17,30.

Presente ieri anche il sindaco Juri Imeri che in giornata aveva visitato con i componenti di Giunta alcune scuole cittadine, per la complessità delle quali il Comune ha stanziato quest'anno 500 mila euro, quanto necessario in opere di sistemazione.

**Fabrizio Boschi**



## Al via la Settimana della Cultura d'Impresa, per conoscere le aziende "dal di dentro"

Dall'8 al 22 novembre più di 70 eventi previsti da Nord a Sud per entrare in contatto con la storia e le buone pratiche che tengono vivo il nostro settore manifatturiero. Il presidente di Museimpresa Calabrò: «Le imprese sono beni culturali, la politica inizi a vederle come tali»



«**Benedetto Croce diceva: la storia è sempre storia contemporanea**». Perciò le imprese devono fare tesoro della propria memoria storica, e soprattutto aprire le proprie porte per farla conoscere. Così **Antonio Calabrò, presidente dell'associazione Museimpresa**, racconta il senso e l'aspirazione della [Settimana della Cultura d'Impresa](#), la rassegna promossa da Confindustria e oggi giunta alla sua 18esima edizione, che dall'8 al 22 novembre coinvolgerà le imprese e la cittadinanza attraverso convegni, incontri, workshop, proiezioni cinematografiche, mostre, dibattiti e visite guidate in diverse città italiane alla scoperta delle buone pratiche e dell'impegno delle aziende nostrane in termini sociali e ambientali.

La storia è sempre contemporanea, e la storia delle aziende italiane è un unicum da valorizzare. «Le imprese italiane competono sui mercati mondiali non per il costo del lavoro, né l'alta tecnologia, né il bello in sé. **È la cultura politecnica, l'insieme dei saperi umanistici e delle conoscenze scientifiche, che contraddistingue il settore manifatturiero del nostro Paese**, la funzionalità unita al valore estetico che ci rende capaci di costruire macchine efficienti come quelle tedesche, ma più ergonomiche», spiega Calabrò. La mescolanza di saper fare e memoria, insomma, rende unico nel suo genere il comparto manifatturiero italiano, con un'esperienza che è «componente essenziale

dell'identità e competitività; non soltanto testimonianza storica, ma una funzione della concorrenza e vero e proprio asset aziendale».

Oltre 70 eventi sono previsti da Nord a Sud del Paese per festeggiare questo 18esimo appuntamento, punta di diamante di un'attività di divulgazione e promozione che prosegue da anni. **L'associazione, infatti, fin dal 2001 si propone di promuovere la politica culturale dell'impresa attraverso l'implementazione di buone pratiche come la valorizzazione di documenti, materiali, oggetti, prodotti e macchinari che raccontano le storie delle imprese e dei loro protagonisti**, così come lo stimolo a creare musei ed archivi di impresa, di pari passo con la promozione del turismo industriale.

**«Fin dagli anni '50 la grande trasformazione dell'impresa italiana, ha consentito alle persone di trovare all'interno di imprese e fabbriche il sistema dei diritti e doveri che sta alla base della cittadinanza»**  
Antonio Calabrò

Dietro ad ogni bilancio, infatti, c'è molto più dei semplici numeri, ma «una storia di sforzi, di imprese, di vittorie e di sconfitte, di uomini e donne», dice il presidente, e in questo senso le imprese dovrebbero e considerarsi ed essere considerate dei veri e propri beni culturali. «Le prime biblioteche aziendali in Pirelli, ad esempio, furono aperte negli anni Venti. **Fin da quegli anni abbiamo testimonianze di un sistema di welfare integrato, dal punto di vista della sanità e non solo, fra le imprese italiane**», spiega. Fondamentale è che questi beni siano fruibili non solo all'interno, ma anche all'esterno degli edifici aziendali. «Le imprese sono disseminate nel territorio, il rapporto con la cittadinanza le rende sensibili sia in termini ambientali, sia verso le loro stesse esigenze. Da questo punto di vista una industria "cresciuta all'ombra dei campanili", cioè nei territori, poi ha un rapporto positivo con le esigenze sociali dei territori», racconta ancora Calabrò. È proprio in tal senso che l'associazione si pone l'obiettivo di **promuovere e mettere in rete le imprese che scelgono di privilegiare il proprio patrimonio culturale all'interno delle proprie strategie di comunicazione**.

