

# Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
<b>Rubrica Museimpresa</b>				
25	Avvenire	01/12/2015	<i>IMPRESE DA MUSEO</i>	2
16	La Repubblica - Ed. Torino	28/12/2015	<i>L'EROTISMO AL MASSIMO COL FISH &amp; CHIPS FESTIVAL "FRIEND MOVIE": IN DUE IL CINEMA COSTA MENO</i>	5
15	Verona Sette	26/12/2015	<i>A SILVIA NICOLIS IL PREMIO "CAPITANI DELL'ANNO 2015"</i>	6
19	Corriere Adriatico - Ed. Macerata	22/12/2015	<i>ARCHIVI D'IMPRESA SIGLATA UNA CONVENZIONE</i>	8
	Tgitalia.com-.it	18/12/2015	<i>SEA, CITYTOCITY CHIAVE DI VOLTA PER INTEGRARE NETWORK E TERRITORIO</i>	9
	Blog.Corriere.it	07/12/2015	<i>I MUSEI-IMPRESA CAPOFILIA DEL TURISMO GREEN</i>	10
103	Auto d'Epoca	01/12/2015	<i>LA "LANCIA ASTURA MILLE MIGLIA 1938" DEL MUSEO NICOLIS DI VILLAGRANCA ALLA MOSTRA "IL GRANDE GIOCO D</i>	12
8	Corriere della Sera - ed. Milano	01/12/2015	<i>BUSINESS E CULTURA, PIANO SEA PER AUMENTARE GLI ARRIVI (F.Tamburini)</i>	13
30	Nuova Finestra	01/11/2015	<i>LOIRA IN MOSTRA A MILANO</i>	14
<b>Rubrica Cultura d'impresa</b>				
9	L'Unita'	21/12/2015	<i>LA MEMORIA DELL'ILLUMINATO OLIVETTI (E.Ballurio)</i>	15
63/64	Elle Decor	01/01/2016	<i>VIAGGIO NEL DESIGN</i>	16
6	Brand News	21/12/2015	<i>ANDREA ILLY CONFERMATO ALLA PRESIDENZA DI ALTAGAMMA</i>	18
<b>Rubrica Musei Aziendali</b>				
11	Corriere della Sera	10/12/2015	<i>SUPPLEMENTO- L'UOMO CHE PUO' VANTARE UNA MEMORIA DI FERRO</i>	19
34/35	la Stampa	08/12/2015	<i>PAUSA PRANZO C'ERA UNA VOLTA LA MENSA</i>	21
45	L'Eco di Bergamo	21/12/2015	<i>LUNGO L'AUTOSTRADA IL TRACCIATO DI QUESTI NOSTRI NOVANT'ANNI</i>	24
33	Il Quotidiano del Sud - Reggio Calabria	15/12/2015	<i>BENEDIZIONE PAPAIE PER L'AMARO DEL CAPO</i>	26
28	Eco di Biella	10/12/2015	<i>AGNONA IN MOSTRA ALLA VILLA REALE</i>	27
7	Il Giorno - Ed. Legnano	06/12/2015	<i>ALL'INTERNO DELLA SAFFA APRE LO SPACCIO LINDT ORA TOCCA AL RESTO DELL'EX FABBRICA RINASCERE</i>	28
18	Il Tirreno - Pontedera	19/12/2015	<i>DAI DIRIGIBILI AI ROBOT. E IN MEZZO LA VESPA</i>	29

**Oltre la fabbrica.** Sempre più numerose le aziende con aree espositive in cui raccontano la loro storia: parla lo studioso Domenico Liggeri che ne ha censite più di 150 da Nord a Sud

# Imprese da MUSEO

**GIUSEPPE MATARAZZO**

**C'**è sempre un po' di scetticismo, in particolare del mondo umanistico, quando l'impresa fa cultura. Soprattutto quando la fa a partire da se stessa, dalla propria storia. L'impresa narrata e narrante. Eppure l'industria che si racconta è uno dei fenomeni più interessanti e innovativi di comunicazione e di cultura. Come? Con i musei d'impresa, «musei a pieno titolo e non certo un capriccio da *upper class*», puntualizza subito Domenico Liggeri, docente di Metodologia dei musei d'impresa all'Università Iulm di Milano, che all'argomento ha dedicato un corposo volume, *La comunicazione di musei e archivi d'impresa* (Lubrini Editore, pp. 340, euro 18).

Ma cos'è un museo d'impresa? «Dipende dall'approccio con cui si guardano – spiega Liggeri –. Se si osservano dal punto di vista dell'approdo, alcuni musei potrebbero non definirsi tali. Prendiamo la Fondazione Prada, che ha realizzato un importante polo museale di arte contemporanea a Milano. Succede lo stesso per molti musei che sono frutto dell'azione collezionistica dell'imprenditore che li fonda e non hanno coerenza con gli oggetti e i prodotti dell'azienda e spesso non vogliono neanche che compaia il proprio *brand*. Se si va però alla sorgente ci troviamo di fronte a una struttura museale che ha una relazione inestricabile con l'impresa. E questo basta perché sia un museo d'impresa. Poi ogni impresa decide cosa e come comunicare: se raccontare la propria storia, quella del settore di riferimento, della comunità. O semplicemente farsi promotore di qualcosa, sponsorare un progetto. C'è persino il caso di mu-

sei che espongono materiali appartenenti a un'impresa, ma che non appartengono all'impresa. È il caso del Museo del Cappello Borsalino che appartiene al Comune di Alessandria, che l'ha fortemente voluto e che rappresenta un esempio del forte legame fra l'azienda e il territorio, che riconosce quel marchio, quei prodotti come suoi».

Gli esempi sono diversi e disparati: si può passare dal racconto del mito italiano della mobilità a due ruote di Vespa nella sede storica di Piaggio a Pontedera, in Toscana, alla narrazione della cultura del vino nel Museo delle cantine Lungarotti a Torgiano, in Umbria, e dei distillati al Museo Poli della Grappa a Bassano; dall'emozione che trasmette il Museo del Cavallo Giocattolo di Artsana nel Chicco Village di

Grandate (Como)

che ci fa tornare tutti

bambini,

al neonato museo di Molteni, a Giussano, nella Brianza capitale del design e del legno-arredo, per celebrare gli ottant'anni della fondazione dell'azienda. «Quello che si vede e si legge in questi spazi è – continua Liggeri – un racconto pulito e onesto. Qui le imprese non vogliono vendere niente. Vogliono raccontare una storia, farlo nel modo più

caldo e innovativo. Un bellissimo esempio di *storytelling* ante litteram: non esiste un museo d'impresa che non parli in prima persona, che non si metta a nudo e non cerchi di scaldare il cuore di chi lo visita. E fanno quello che i tradizionali musei ancora spesso trascurano: far vivere un'esperienza. Prendiamo quello di Martini&Rossi: qui c'è un mix fra l'"archeologia" enologica e la narrazione della storia dell'im-

presa, del *brand*, fino al coinvolgimento dei visitatori che producono un *vermut* che poi si portano a casa».

Contarli non è operazione facile. Liggeri ne ha censiti più di 150, ma sono molti di più. «Rispecchiano la geografia dell'Italia industriale: tantissimi al Nord, un bel numero al centro e pochi coraggiosi casi al Sud. Nel Mezzogiorno, una interessante testimonianza arriva dalla famiglia Amarelli, che a Rossano, in provincia di Cosenza, racconta la propria storia, ma anche quella della liquirizia, in un legame antico col territorio che si rinnova in chiave moderna. Andare a vedere il museo e la fabbrica, vale il viaggio». Nei musei d'impresa avviene insomma una sorta di «miracolo», dice Liggeri: «La pacificazione del rapporto fra l'azienda che fa profitto e l'utente potenziale consumatore. Il conflitto più grande nella nostra società che porta, noi consumatori, a difenderci dalla pubblicità selvaggia, a inserire filtri nei nostri telefonini... In questi luoghi l'impresa invita invece il consumatore a conoscere il senso del proprio lavoro e come nascono i prodotti con cui spesso ci identifichiamo e che consideriamo dei veri *cult* della nostra vita. Dalla Nutella alla Ferrari, chi non è sensibile all'argomento? Così dal museo di Maranello ogni anno passano 300 mila persone».

I problemi non mancano, ovviamente. Perché accanto a esempi più illuminati che propon-

gono percorsi interattivi e altamente tecnologici, facendo scuola, ce ne sono altri che devono superare le paure e osare. Soprattutto sul fronte della comunicazione. «A cominciare dalla cosa oggi più elementare: siti internet e social network. Si fa fatica a creare un sito ad hoc dello spazio museale, si preferisce ancora inglobarlo in quello aziendale - spiega Liggeri - . Serve ancora molto lavoro di informazione e di sensibilizzazione e uno sforzo per garantire una continuità di apertura, avere un servizio e del personale dedicato e competente. La maggior parte sono gratuiti, e questo non aiuta certo a sollecitare ulteriori investimenti. Per cui il museo, per un'azienda, è sempre e solo un costo in bilancio».

Una spinta alla diffusione e a fare rete l'ha data Assolombarda facendosi promotrice, in Confindustria, nel 2001 di **Museimpresa**, l'associazione italiana degli Archivi e musei d'impresa per creare, attraverso queste esperienze, una panoramica della storia produttiva, culturale e progettuale del nostro Paese, con i pezzi forte del made in Italy: design, food, motori, moda. «Un modo per fare sistema e valorizzare questa forma di comunicazione aziendale che rappresenta uno strumento di promozione culturale e una interessante occasione di turismo industriale. Che - se ne facciano una ragione i "puristi" - è a tutti gli effetti cultura».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## INIZIATIVA

### E L'ARTE DELLE BANCHE SI METTE IN RETE

Si chiama Muvir, ed è il Museo Virtuale delle banche operanti in Italia, che raccoglierà su una infrastruttura digitale i capolavori conservati negli istituti di credito attivi sul territorio nazionale. Un patrimonio di ben 300.000 opere, tra dipinti, sculture, ceramiche, fotografie, monete e arredi, di cui una prima parte relativa all'800 e al '900 sarà fruibile in rete, da esperti e appassionati, già dalla primavera del 2016. Si tratta di un progetto dell'Associazione Bancaria Italiana. Il Museo virtuale permetterà di conoscere tesori dell'arte nella maggior parte dei casi mai esposti al pubblico, custoditi nelle sedi storiche delle banche, in prestigiose collezioni private che contano, tra gli altri, capolavori di indiscussi maestri antichi e contemporanei, quali Filippo Lippi, Perugino, Caravaggio, Tintoretto, Hayez, Canova, Boccioni, Andy Warhol. «Una volta l'anno, a ottobre, - ha spiegato il presidente dell'Abi, Antonio Patuelli - vengono aperti i palazzi degli istituti per la manifestazione "Invito a Palazzo". A questa conoscenza fisica del patrimonio storico artistico bancario vogliamo affiancare quella virtuale delle singole opere tutelate e valorizzate in tutta Italia». Il legame delle banche con l'arte e la cultura - ha aggiunto - è «una tradizione plurisecolare». «Era il denaro che valorizzava l'arte», ha ricordato anche il direttore dei Musei Vaticani, Antonio Paolucci, sottolineando il legame fortissimo tra le singole banche e il territorio, che ha permesso di proteggere le espressioni più locali, spesso eccelse, riunite in uno «steminato patrimonio ora non più occulto». (G. Mat.)

«Un esempio di storytelling ante litteram, propongono vicende essenziali per la cultura del Made in Italy». Non solo brand come Ferrari, Vespa e Nutella che fanno decine di migliaia di visitatori l'anno, ma anche i cavalli a dondolo di Artsana, la liquirizia di Amarelli, le cantine di Lungarotti...



Domenico Liggeri



**PONTEDERA.** L'interno del Museo Piaggio: una mostra permanente racconta la storia della Vespa



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 081231

CLARA CAROLI

## L'erotismo al Massimo col Fish & Chips Festival "Friend Movie": in due il cinema costa meno

**Cinquanta sfumature di erotismo.** Decolla il 14 gennaio al Massimo il "Fish & Chips Film Festival", promosso da Altera con il Museo del Cinema. Fino al 17 proiezioni e incontri dedicati alla rappresentazione del sesso sul grande schermo, tra arte e scandalo, carnalità e poesia. In anteprima nazionale nella serata di apertura presentato, in 3D, il discusso "Love" dell'argentino Gaspar Noé (autore di "Irreversible" con la coppia hot Cassel-Bellucci), da Cannes. Il Festival rende omaggio a tre figure femminili che hanno segnato l'immaginario erotico: Erika Lust, creatrice del sito "X Confessions" che raccoglie le fantasie erotiche degli utenti della rete e le trasforma in

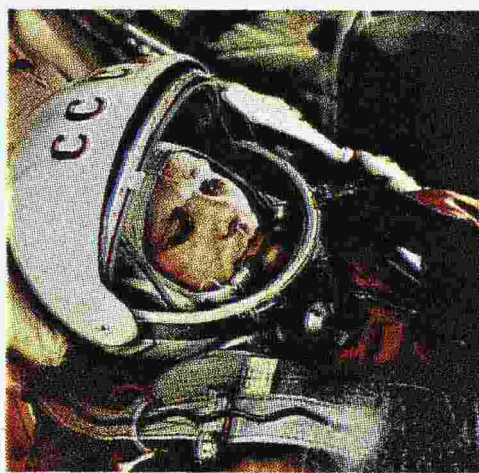
cortometraggi (una selezione sarà presentata in anteprima a Torino); Candida Royale, produttrice, regista e attrice statunitense autrice con Venus Hottentot di "Afrodite Superstar"; e la compianta Laura Antonelli, che si potrà rivedere nel cult "Malizia": 11 lungometraggi e 30 corti nei due concorsi di "Fish & Chips". Info [www.fishandchipsfilmfestival.com](http://www.fishandchipsfilmfestival.com).

**Arrivano i marziani.** Per l'uscita del nuovo capitolo di "Star Wars", l'Archivio Nazionale del Cinema di Impresa di Ivrea presenta sul canale YouTube "cinemaimpresatv" antologia di film industriali e video pubblicitari tra gli anni 50 e 80 sul tema dello "spazio", con alieni e viaggiatori intergalattici. Ci sono i cosmonauti Leonov e Bere-

govoy in visita alla Fiat, Yuri Gagarin nello spot Pirelli, la Donna Robot in quello della Lancia Y10 del 1986 e la "Donna nello spazio" nella campagna per la portatile Valentine dell'Olivetti. Info [www.museimpresa.com](http://www.museimpresa.com).

**Friend Movie.** Al cinema con lo sconto se in coppia. Nasce a Torino la smartbox dei cinefili. Si chiama FriendMovie ed è la startup - in sperimentazione al Massimo - dei fratelli D'Amelio. Obiettivi: socializzazione, risparmio, supporto alla scelta personalizzata dei titoli e sviluppo di una community. Come funziona? Si prenota on line sul sito [www.friendmovie.it](http://www.friendmovie.it), si ritira alla cassa un coupon e si entra in sala.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**LUST**

Erika Lust è la regista dei film erotici nati da fantasie raccolte sul web

**GAGARIN**

Yuri Gagarin è la star dello spot dei pneumatici Pirelli negli anni '60

Conferito il Premio presso la celebre Sala dei Giganti dell'Università di Padova, anche ad altri affermati imprenditori.

# A SILVIA NICOLIS IL PREMIO “CAPITANI DELL'ANNO 2015”

Si chiama “Capitani dell'Anno 2015” il Premio che è stato conferito a Silvia Nicolis, Presidente del Museo Nicolis di Villafranca, sabato 21 novembre presso la Sala dei Giganti dell'Università di Padova.

Il Premio, ideato da Fabio Raffaelli, in collaborazione con Schrodgers Wealth Management, Studio Legale Lombardi Molinari Segni ed Ethica Corporate Finance, con il supporto di Borsa Italiana ed il patrocinio di Confindustria Padova, riconosce le idee, il coraggio e la determinazione che hanno segnato il percorso di tanti imprenditori veneti, e vuole essere una occasione di confronto e stimolo per le forze migliori del nostro Paese.

“Sono molto onorata di ricevere questo riconoscimento, perché sottolinea la volontà del nostro Paese di distinguersi per caparbietà e perseveranza imprenditoriale, ma anche per ricordare che ogni Premio è l'apprezzamento al lavoro, al sacrificio, all'entusiasmo di tutti coloro che ogni mattina si svegliano per lavorare e fare qualcosa di buono nell'interesse comune”, commenta Silvia Nicolis.

Insieme a Silvia Nicolis sono stati premiati altri affermati imprendito-

ri del Triveneto come Riccardo Donadon (H.Farm), Sergio Stevanato (Stevanato Group), Lauro Buoro (Nice), Cesare Benedetti (Zeta Farmaceutici Group), Giovanni Pagotto (Arredo Plast), Kata De Ros (Irinox), Ennio De Rigo (De Rigo), Roberto Favaretto (RBM Salute), Giuliana Fontanella (Istituto Regionale Ville Venete), Severino Veggian (Green Box), a testimonianza della formidabile vitalità imprenditoriale e della spinta propulsiva che tuttora caratterizzano il Nord Est del Paese.