Raccogliere in maniera esaustiva e comunicare efficacemente questa ricchezza, infatti, è essenziale. Soprattutto in chiave - questi i termini centrali della settimana - di sostenibilità e di inclusività. **«Queste sono intese in maniera duplice, in termini sia ambientali che sociali, dalla sicurezza sul lavoro alla scelta crescente in termini di parità di genere**», dice il presidente. «Fin dagli anni '50 la grande trasformazione dell'impresa italiana, ha consentito alle persone di trovare all'interno di imprese e fabbriche il sistema dei diritti e doveri che sta alla base della cittadinanza». Le aziende, insomma, da sempre luogo di inclusione e trasformazione. «Anche in territori difficili, come l'industria bresciana o quella del nordest, dove tanti hanno trovato lavoro, accoglienza, cittadinanza, perché bravi».

«L'impresa è l'unico vero ascensore sociale che esiste in questo Paese», dichiara ancora il presidente. E, contrariamente ad una certa politica, «in cui i fondi pubblici vengono investiti su reddito di cittadinanza o quota cento, ma non sull'innovazione, l'impresa è un elemento di grande mobilità». **Troppo spesso le imprese vengono viste come gli attori negativi del gioco**, mentre invece «l'industria italiana è molto meglio di come viene rappresentata e merita molta più

attenzione di quanto una cultura anti industriale e antiscientifica, presente da troppo a lungo nei governi, le riserva», puntualizza il presidente.

**«Bisogna che le imprese aprano le loro porte ad artisti, fotografi, registi e creativi. Bisogna far rientrare nelle nostre fabbriche donne e uomini di cultura: siamo o no un soggetto culturale?»**

Antonio Calabrò

Ma perché questa narrazione ha preso piede? Il capo di Museimpresa ammette come, purtroppo, **«in molte imprese è prevalsa l'abitudine a stare e si è sottovalutata l'importanza di raccontarsi»**. Ma questo non dovrebbe distogliere dall'importanza di esempi positivi, di cui fortunatamente godiamo in grande quantità: Pirelli, Merloni, l'industria elettrodomestici Borghi, Zambon in Veneto, Della Valle, Bacchi, Ima, gruppo Seragnoli sono solo alcuni tra i casi più meritevoli di menzione. Oggi molte di queste realtà hanno aperto fondazioni, progetti, musei che non sono solo autocelebrativi, ma che agiscono per la comunità. A fare da apripista, racconta il presidente di Museimpresa, fu a suo tempo la Federchimica: «quella che aveva una reputazione di azienda inquinante e pericolosa per definizione, ha aperto le sue porte per far conoscere i propri processi interni». Se non avesse funzionato, probabilmente oggi non saremmo qui. «Noi siamo un paese manifatturiero, asse portante dello sviluppo italiano», dichiara fiero Calabrò.

Oggi un'ottantina di aziende hanno dimostrato di aderire ai valori e alla missione dell'associazione. Ma ancora **«moltissime imprese vanno educate a riconoscere e valorizzare il loro patrimonio, conservandolo e rendendolo fruibile»**. Discorso valido anche per le startup, che «proprio non avendo una lunga storia alle spalle vanno stimulate a pensarci». Non soltanto in termini di comunicazione e storytelling aziendali, ma abbracciando il coraggio e la responsabilità di un confronto aperto con tutti gli attori in gioco, a partire dalla società civile. Per questo **«bisogna che le imprese aprano le loro porte ad artisti, fotografi, registi e creativi. Bisogna far rientrare nelle nostre fabbriche donne e uomini di cultura: siamo o no un soggetto culturale?»**, si chiede il presidente.

In fondo, solo facendo tesoro della propria identità, ed unendola a quella di altri, è possibile porre in atto i veri processi alla base del progresso. «Gustav Mahler diceva: “la tradizione non è custodia delle ceneri, ma è culto del fuoco”. Noi crediamo profondamente a questo, è essenziale», conclude Calabrò. **Attraverso progetti con le scuole, il rapporto con i creativi, il finanziamento di iniziative culturali, il sostegno a festival e attività strettamente legati ai territori**, oltre che investimenti su di sé e sulla possibilità di raccontarsi e di farsi raccontare, le imprese possono riacquisire quella centralità che, in attesa di essere riconosciute in maniera onesta nella narrazione pubblica, già nella pratica hanno per la vita del Paese. E la politica? «Basterebbe che fosse meno disattenta e ostile, e che capisse che **senza imprese non c'è sviluppo di qualità nel paese**.

Bisognerebbe investire soldi pubblici su ricerca e formazione, agire sulla leva fiscale per dare alle imprese una mano per tutti i processi di cambiamento, mettendole in condizione di reggere tutte le sfide poste dall'intelligenza artificiale. Non condoni fiscali per premiare i furbi, ma risorse per chi paga meglio i giovani. Servirebbe capire cos'è una vera politica industriale sull'innovazione. Ma più di tutto bisognerebbe mettersi nell'ottica che l'impresa non è una mucca da mungere o un nemico da tartassare».

# Si apre lo scrigno della carta, Fabriano mostra il tesoro

Il prossimo fine settimana riflettori sul patrimonio dell'archivio delle Miliani

## L'INIZIATIVA

**FABRIANO** Si chiama "In and Out of paper" e punta a far conoscere l'immenso patrimonio cartario custodito nell'Archivio storico delle Cartiere Miliani Fabriano. Anche il prossimo weekend, per la 18esima edizione della Settimana della Cultura d'Impresa (8-20 novembre), promossa da Confindustria e

Museimpresa, sarà aperto al pubblico Fabriano Paper Pavilion, il padiglione che, durante la XIII Conference delle Città Creative Unesco dello scorso giugno, era stato allestito all'interno del complesso storico delle Cartiere Miliani, richiamando una marea di visitatori.

Nella circostanza, si era parlato di un viaggio meraviglioso ("A Wonderful Journey"), se si considera che più di 750 anni di tradizione cartaria vengono sintetizzati con 1.500 filigrane, 1.200 fotografie storiche, una biblioteca di oltre 3.000 volumi, fino ai 10.000 pezzi tra strumenti

e macchinari per la fabbricazione della carta fatta a mano.

Anche in questi giorni è possibile visitare il padiglione, poiché la Fondazione Fedrigoni Fabriano si è inserita nella Settimana della cultura, il cui tema del 2019 è "A Regola d'Arte. L'Italia delle culture d'impresa: inclusiva e sostenibile", con un progetto tanto suggestivo quanto

**Sarà visitabile il padiglione con filigrane fotografie storiche e una biblioteca**

81766428636772146482146164753621

importante sul piano storico e culturale. "In and Out of paper" fa anche parte di una serie di iniziative pensate per il percorso di candidatura della carta e della filigrana di Fabriano a patrimonio culturale immateriale dell'Unesco ed ha ottenuto il patrocinio gratuito degli enti che stanno collaborando all'impresa, precisamente la Pia Università del Cartai, la Fondazione Cartifac e il Comune di Fabriano. «La riapertura del Paper Pavilion – sottolineano gli organizzatori dell'evento – risponde all'esigenza di trasmettere consapevolezza del patri-

monio culturale d'impresa di un'intera comunità come identità collettiva di un territorio. Un'iniziativa che si propone di creare un dialogo aperto e continuo tra valorizzazione e conoscenza delle modalità di conservazione e tutela dello stesso». Fabriano Paper Pavilion, curato da Umberto Giovannini, potrà essere visitato il 16 e 17 novembre, nel complesso storico delle Cartiere Miliani (via Pietro Miliani, 31/33) previa prenotazione obbligatoria (0732702502).

Aminio Camilli

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## VALDILANA

### Visita ai campionari di Casa Zegna

**VALDILANA** In occasione della Settimana della **Cultura di Impresa**, domenica sarà aperto al pubblico in via straordinaria il cuore dell'archivio storico della Fondazione Zegna di Casa Zegna, a Trivero (via Marconi, 23), che conserva, attraverso la straordinaria raccolta di campionari iniziata nel 1910 da Ermenegildo Zegna, la documentazione di oltre cento anni di storia. Orari di visita: ore 14.30 e 15.30, con prenotazione obbligatoria. Per informazioni e prenotazioni, telefonare allo 015-7591464 o visitare il sito: [www.fondazionezegna.org](http://www.fondazionezegna.org).