Silvia Nicolis, alla guida del Museo sin dalla apertura nel 2000, ha focalizzato la propria attività sullo sviluppo di una moderna impresa volta alla promozione della cultura, alla valorizzazione del territorio ed allo sviluppo di una intensa rete di contatti professionali. Il Nicolis è infatti un efficace esempio di Museo-Impresa, cioè di impresa privata che persegue obiettivi di crescita e di business svolgendo, nel contempo, una importante funzione sociale e culturale. In questa prospettiva vanno ricordati, a titolo di esempio, gli incontri che la Business Community promuove presso il Centro Congressi del Museo, così come le

collaborazioni con Mostre internazionali come la recente “Arts& Foods” che si è tenuta alla Triennale di Milano in occasione di Expo 2015 o “FAEMA, la Storia e il Mito” presso il MUMAC che celebra i 70 anni di FAEMA.

Ancora, il Nicolis ospita congressi internazionali su tematiche di interesse comune. Una delle ultime “Nutrire la Salute e la Performance per un Benessere Etico”, approfondimento su evoluzione e nutrizione trattato da autorità mondiali del settore, è stata presentata proprio al Museo Nicolis.

Fondato dall'imprenditore e collezionista veronese Luciano Nicolis, fondatore anche del gruppo industriale Lamacart, il Museo custodisce attualmente ben 8 collezioni di auto, moto e biciclette d'epoca, strumenti musicali, macchine fotografiche e per scrivere, piccoli velivoli, accessori da viaggio vintage e una preziosa raccolta di volantini di Formula Uno.

E' associato a MuseImpresa, l'associazione di Assolombarda e Confindustria che riunisce le più importanti imprese del “Made In Italy” con l'obiettivo di tutelare e valorizzare il patrimonio industriale italiano,

collabora in modo stabile con il mondo dei media e dello spettacolo e partecipa ad alcune delle più importanti manifestazioni italiane e internazionali sul motorismo. Per Silvia Nicolis il Premio "Capitani dell'Anno 2015" arricchisce la importante serie di riconoscimenti ricevuti quest'anno, basti ricordare "Profilo Donna 2015" per l'imprenditoria femminile, o "Eccellenza Italiana", assegnato a Venezia dal Registro

Italiano Veicoli Storici. L'imprenditrice veronese affianca da tempo alla guida del Museo anche numerosi incarichi istituzionali (Confindustria Verona; Federturismo Veneto; **Museimpresa**, Giunta della Camera di Commercio Verona).



► *L'obiettivo è quello di salvaguardarli*  
**Archivi d'impresa**  
**Siglata una convenzione**

**LA SINERGIA**

**Recanati**

La Soprintendenza archivistica dell'Umbria e delle Marche e l'associazione della cultura d'impresa "Il Paesaggio dell'Eccellenza" hanno siglato una convenzione per la salvaguardia e la valorizzazione degli archivi d'impresa delle aziende marchigiane. I due enti sono da anni impegnati e attenti alla salvaguardia di questo genere di patrimoni che vengono ancora troppo spesso trascurati, ma testimoniano l'evoluzione delle imprese e del territorio. Gli archivi aziendali raccontano storie di uomini e di donne, del progresso tecnico/scientifico, dell'economia, della società, rappresentano un'identità caratterizzante della nostra regione. La Soprintendenza proseguirà quindi il lavoro di censimento degli archivi e dei materiali aziendali, già avviato negli scorsi anni avvalendosi della collaborazione dall'associazione "Il Paesaggio dell'Eccellenza"

**Un accordo tra la  
Soprintendenza  
e l'associazione  
"Paesaggio dell'Eccellenza"**

za" che faciliterà il contatto con le realtà produttive della regione Marche. La convenzione prevede inoltre un lavoro congiunto di sensibilizzazione degli imprenditori sul tema dei patrimoni storici aziendali e la promozione di iniziative volte a valorizzare questa memoria attraverso esposizioni ed eventi dedicati alla cultura d'impresa dandone visibilità anche attraverso la rete nazionale di Museimpresa alla quale aderisce anche Il Paesaggio dell'Eccellenza. Inoltre saranno individuati quei percorsi condivisi che possono coinvolgere le Università del territorio attive in particolare sui beni culturali e il turismo. Da ultimo la convenzione prevede anche l'individuazione di forme di finanziamento utili all'attività di salvaguardia dedicati anche alle imprese. Al momento hanno aderito al censimento le aziende: Acrilux, Borgani, Competella robotic center, Fbt elettronica, Garofoli porte, Ifi, Somipress e Studio Conti, ma l'adesione è aperta a tutte quelle realtà produttive storiche che vogliono evidenziare sul mercato e verso la comunità le proprie basi, traccia tangibile della loro storia e del contributo verso lo sviluppo economico e sociale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA







**SCONTO FINO AL 25%\***  
SUL SOGGIORNO E SUL VOLO

**+**

**MEZZA PENSIONE GRATUITA\***

\*Offerta soggetta a disponibilità e condizioni.

COOLTRAVEL

PRIMA PAGINA ULTIME NOTIZIE DOSSIER BLOG IL MIO TTG TTG REPORT SPOTLIGHT

TUTTE AGENZIE VIAGGI TOUR OPERATOR TRASPORTI ATTUALITÀ INTERNAZIONALE INCOMING HOTEL PEOPLE EVENTI TECNOLOGIA IL VIAGGIO

Cerca

18/12/2015 08:00

# Sea, CityToCity chiave di volta per integrare network e territorio

DI GIOVANNI FERRARIO

Mi piace  Tweet  G+1  Share

Il Galles alla scoperta delle bellezze del Nord Italia. Una delegazione di agenti di viaggi provenienti da Cardiff ha partecipato all'iniziativa "CityToCity" organizzata da Sea in collaborazione con diversi partner tra cui UnaHotels, Explora, [Museimpresa](#) e Assolombarda.

PUBBLICITÀ



Il fam trip ha permesso di scoprire e visitare l'offerta turistica di Milano e delle Langhe: "L'iniziativa – ha dichiarato Vittorino Capobianco, responsabile business innovation di Sea – prevede la realizzazione di un'offerta integrata del territorio e dei suoi servizi nonché l'espansione e il consolidamento del network di destinazioni collegate con gli aeroporti di Linate e Malpensa. L'obiettivo è quello di diventare parte trainante in questa tipologia di attività di comarketing per tutto il territorio".

Mi piace  Tweet  G+1  Share

TI INTERESSA QUESTA NOTIZIA? ISCRIVITI A TTG REPORT, LA NEWSLETTER QUOTIDIANA

**Mitt** 23 - 26 marzo 2016

la fiera del Turismo n. 1 in Russia

**REGISTRATI COME ESPOSITORE**

**TTG** 18.12.2015

**NOTIZIE PRINCIPALI**

**TOUR OPERATOR** 17/12/2015 09:51

**Volti e aziende del 2015  
Un anno visto da TTG**

DI REMO VANGELISTA

Dodici mesi di turismo raccontato attraverso volti, personaggi e fatti. 'Un anno di TTG', il prossimo numero di TTG Magazine online e in distribuzione a partire da lunedì 21 ...

**AGENZIE VIAGGI** 17/12/2015 10:19

**Liguria, le agenzie di viaggi chiedono lo stato di crisi**

DI SILVIA DE BERNARDIN

**TOUR OPERATOR** 17/12/2015 09:51

**'We love Italy', parte la campagna b2b di Albatravel**

DI AMINA D'ADDARIO

**INCOMING** 17/12/2015 09:17

**Legge di stabilità: bancomat meno cari e tetto ai contanti**



## La nuvola del lavoro

di Corriere - @Corriereit

cerca nel blog

Cerca

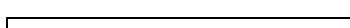


### I musei-impresa capofila del turismo green

7 DICEMBRE 2015 | di Silvia Pagliuca

(+)

Il tempo stimato per la lettura di questo post è di 4 minuti.



di

**Silvia Pagliuca**

**Sostenibilità: per musei, terme, porti turistici, impianti di risalita.** È il nuovo volto del turismo made in Italy, fatto di attenzione alle aree locali, alle antiche tradizioni e ai risparmi energetici.

«Una questione ambientale? Non solo» – specifica il presidente di Federturismo Renzo Iorio che ha recentemente inaugurato il progetto **«Museimpresa Green»**, la prima rete al mondo di **musei aziendali** sostenibili che rendicontano le proprie emissioni di CO<sub>2</sub> e si certificano con lo standard internazionale Iso 14064.

*Un percorso ambizioso partito, per ora, dal Museo Salvatore Ferragamo di Firenze, da sempre in prima linea nelle tematiche «verdi», ma che presto toccherà altre realtà.*

«I turisti sono già molto attenti, adesso tocca a noi dare le risposte più opportune diversificando i prodotti, distribuendo i visitatori lungo tutto lo Stivale, facendo **emergere anche le aree più piccole** e preferendo il flusso costante ai picchi di arrivi stagionali» - continua Iorio.