L'INCHIESTA

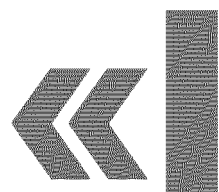
IL PATRIMONIO  
POCO SFRUTTATO  
DEI MUSEI DI IMPRESA

a pagina III Rullo



Il Piemonte conta 11 spazi dedicati al patrimonio industriale, custodi della storia e potenti veicoli di comunicazione del Made in Italy. Ma i costi non sempre ripagano le spese per allestirli e mancano percorsi esperienziali

# La corsa per il futuro dell'azienda finisce in un museo



«Il futuro è di chi ha un grande passato». È questo il motivo che spinge sempre più le aziende a creare i musei d'impresa legati al loro brand. «Non solo per fermare la storia e custodire la propria memoria, ma proprio per attirare idee e soluzioni che aiutino l'azienda stessa a migliorare, innovarsi e soprattutto rinnovarsi», spiega Francesca Appiani, vicepresidente di **Museimpresa** e curatrice del museo Alessi di Omegna. Tanto che dal caffè Lavazza alla birra Menabrea, dagli stessi oggetti di design Alessi fino al museo Carpano, alle auto Fiat o alle penne Aurora tutti i marchi più importanti hanno aperto negli ultimi anni uno spazio, anche non ampio, in cui raccontano la loro storia e le tradizioni che li hanno resi celebri.

Un tuffo nel passato dove a essere messo a disposizione del visitatore è il patrimonio storico-culturale dell'azienda. «Così si celebra il Made in Italy — continua Appiani —. La rivoluzione industriale passa attraverso i musei che conservano, tutelano e valorizzano la memoria delle aziende. Storie inedite che

vengono raccontate attraverso gli oggetti e i documenti custoditi. E che parlano di persone, lavoro, cultura e innovazione».

Peccato che, al giorno d'oggi, ci siano però ancora troppi pochi marchi disposti a raccontare la propria storia. Solo 81 aziende sono iscritte a **Museimpresa** in Italia; 11 in Piemonte. Un numero che aumenta del 30% se si contano anche i brand non legati all'associazione promossa da Confindustria e Assolombarda. «Ma sono sempre troppo poche — chiosa Pasquale Seddio, professore di strategie e politiche d'impresa all'Università del Piemonte Orientale —. È lo specchio del nostro Paese. Un museo impresa si innesta su un campo che ha già numeri molto esigui: quello della cultura. Basta considerare che solo il 16% degli italiani si reca in un museo almeno una volta all'anno. E pensare che queste sono realtà rintracciabili solo in Italia. All'estero non esiste la cultura del brand come simbolo di appartenenza. Eppure non si riesce a sfruttare questo potenziale». I numeri dei visitatori infatti confermano questo trend: un milione di biglietti staccati in tutta Italia. Accessi che in Piemonte variano dai 40mila visitatori del museo Lavazza ai 1.500 registrati da quelli Olivetti o Alessi. «Chi si reca nei musei storici cerca un'esperienza — continua il docente —. Lavazza

in questo ha fatto da apripista: ha spinto sull'innovazione presentando il primo caffè da bere nello spazio. È chiaro che il visitatore è incuriosito dalla novità e vuole conoscere di più l'azienda. E il museo raggiunge il suo obiettivo: trasformarsi in un canale di comunicazione potente per fidelizzare i suoi clienti».

«Il brand heritage è una sfaccettatura dell'identità di marca — continua il professore —: rappresenta ciò che l'azienda è oggi grazie alla propria storicità. Pensiamo alla Lettera 22: è l'esempio del prodotto che può diventare un simbolo, uno strumento di cultura attraverso cui raccontare innovazioni e sperimentazioni. Quando parliamo di museo dobbiamo farlo in forma dinamica. A nessuno interessa più vedere pannelli o vecchi archivi. Ma per ora è ciò per cui si paga». Qualcuno ha provato a cambiare rotta. Come Italgas. Tra le stanze di Torino i bambini possono cimentarsi in quiz per vedere se si è capito quanto raccontato durante la visita. «In questi musei si trovano le storie della vita degli operai — afferma Appiani —. Reale Mutua ha per esempio una sala dedicata al lavoro femminile dove si racconta cosa succedeva alle donne che rimanevano incinta. E poi ci sono tante altre curiosità. Chi sa per esempio che le targhe di ferro ancora oggi incastonare su alcune abitazioni servivano al servi-

zio dell'assicurazione per far spegnere gli incendi ai vigili del fuoco che offrivano un servizio privato?».

A mancare allora sono forse le esperienze dedicate ai visitatori. È quello che sta provando a offrire l'archivio storico Olivetti, guidato da Gaetano di Tondo. «È il museo che deve andare dai visitatori, non il contrario — dice —. Il modo? Usando i social. È quello il canale in cui ci si deve raccontare. L'archivio così è già arrivato a Parma. Ora andrà a Matera. Chiedere ai visitatori di venire da noi ci avrebbe lasciato nell'anonimato. Siamo noi ad andare da loro. Offrendo emozioni. Ivrea, capitale Unesco dell'Innovazione ha sì più turisti sul territorio, ma c'è ancora molto da fare per crescere». Un leitmotiv seguito anche da altre aziende che pian piano stanno cercando di sviluppare attività di ricerca, di formazione e di approfondimento. «Gli archivi non vengono solo usati per raccontarsi. Ma sono anche strumento di formazione dei nuovi dipendenti — osserva ancora Appiani —. E poi l'azienda li usa anche come fonte di ispirazione. Capita nel campo della moda: i creativi spesso studiano i dettagli sulle vecchie carte e sui vecchi documenti custoditi nel tempo. Da lì nascono nuove linee in cui si ritrovano dettagli del passato. Insomma non è solo un modo per sottolineare la tradizione italiana. Anche se è

capitato. Ad esempio nel caso di cambio di proprietà di Fila, la nota marca di abbigliamento biellese. Una volta passata ai coreani sono stati loro a voler mantenere il legame con la storia dell'azienda. Il motivo? Il made in Italy è in ogni caso sinonimo di qualità».

La nota dolente restano però costi di allestimento di un museo. Alcune imprese cercano di rientrare delle spese attraverso il biglietto d'ingresso, altre invece consentono visite gratuite. «Non si riesce in ogni caso a riavere quanto investito — conclude Appiani —. Con i biglietti si copre un 10% della spesa. Il resto è tutto a carico della ditta. In questo però può essere d'aiuto il merchandising oppure a dare valore aggiunto è lo stesso marchio. Nel primo caso ci sono aziende che riescono a contenere i costi e andare addirittura in pareggio di bilancio. Nel secondo caso l'esempio può essere proprio Alessi. Comprare un oggetto di design vuol dire avere in casa un prodotto esposto al Moma di New York. Sinonimo di qualità se non di arte».

**Floriana Rullo**

## La scheda

● Solo 81 aziende sono iscritte a **Museimpresa** in Italia; 11 in Piemonte

● In regione ci sono Casa Martini, Archivio Maire Tecnimont, Spazio La Stampa, Museo Rai, Museo Lavazza, Museo Carpano, Collezione Civiltà della plastica, Archivio storico Olivetti, Archivio nazionale cinema impresa, Fondazione Fila Museum, Casa Zegna, Casa Menabrea, Museo Alessi

● Gli accessi in Piemonte variano dai 40mila visitatori del museo Lavazza ai 1.500 di Olivetti o Alessi



Pasquale Seddio

All'estero non esiste la cultura del brand come simbolo di appartenenza. Eppure non si riesce a sfruttare questo potenziale



Francesca Appiani

Gli archivi non vengono solo usati per raccontarsi. Ma sono anche strumento di formazione dei nuovi dipendenti

## Storia

Il museo Olivetti a Ivrea annovera i prodotti di calcolo e per la scrittura sfornati dalla famosa fabbrica