#### LA NUVOLO DEL LAVORO

La Nuvola del Lavoro è un blog rivolto ai giovani e ai temi dell'occupazione. E' uno spazio pubblico dove potersi raccontare. E' un contenitore di storie. Un'istantanea di ritratti, un collage di esperienze e di vissuti. Gli occhi puntati sulla generazione perduta, come la definiscono i pessimisti. E le antenne dritte sulle occasioni di smentita. Non un lamento collettivo, ma una piazza dove manifestare idee e proposte. Si occuperà di professionisti, di partite Iva, di startupper, di contratti atipici. E avrà come riferimento il web 2.0, i social network, gli indigeni digitali, i geek, i lurker, la platea di Twitter e quella di Facebook, le community professionali LinkedIn e Viadeo.



Facebook



Twitter



LinkedIn



oppure scrivi

#### LA NUVOLO DEL LAVORO / POST CORRELATI

Nuvola / Libri - L'impresa-moda è responsabile?

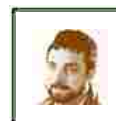
InVento: come ti insegno l'imprenditoria green

Alla ricerca di consulenti verdi

Alessia, che dai rifiuti crea pezzi di aerei

Terre abbandonate per giovani contadini

#### NUVOLO CREW



Potenzialità inespresse del territorio italiano, dunque, che rientrano a pieno titolo nella cosiddetta «missione sostenibilità». «Perché è proprio questa **la chiave di volta del Paese, a partire dal Mezzogiorno**, area non toccata da un'industrializzazione spinta e in cui dobbiamo realizzare un nuovo modello di sviluppo economico e territoriale.

Dobbiamo – precisa Iorio – avere la consapevolezza che **la sostenibilità è la via vincente per il futuro** e che il turismo è un formidabile motore per promuovere questo tipo di sviluppo». Parole attualissime, specie considerando quanto emerso alla COP 21 di Parigi, la conferenza sul clima delle Nazioni Unite.

*Largo, dunque, alle certificazioni e alle buone pratiche che possono portare non solo a una svolta culturale e di modus operandi per l'intero comparto, ma anche a un notevole vantaggio economico per le aziende.*

Il Museoimpresa Ferragamo, infatti, sta ora calcolando le emissioni dirette e indirette di Co2 per capire quali misure attuare per **assicurare l'efficiamento energetico del Museo**.

«Si potrebbe partire, ad esempio, utilizzando luci a led, modificando gli impianti di raffrescamento e riscaldamento e incentivano **comportamenti green nella quotidianità dei dipendenti**: dall'uso della carta riciclata ai mezzi pubblici per arrivare a lavoro» – suggerisce Ada Rosa Balzan, Responsabile Nazionale dei progetti di sostenibilità per Federturismo.

La scelta di Ferragamo come capofila di progetto, inoltre, non è casuale visto che il suo Museoimpresa ha vinto quest'anno il Premio **Bilancio di Sostenibilità 2014** nella categoria grande impresa e che nello stabilimento di Osmannoro a Sesto Fiorentino è stata realizzata una palazzina green che sarà certificata a breve Leed Platinum, con garanzia di sostenibilità a 360°.

*Sono stati già attivati, inoltre, processi di compensazione delle emissioni prodotte dalle spedizioni per vie aeree e nel 2014 è stato formulato il primo bilancio di sostenibilità per comunicare i risultati raggiunti dalla azienda fino ad oggi, in modo trasparente, sulle tre aree fondamentali dello sviluppo sostenibile.*

[twitter@silviapagliuca](https://twitter.com/silviapagliuca)

#### Related Posts:

- [Nuvola/Libri – L'impresa-moda è responsabile?](#)
- [InVento: come ti insegno l'imprenditoria green](#)
- [Alla ricerca di consulenti verdi](#)
- [Alessia, che dai rifiuti crea pezzi di aerei](#)
- [Terre abbandonate per giovani contadini](#)

Tag: [economia](#), [lavoro](#), [sostenibilità](#), [turismo](#)



#### I PIÙ LETTI

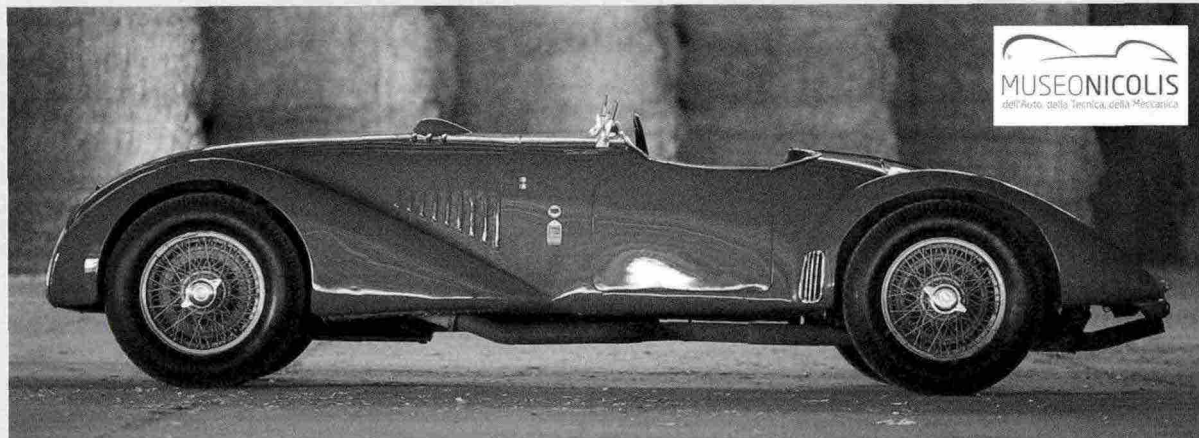
- 1 Svizzera a caccia di ingegneri italiani
- 2 E il fast food spagnolo assume 180 persone
- 3 Se l'home sharing diventa il lavoro principale
- 4 Le grandi marche cercano talenti ma non li trovano
- 5 "Ciao Milano! Meglio fuggire a Berlino"

#### I PIÙ COMMENTATI

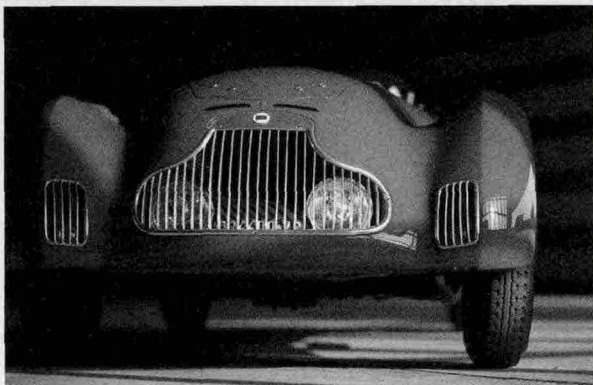
- 1 "Ciao Milano! Meglio fuggire a Berlino"
- 2 Perché l'Italia paga poco i suoi laureati
- 3 Svizzera a caccia di ingegneri italiani
- 4 Le grandi marche cercano talenti ma non li trovano
- 5 E il fast food spagnolo assume 180 persone

#### LA NUVOLE DEL LAVORO / CONTATTACI

## La "Lancia Astura Mille Miglia 1938" del Museo Nicolis di Villafranca alla Mostra "Il Grande Gioco dell'Industria" promossa da **Museimpresa**



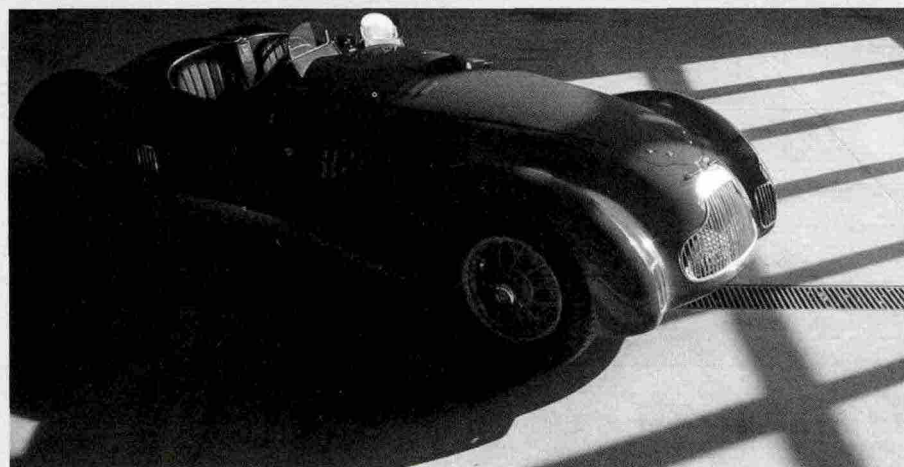
**E'** possibile raccontare, attraverso gli oggetti, l'evoluzione di un paese e le sue eccellenze industriali? La risposta è "certamente sì" e lo testimonia la bella mostra fotografica promossa da **Museimpresa** che si aprirà giovedì 8 ottobre a Milano. La Mostra ospita, in uno spettacolare percorso fotografico, le immagini di molti oggetti cult che hanno fatto la storia dell'industria italiana, realizzati dalle Aziende associate a **Museimpresa**, l'Associazione che fa capo ad Assolombarda e Confindustria per la valorizzazione del patrimonio storico industriale italiano. Fra le testimonianze, anche quella del Museo Nicolis di Villafranca che sottolinea lo straordinario ruolo del motorismo italiano e del "Made in Italy" a quattroruote con la Lancia Astura Mille Miglia del 1938, una delle vetture più rappresentative della collezione di auto d'epoca e anche quella che, con il suo straordinario design, ha fornito lo spunto creati-