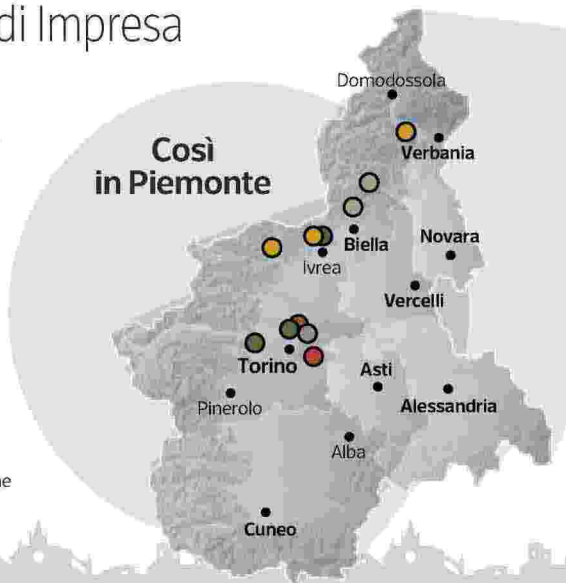


## I musei di Impresa

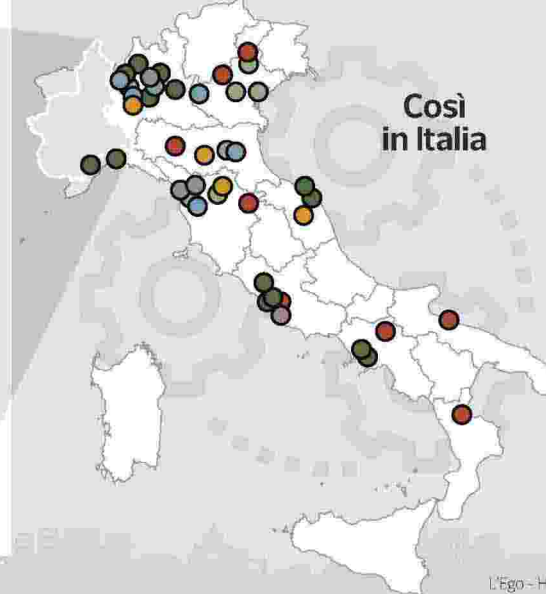
### LEGENDA

- Cibo e benessere
- Design
- Economia e società
- Moda
- Motori
- Ricerca e innovazione

### Così in Piemonte



### Così in Italia



## Porte aperte per due week end al 'Fabriano pavillon', archivio storico delle cartiere Miliani

Prenotazione obbligatoria per visita di 1200 fotografie e di tremila volumi storici

**Porte aperte** per due weekend consecutivi al 'Fabriano paper pavillon', l'archivio storico delle Cartiere Miliani-Fedrigoni che custodisce un impressionante patrimonio artistico legato alla realizzazione di carta artigianale. In occasione della 'Settimana della cultura d'impresa', la struttura fabriana che ha già ospitato il padiglione della carta in occasione del Meeting Unesco di giugno scorso, torna ad essere visitabile da chiunque ad ingresso gratuito.

**Sabato e domenica** prossimi, come pure in quelli successivi (prenotazione obbligatoria) si spalancheranno le porte dell'antico complesso nel quartiere Piano a fianco della vecchia sede delle Miliani per le visite di appassionati e semplici curiosi. «Sono presenti - spiegano dalla Fondazione Fedrigoni - collezioni di 1.500 filigrane, 1.200 fotografie stori-

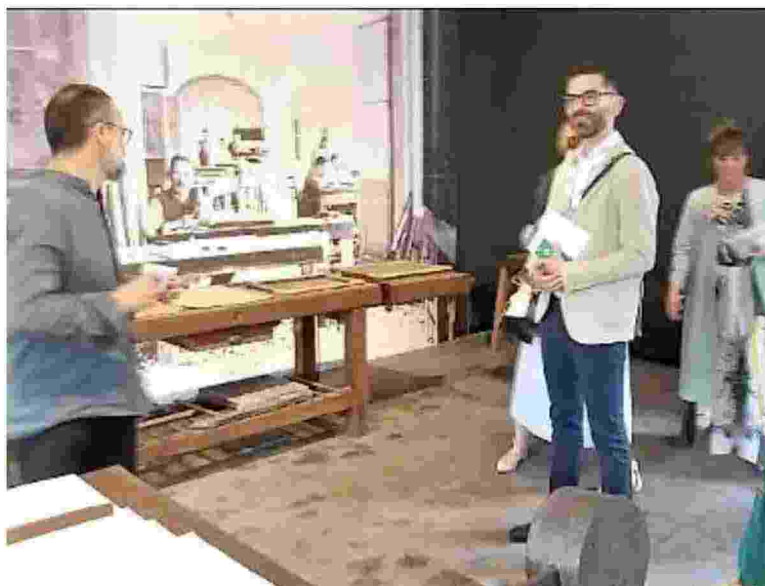
che e una biblioteca di oltre tremila volumi, fino ai diecimila strumenti per la fabbricazione della carta fatta a mano. Una testimonianza unica della cultura cartaria della città e degli oltre 750 anni di tradizione».

**L'allestimento**, curato da Umberto Giovannini, è pensato come un percorso poetico nel cuore delle cartiere, una riqualificazione di spazi che, pur mantenendo la funzione di deposito, si trasformano, permettendo un'accoglienza del pubblico e una diversa fruizione da parte dei non addetti ai lavori. Proprio in occasione della kermesse Unesco, tante furono le visite alla struttura posizionata nel quartiere Piano che profuma di storia, anche perché a fianco del vecchio opificio industriale delle Cartiere.

a.d.m.

**PEZZO DI STORIA**

**L'archivio delle cartiere rappresenta circa 750 anni di lavoro di cesello sulla carta artigianale**



LA RASSEGNA, L'INCONTRO

# La Mara di Cassola protagonista alle «Stregonerie»

► Domani confronto sull'opera vincitrice dell'edizione 1960  
Sold out allo spazio Alberti: «Sorpresi dal grande interesse»

Lucia Lamarque

«La ragazza di Bube» e Carlo Cassola saranno i protagonisti del terzo incontro di «Stregonerie. Premio Strega tutto l'anno» in programma domani dalle 18.30, presso lo Spazio Strega all'interno della fabbrica Alberti. «La ragazza di Bube», premio Strega 1960, sarà raccontato da Antonello Ricci, curatore della riedizione di «I minatori di Maremma» di Cassola e Bianciardi e dallo scrittore Fabio Stassi responsabile della narrativa Minimum Fax. Il romanzo, sicuramente tra i più conosciuti di Cassola, narra l'incontro, all'indomani della Liberazione, tra due giovani, Bube e Mara. La vita per i due non è facile perché Bube è accusato di un delitto ed è costretto a nascondersi, ad espatriare e poi trascorrere 14 anni in carcere. Ma Mara non si arrenderà e sarà pronta ad aspettarlo fino al termine della reclusione. La serata Strega si annuncia ancora una volta con un tutto esaurito con la presenza nello spazio aziendale di tantissimi appassionati della lettura e del premio: «Siamo davvero contentissime della risposta che Benevento sta dando alla rassegna "Stregonerie". Quando abbiamo iniziato a settembre – sottolinea Melania Petriello, organizzatrice con Isabella Pedicini della rassegna letteraria – non pensavamo di trovarci dinanzi a un interesse così vasto. Inoltre lo spazio Strega è davvero eccezionale



non solo per l'eleganza degli ambienti ma perché in quel posto si respira lo Strega e tutto lo spazio, con la lavagna della finale del premio, con le foto dei vincitori e la libreria è profondamente intriso del premio letterario». Per commentare a 360 gradi «La ragazza di Bube» è previsto l'apporto dei gruppi di lettura che animeranno il dibattito: «È questo un altro aspetto importante di "Stregonerie". I lettori – spiega Petriello – si incontrano nelle librerie per rileggere le opere che saranno al centro dell'appuntamento mensile del "Premio Strega tutto l'anno", da noi individuate. In questo un duplice scopo: far vivere le librerie, anche su richiesta diretta dei librai, e favorire l'incontro tra i gruppi di lettori. Mi piace anche sottolineare che, mentre si svolge la serata a Benevento, sui social le "book blogger", ragazze che in tutta Italia svolgono il ruolo di influen-

cer per la letteratura, commentano i libri e si scambiano opinioni indirizzando l'interesse di chi legge. E visto l'interesse che ha suscitato la rassegna, stiamo già pensando a proporre, nel prossimo anno, i libri vincitori del Premio Strega Europeo». Due i filoni di approfondimento previsti per commentare il romanzo, come anticipa Petriello, quello letterario in quanto «La ragazza di Bube» è stato un libro cult per la crescita culturale di tante persone e quello storico perché il libro è strettamente legato al tempo in cui è nato (1958/59). Da sottolineare che la serata di domani si svolge nell'ambito della «Settimana della cultura d'impresa 2019» un'occasione in più per Strega Alberti per confermare la vocazione letteraria dell'azienda beneventana che dal 1947 sostiene il più prestigioso premio letterario italiano.

© RIPRODUZIONE RISERVATA