vo per la realizzazione del logo del Museo. Nelle grandi immagini che ne raccontano storia e bellezza, la Lancia Astura viene definita "una rossa per le corse pazze". Niente di più vero, basti pensare che questa straordinaria quattroruote ha partecipato a molteplici edizioni della Mille Miglia ed è stata la macchina scelta dal fondatore del Museo, Luciano Nicolis, per innumerevoli e prestigiosi raduni di auto

d'epoca. La sua storia è, ugualmente, affascinante e "pazza". Nonostante fosse nata come ammiraglia di lusso della flotta Lancia, la Astura venne spesso utilizzata in corsa da piloti privati. La vettura del Museo venne allestita nel 1939 dalla scuderia Ambrosiana di Milano per uno dei suoi piloti di punta: Gigi Villoresi. Il pilota, purtroppo, ebbe un infortunio mentre effettuava il rodaggio della mac-

china e dovette rinunciare alla Mille Miglia, la "corsa più bella del mondo". Nel dopoguerra la Astura venne utilizzata da piloti italiani come Franco Cortese e passò poi agli inglesi John Gordon e David Lewis che parteciparono alla Mille Miglia del 1949. Conclusa la stagione agonistica, di questa Lady in rosso si persero le tracce per scoprire, molto tempo dopo, che era stata utilizzata da contrabbandieri svizzeri per transitare orologi preziosi fra la Svizzera e l'Italia ed era stata sequestrata dalla polizia elvetica! Luciano Nicolis, fondatore del Museo e appassionato collezionista, la ritrovò in un deposito, la riportò in Italia e, soprattutto, la riportò all'antico splendore, restituendo al patrimonio del motorismo italiano un gioiello di inestimabile valore. Era la macchina più amata da Luciano Nicolis che ne aveva capito appieno la personalità ed è, oggi, uno dei pezzi più ammirati da migliaia di appassionati che ogni anno visitano il Museo Nicolis di Villafranca. Come è giusto che sia per un oggetto cult che racchiude in sé i segni del talento e della creatività italiani e partecipa, a pieno titolo, al "grande gioco dell'industria". Lancia Astura MM Sport 1938 - collezione Museo Nicolis di Villafranca - alla Mostra "Il grande gioco dell'Industria" - **Museimpresa** - dall'8 ottobre allo Spazio Folli50.0 - Via Egidio Folli, 50 - Milano



Museo Nicolis - tel. +39 045 630 32 89 - 045 630 49 59. Via Postumia - 37069 Villafranca di Verona. nicolis@museonicolis.com; www.museonicolis.com

## 8 Le strategie di marketing

# Business e cultura, piano Sea per aumentare gli arrivi

Il chiodo fisso del presidente della Sea, Pietro Modiano, sono due percentuali: 40 per cento e 60 per cento. Dagli aeroporti del gruppo, quelli di Linate e Malpensa, partono, per turismo o per viaggi di lavoro, più persone (60 per cento del traffico) di quante ne arrivano (40 per cento). Esattamente il contrario di quanto accade, per esempio, all'aeroporto romano di Fiumicino. Ecco perché la scelta è stata di cogliere l'attimo dei successi di Expo 2015 per dare una spallata attirando traffico su Milano. Per questo è partito un piano di marketing ambizioso e articolato, che domenica prossima viene avviato lanciando un progetto pilota con l'aeroporto

di Cardiff, capitale del Galles, nel Regno Unito.

Punto di partenza è l'arrivo a Milano di una folta delegazione gallese, circa 15 persone, che resteranno fino a martedì 1 dicembre. Ne fanno parte operatori turistici, in particolare tour operator, e autorità dell'amministrazione pubblica. E, siccome attirare traffico in città non è un problema soltanto della Sea, troveranno ad accoglierli albergatori (coinvolto in prima linea è il gruppo Una Hotel), Assolombarda, Touring club, Comune di Milano, Regione Lombardia, **Museimpresa** (l'Associazione italiana archivi e musei d'impresa fondata a Milano

per iniziativa di Assolombarda e Confindustria). Punto di riferimento della Sea nell'iniziativa è la compagnia aerea britannica Flybe, *low cost* con base presso l'aeroporto di Exeter, in Inghilterra, nel Nuovo Galles meridionale. L'obiettivo è coinvolgere la Emirates, la compagnia araba già fortemente presente a Malpensa, con sbocchi naturali a Dubai e New York. Il passaggio successivo, dopo il progetto pilota con il Galles, che serve come allenamento, prevede iniziative analoghe di marketing territoriale con Canada, Cina, Sud America.

**Fabio Tamburini**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## Loira in mostra a Milano

A ottobre lo Spazio Folli 50.0 a Milano ha ospitato la mostra "Il grande gioco dell'industria. 50 + 1 oggetti che hanno fatto la storia dell'impresa italiana". Si tratta di una mostra iconografica dedicata agli oggetti che raccontano il "Made in Italy", ma anche la storia della cultura e della società italiana. L'idea è nata tre anni fa sulle pagine de Il Domenicale del Sole24Ore ed è stata poi portata avanti da Francesca Molteni e organizzata da **Museimpresa**, Associazione Italiana dei Musei e degli Archivi d'Impresa, con il patrocinio di Assolombarda ed è inserita nel calendario degli eventi di Expo in Città. È un racconto che narra la storia di cinquanta oggetti scelti dalle collezioni degli archivi e dei musei associati a **Museimpresa**, con la collaborazione dei loro curatori. Il cinquantunesimo, la spoletta volante, rappresenta l'anno zero della storia. Raccontano una storia d'impresa, il Made in Italy, ma anche la storia della cultura e della società italiana. E soprattutto sono per tutti, perché sono nati per arrivare dovunque. Vederli riuniti, permette di comprendere la grandezza dell'ingegno umano, la creatività e la passione dietro piccole e grandi invenzioni. La mostra si sviluppa come una grande linea del tempo, che intreccia la storia, la comunicazione,

il progetto, le innovazioni tecnologiche e di prodotto che hanno fatto di quell'oggetto un'icona. La visita si snoda in un percorso formato da grandi pannelli di legno che raccontano con immagini e testi la storia dell'industria italiana. Il percorso è affiancato da alcuni oggetti che completano la cronologia dalla Rivoluzione industriale ad oggi. Come suo oggetto iconografico Fapim, associata a **Museimpresa** con il suo Fapim Museum inaugurato lo scorso anno, ha scelto la cerniera Loira, progettata nel 1989 e per vent'anni prodotto di punta dell'azienda di Altopascio, che con questo prodotto si è aperta ai mercati esteri.



# La memoria dell'illuminato Olivetti

Elisabetta Ballurio

**I**vrea. È nella Villa Belli Boschi, la casa di famiglia Olivetti grande, bianca e con le persiane blu sulle pendici di Monte Navale, che è morta nella serata di sabato per una grave malattia, Laura Olivetti, 64 anni, figlia e nipote di Adriano e Camillo Olivetti, Presidente dal 1997 della Fondazione Adriano Olivetti.

E che per tutta la vita ha avuto il grande merito di portare avanti con tenacia e passione una memoria incancellabile, quella di due imprenditori illuminati e innovatori, che dedicarono le loro vite all'impresa sostenibile e rispettosa come in poche altre esperienze delle proprie lavoratrici e dei propri lavoratori. E non in modo paternalistico ma con la grande intuizione e soprattutto l'impegno mai mancato che per far crescere un'azienda è fondamentale far crescere le persone che quell'azienda la abitano.

Nel 2008, a cent'anni dalla nascita della Fabbrica dei Mattoni Rossi di Olivetti, Laura Olivetti promosse la candidatura di Ivrea, città industriale del ventesimo secolo, a patrimonio mondiale dell'Umanità e proprio in quell'occasione diceva: "Lavoriamo per proseguire l'opera di Adriano Olivetti. Non solo per preservarne la memoria, ma per cercare di capire quali avrebbero potuto essere nel mondo attuale i suoi interessi, come sarebbe intervenuto sul sociale, non in termini caritatevoli, ma di vera riforma. Guardiamo al presente e al futuro, non al passato". Questo è il vero marchio di fabbrica Olivetti: guardare al presente e al futuro, non al passato. Come quello di Adriano Olivetti, che morì prematuramente il 27 febbraio 1960 per emorragia cerebrale su un treno che da Milano lo portava a Losanna e che aveva negli anni Trenta fatto diventare l'azienda paterna una multinazionale con 45.000 dipendenti e fabbriche in Europa, Stati Uniti e America del Sud.

La prima e forse l'unica a concentrarsi più sul valore del capitale umano che su quello economico fine a se stesso. La prima a investire fortemente sulla ricerca e sulla sperimentazione. Diceva Laura Olivetti:

«Oltre ai manufatti e agli edifici a Ivrea e nel resto d'Italia, rimane ciò che le persone hanno assorbito. In molti, rimane il ricordo di un'epoca felice. In mol-

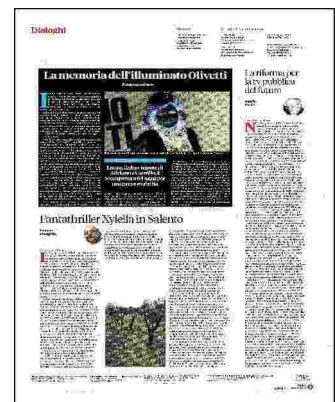


Il ricordo. Laura Olivetti alla presentazione della fiction Rai dedicata al padre Adriano. FOTO: ANSA

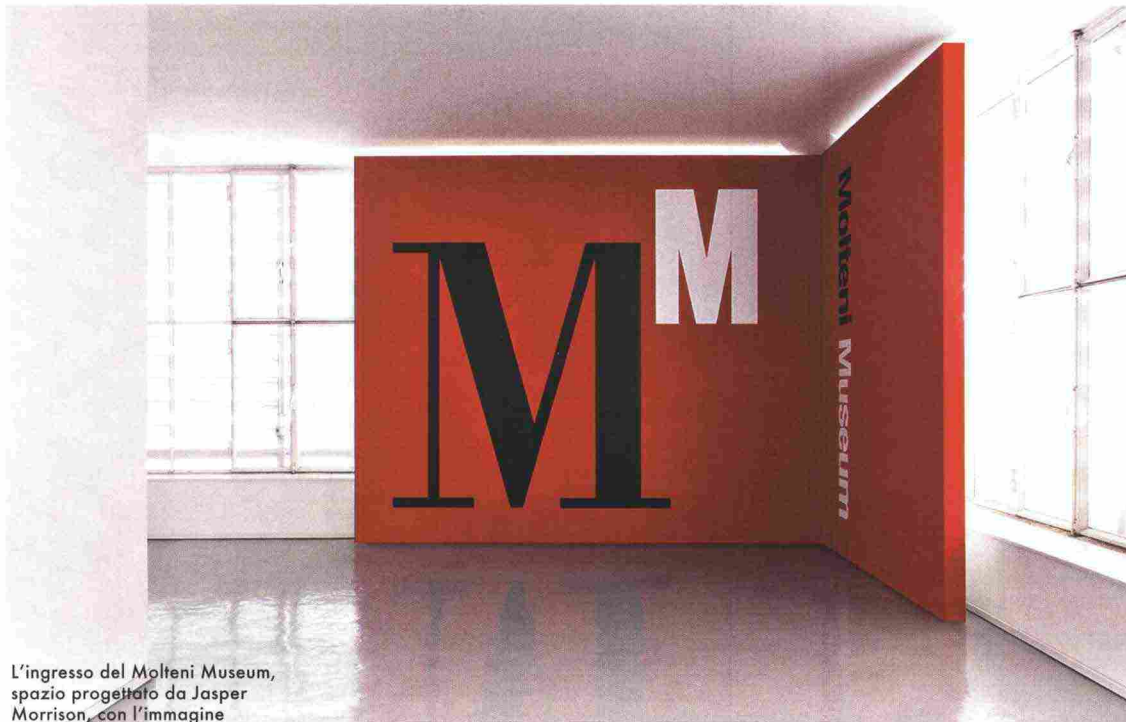
## Laura, figlia e nipote di Adriano e Camillo, è scomparsa a 64 anni per una grave malattia

ti altri, l'idea di come si possa fare cultura d'impresa, di quanto sia importante, soprattutto in tempi di crisi, la valorizzazione del capitale umano. Di quanto sia fondamentale la formazione e poi l'impegno nella ricerca e nello sviluppo. L'Olivetti ha sempre riser-

vato buona parte dei suoi capitali proprio per questo". Un ricordo privato di Laura Olivetti, per gli eporediesi Lalla, di suo padre Adriano. «Mio padre non tollerava le bugie. L'unica punizione ricevuta da lui è stata per aver mentito. Avevo sette, otto anni e giocavo alla signora. Mi toglie le calze di lana e infilavo le scarpe a piedi nudi, così potevo fingere di avere le calze di nylon. Lui mi disse di non farlo, perché prendevo freddo. Gli risposi che avevo il permesso della bambinaia. Era gennaio. Chiaro che non era vero e mi punì: una settimana senza televisione. La menzogna a casa era bandita». La dirittura morale di un uomo che è sempre stato un grande esempio e un patrimonio per un intero territorio, che ancora una volta commosso si sta stringendo alla famiglia Olivetti, come in fondo da sempre fosse anche un po' la propria.



ITALIAN IS BETTER



L'ingresso del Molteni Museum, spazio progettato da Jasper Morrison, con l'immagine coordinata dello Studio Cerri & Associati. A destra, l'edificio anni '50, un tempo adibito a essiccatoio del tranciato, ora sede del museo.



# Viaggio nel design

Ricerca, storia e innovazione. E l'eccellenza di un'azienda che racconta il suo know-how. Passato e futuro del Made in Italy in mostra nel Molteni Museum firmato da Jasper Morrison

di Filippo Romeo

63 ELLE DECOR



ITALIAN IS BETTER



Uno scorcio dell'allestimento ideato da Jasper Morrison nel quale sono esposti progetti icona di Werner Blaser, Yasuhiko Itoh, Afro e Tobia Scarpa, Aldo Rossi. In basso, un dettaglio del Molteni Archive all'interno del compound di Giussano (MB).



**Mobili che hanno fatto la storia del design e un patrimonio di più di 4.500 documenti sono in mostra nell'archivio e negli spazi del Molteni Museum**

Un luogo vivo, che parla di storia e innovazione, che racconta la ricerca senza dimenticare la memoria. Forse è per questo che il nuovo Molteni Museum, firmato da Jasper Morrison, è in un edificio in grado di rappresentare entrambi gli aspetti: il passato e il futuro. Siamo a Giussano (MB) nel cuore del distretto produttivo del gruppo. Qui, all'ultimo piano di un'architettura degli anni '50 che conserva tracce della sua funzione industriale, ristrutturata da Aldo Rossi e Luca Meda prima, e successivamente dallo Studio Cerri, ha sede il museo appena inaugurato in occasione della Settimana della **Cultura d'Impresa**. Uno spazio concepito per raccontare la storia, l'innovazione, la ricerca e la qualità dell'azienda attraverso un'esposizione permanente che presenta i pezzi icona e i prototipi firmati Molteni&C, Dada, Unifor e Citterio. Naturale proseguimento del percorso iniziato con la mostra '80! Molteni', esposta lo scorso Salone del Mobile nella Galleria d'Arte Moderna di Milano (Elle Decor n. 4, aprile 2015), si arricchisce di nuovi ritrovamenti, arredi e documenti iconografici inediti allestiti da Jasper Morrison con il concept grafico di Studio Cerri & Associati. Mobili e immagini, esposti nelle isole disegnate dall'architetto inglese, attirano lo sguardo e sollecitano l'interesse dei visitatori che percorrono il grande open space del museo. E si concretizza l'obiettivo principale del progetto: realizzare un luogo aperto (visitabile su appuntamento), che favorisca occasioni d'incontro per le tante comunità locali e internazionali attente al design. Consentendo una riflessione su un patrimonio culturale simbolo del Made in Italy che può essere di tutti. Ma non finisce qui. Per chi voglia approfondire il viaggio nella storia del gruppo, il Molteni Archive propone più di 4.500 documenti raccolti, e a breve disponibili on-line per studiosi e appassionati di design e architettura. Sempre all'interno del compound, da non mancare il padiglione Glass Cube, disegnato da Ron Gilad, e lo spazio multimediale QallaM, firmato da Patricia Urquiola, dove poter vedere la video installazione 'How You Make It'. Per scoprire le capacità produttive e il saper fare del brand. Entrando in un mondo fatto di eccellenza e passione. –

Molteni Museum, Molteni&C Headquarter, via Rossini 50, Giussano (MB), [www.moltenimuseum.com](http://www.moltenimuseum.com) **+elledecor.it**

## Andrea Illy confermato alla presidenza di Altagamma



L'Assemblea dei Soci di Fondazione Altagamma riconferma, per il triennio 2016-2018, la Presidenza di Andrea Illy (nella foto). Illy sarà nuovamente affiancato dal Vice Presidente Vicario Paolo Zegna, da una squadra di Vice

Presidenti composta da Armando Branchini, Matteo Lunelli, Claudio Luti, Laudomia Pucci e Lamberto Tacoli e dal Direttore Generale, Stefania Lazzaroni. Rinnovato anche il Consiglio di Amministrazione, composto oggi da 24 membri: insieme ai componenti della Presidenza ne fanno parte Stefano Agostini (Sanpellegrino), Nerio Alessandri (Technogym), Stefano Alessi (Alessi), Carlo Alberto Beretta (Bottega Veneta), Rossella Bisazza (Bisazza), Francesca Bortolotto Possati (Bauer Hotel), Fabio Boschi (Perini Navi), Maria Cristina Buccellati (Buccellati), Brunello Cucinelli (Brunello Cucinelli), Claudio Domenicali (Ducati), Giuseppe Fontana (Villa d'Este), Giovanni Geddes da Filicaja (Ornellaia), Carmen Moretti (Albereta e Andana), Aldo Melpignano (Maserati San Domenico), Giuseppe Prezioso (Max Mara), Dario Rinero (Poltrona Frau) e Gabriella Scarpa (Acqua di Parma). Presidenza e CdA continueranno a contare sul supporto del Presidente Fondatore Santo Versace e del Presidente Onorario Leonardo Ferragamo.

Il Piano per il triennio 2016 -2018 prosegue intorno a tre macro-aree strategiche:

- Business Development: Relazioni Istituzionali, Studi e Ricerche, Networking.
- **Cultura d'Impresa:** Consulta Strategica, Formazione.
- Promozione: con progetti di valorizzazione dei valori chiave delle imprese (es. Panorama).

**BRAND NEWS** | *Settimanale* | **1 dicembre 2015** | **AGENZIE NOMINE**

**Andrea Illy confermato alla presidenza di Altagamma**

**Cosco, nel 2015 7 gare vinte e fatturato in crescita del 9%**

**Maria Manfredini socia di Havaas PR**

STORIE E PASSIONI

ilbello by Italia  
CORRIERE DELLA SERA

**Manufatti senza tempo** A Longiano, nei pressi di Cesena, Antonio Neri ha creato un Museo della Ghisa in cui ha raccolto straordinari arredi di illuminazione urbana di tutta Europa. Un racconto inedito sul filo delle decorazioni

# L'uomo che può vantare una memoria di **ferro**

di **Andrea Rinaldi**

**N**on sono tanto le quattro lupe che decorano la base, d'altronde siamo a Roma. Nemmeno le palme sul tronco, al posto delle tradizionali foglie di quercia, o il pastorale con l'ariete, d'altronde è pur sempre la città del Papa. «Vede qui i capelli delle Menadi danzanti, alla base? Finiscono con delle saette. È il primo indizio di Futurismo». Antonio Neri a 51 anni si emoziona ancora indicando i rilievi di un palo per la sospensione dei fili del tram. Prima era in via Cavour, davanti al Palazzo della Cassazione, lo aveva realizzato la fonderia fiorentina del Pignone su disegno di Duilio Cambellotti nel 1896. Oggi questo colossale manufatto di 5 tonnellate, testimone dell'arredo urbano fin de siècle, è esposto a Longiano, provincia di Forlì-Cesena, all'interno del Mig, Museo Italiano della Ghisa, uno dei tre poli che compongono la Fondazione Neri. Non il classico **museo aziendale**, come quelli che si vedono sulla via Emilia in casa Ferrari o Ducati, ma un ente di partecipazione, di diritto inglese, autonomo rispetto alla casa madre Neri, l'azienda di illuminazione e light design (100 dipendenti, 25 milioni il giro d'affari) che porta la luce a tutte le latitudini, da Milano a Baku, passando per Portorico, Nizza e Shanghai. E che restaura i vecchi lampioni dei centri storici di mezza Europa.

Antonio Neri ne è il presidente e, oltre all'attività imprenditoriale, porta avanti il sogno di famiglia assieme al figlio Isacco, 38 anni. Già, perché il Museo della Ghisa cominciò con suo padre Domenico, classe 1924. Lo ricorda indicando un vecchio banco con gli intagli in legno e i cassettoni che

custodiscono ancora 100 sgorbie. «Mio padre nel '62 cominciò a fare questo mestiere con l'illuminazione stradale e si mise a raccogliere pezzi in giro per l'Italia — racconta Neri —, capì che i lampioni di una piazza erano diversi da quelli di una strada statale e ne studiò le decorazioni e le tipologie». Quegli stilemi vennero pian piano assorbiti e riproposti nei pali dell'impresa cesenate. Spesso le amministrazioni gli cedevano quelle vecchie lanterne, così è successo per quella di Dublino, datata 1867. Tra disegni, cartoline e questi vecchi manufatti, in seno all'azienda si andava formando una vera «memoria di ferro». Anzi del «ferraccio», come veniva chiamata la ghisa nell'800: 400 pezzi sparsi oggi in un capannone di 900 metri quadri a cui si aggiungono oltre 700 cartoline d'epoca.

Accanto al Mig c'è la chiesa sconsacrata della Madonna delle Lacrime, a Longiano, che ospita 8 pezzi ottocenteschi provenienti, appunto, da Dublino, Vienna, Torino e Vigevano. E il Museo all'aperto del giardino pubblico di Cesena, dove attorno a un gazebo per concerti in plein air, la Fondazione ha collocato 12 candelabri in ghisa databili tra il 1860 e il 1900.

L'ente è diretta emanazione dell'associazione ed è stato tenuto a battesimo nel 2005, mentre il Museo ha aperto solo 5 anni fa. A dirigere tutto è la moglie di Neri, Raffaella. Al Mig si trovano i

## La separazione

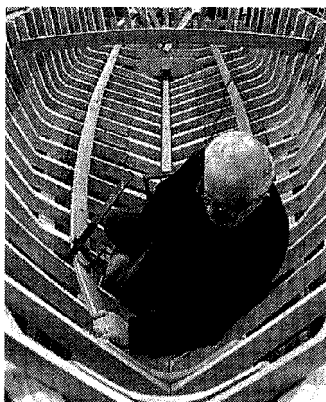
Il Mig è un ente di partecipazione, di diritto inglese, autonomo rispetto all'azienda di famiglia, protagonista internazionale nel light design

calchi degli stemmi cittadini con cui la Neri lavora ancora oggi, si fanno lezioni sulla luce per le scuole materne, si accendono lampioni con la fiammella come nella Londra vittoriana di Oliver Twist. «Li abbiamo divisi così: da una parte a gas, più bassi, perché a quei tempi l'accensione da parte dell'addetto doveva essere agevolata. Di là quelli elettrici, e in mezzo li abbiamo ripartiti ancora per fonderie». Ci sono i lampioni realizzati nel 1896 per la Montagnola di Bologna dalla Fonderia Barbieri; quelli di piazza Cordusio a Milano della Compagnia Continentale; l'unico esistente del Regno delle Due Sicilie: «Viene da Palermo e ne esistono solo altri 4 uguali, ad Acireale»; e il più vecchio di tutti, una lanterna del 1846 delle fonderie Balleydier Frères, scelto da Maria Luisa d'Asburgo, moglie di Napoleone, quando era granduchessa di Parma.

Il più insolito è sicuramente il lampione di Venezia, 1866, restaurato dalla Neri lungo il Canal Grande. Non tanto per la forma, quanto per lo stemma: «Vede? C'è il leone di San Marco e l'aquila, solo che i veneziani quando insorsero contro gli austriaci le tagliarono la testa e oggi ce lo chiedono ancora così», ride. E sempre sulla laguna la Fondazione Neri, grazie al suo archivio, è riuscita a datare e restaurare la lanterna che ha sostituito il «Ragazzo con la rana» di Charles Ray a Punta della Dogana. «Abbiamo una piccola sezione dedicata alle fontane e alle panchine, come quelle usate sui piroscafi Liverpool-Bombay, uguali a quelle ritrovate sul Titanic». Ora la sfida è censire le fonderie storiche e proseguire nel domandare lampioni e lanterne ai comuni che li vogliono dismettere. «Dobbiamo colmare il vuoto dal dopoguerra a oggi, perché sembrerà strano, ma non possiamo permetterci di invecchiare».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Maestri d'ascia

«Sciu» Dino  
con il gozzo  
in testadi **Melisa Garzonio**

bello verniciato prima ancora di stendere il progetto». La vocazione, *sciu* Schiaffino l'ha sentita nel '59, quando suo padre lo mandò a bottega da Armando Borzone, a Lavagna. «Borzone ha segnato la storia del gozzo — ricorda —. Da lui ho imparato tutto. E poi ci ho aggiunto qualcosa di mio». L'impronta dell'artista consiste nella pernacchia, l'estensione della ruota di prua. «Borzone la faceva dritta, io l'ho spostata in avanti e ci ho appeso la berretta decorativa, che la rende più elegante. Facevamo delle gran belle barche, una volta, delle vere regine del mare». Il vetroresina che verso la fine degli anni '80 ha soppiantato il legno? «Robetta. Certo, dicevano che fa risparmiare sul fasciame e sulla vernice. Io non volevo cedere. Alla fine non c'è stato verso. Ma sulla mia barca no: è in legno di pino, bella grande, quasi cinque metri, la usa mio figlio la domenica».

&gt;&gt; RIPRODUZIONE RISERVATA

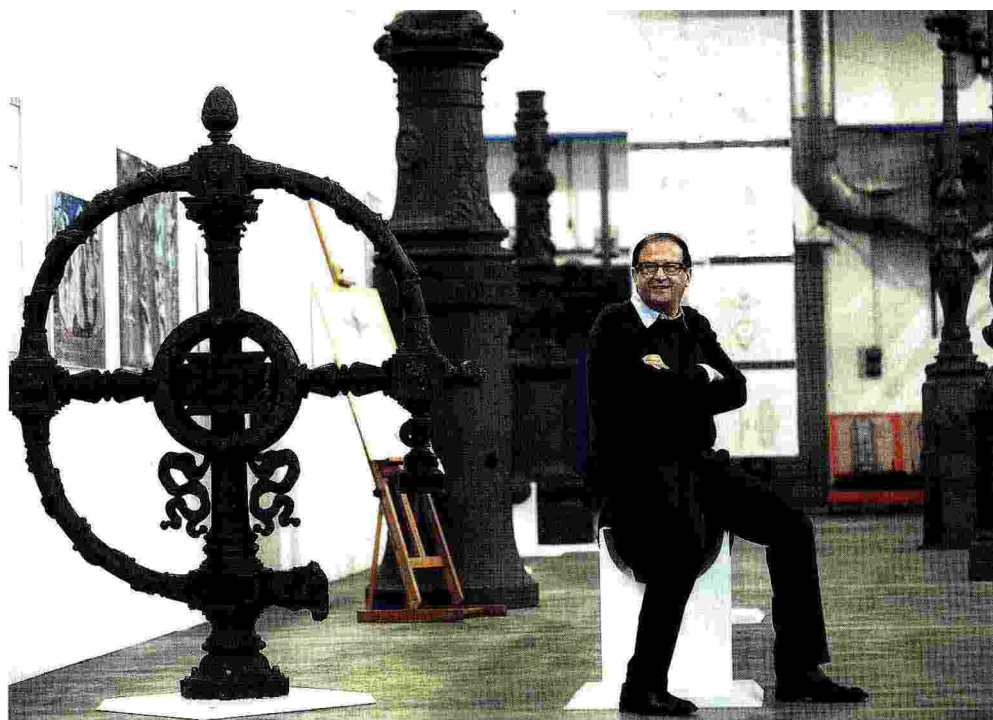
**C'**è ancora qualcuno, in Liguria, che sa costruire e restaurare quelle belle barche in legno di una volta chiamate gozzi, le barche dei pescatori, ormai fuori produzione. A Levanto, nello Spezzino, resiste uno degli ultimi maestri d'ascia, Dino Schiaffino. Dal suo cantiere a Piè di Legnaro, sulla strada che sale verso le Cinque Terre, sono usciti, nuovi o recuperati ai danni del libeccio, favolosi gozzi alla maniera cornigiotta (dalla località di Cornigliano, dove la barca ebbe il suo primo varo in mare), fasciati in pregiato legno di tek e con la prua all'indietro a «naso di storione». Schiaffino, capelli bianchi e occhi blu mare, da un pezzo ha passato il timone al figlio Marco, 50 anni, ma mica ha appeso l'ascia al chiodo. «Arriva in cantiere, due parole, e comincia a trafficare — racconta Schiaffino junior che da mesi è impegnato al restauro di un regale gozzo blu —. "Ti lascio lavorare in pace", mi dice. Poi si avvicina, e comincia il sermone. È che lui il gozzo ce l'ha nella testa prima ancora di metterci mano. Ha in mente tutto, lo vede già

## Il luogo

Il Museo Italiano della Ghisa ha aperto solo 5 anni fa. Al Mig si trovano i calchi degli stemmi cittadini con cui la Neri lavora ancora oggi, si fanno lezioni sulla luce per le scuole materne, si accendono lampioni con la fiammella come nella Londra vittoriana di *Oliver Twist*. Il Mig si trova a Longiano, in provincia di Forlì-Cesena e sul sito [www.museoitalianoghisa.org](http://www.museoitalianoghisa.org)

## Testimone

Antonio Neri, presidente della Fondazione Neri Museo della Ghisa (foto: Giorgio Benvenuti)



# Pausa pranzo C'era una volta la mensa

Istituita all'inizio del '900 in seguito all'aumento dei ritmi produttivi, ha cambiato le abitudini alimentari. Ora è soppiantata dal forno a microonde

MARCO BELPOLITI

**S**ta consumando il pasto seduto per terra, lo sguardo chino sul piatto, il filone di pane appoggiato di fianco su un ripiano di legno. La foto scattata da Odoardo Fontanella è degli Anni Cinquanta e ritrae il pranzo di mezzogiorno di un operaio, o più facilmente un muratore (la tuta è sporca di bianco, forse calce). Con questa immagine si apre *Pausa pranzo. Cibo e lavoro nelle fabbriche*, il libro che illustra una recente mostra a Sesto San Giovanni, curata da Giorgio Bigatti e Sara Zanisi e organizzata dall'Isec, Istituto per lo studio della storia contemporanea. In una serie di scatti provenienti da vari archivi aziendali è raccontata la storia delle mense italiane. Ci sono immagini della mensa operaia della Breda tra gli Anni Venti e Trenta, la prima azienda ad aver realizzato un servizio del genere, ma anche istantanee dei tavoli su cui i lavoratori consumano il loro pasto a Dalmine negli Anni Quaranta: spezzatino, pane e bottiglia di vino.

L'istituzione del refettorio - questo il nome iniziale di origine monastica, indica il luogo in cui ci si «ristora» - è piuttosto recente. Sono i primi decenni del Novecento quando l'aumento dei ritmi lavorativi, subito dopo la Prima guerra mondiale che ha portato alla «mobilitazione totale» dell'industria, produce la riduzione

progressiva della sosta del pranzo a mezzogiorno. Si razionalizzano le consuetudini alimentari d'origine contadina che comprendevano soste più lunghe a seconda delle stagioni o del lavoro all'aperto. Il sistema americano sperimentato nelle fabbriche della Ford viene esportato nella vecchia Europa; i ritmi tayloristici impongono un *lunch* breve e semplificato rispetto all'alimentazione contadina fondata sulle minestre e le verdure.

In Italia per ancora un paio di decenni, o forse più, l'operaio delle grandi fabbriche sarà l'erede degli usi della società tradizionale, dove le pause per nutrirsi e il riposo dopo il pasto erano consueti e necessari. Nel regime alimentare americano domina invece una robusta colazione mattutina che supplisce al pasto di mezzogiorno più rapido e meno impegnativo. Ma prima di arrivare alle mense, documentate nel piccolo catalogo da straordinarie foto d'epoca, c'è la gamella, di memoria militare o, come si chiama in Lombardia, la *schiscetta*: contenitore metallico dove il cibo preparato a casa dalle donne è «schiacciato». In un'altra foto si vedono gli operai di un'azienda di Treviso in lotta per ottenere la mensa, che nel 1977 mangiano su un tavolo all'aperto con gamelle, bottiglioni di vino, Coca-Cola e tovaglie.

## Dal pane ai precotti

Il pane è l'alimento più presente, sino al giro di boa degli Anni Ottanta, in una continuità alimentare che Piero Campo-

resi ha descritto in *La terra e la luna* (Garzanti). Secondo lo studioso romagnolo lo stesso self service deriverebbe dalla fabbrica, e dalla invenzione delle mense aziendali, almeno in Italia. Nascono allora i cibi precotti figli della struttura industriale: riscaldati, refrigerati o surgelati. Appaiono negli Anni Settanta le vaschette di plastica e alluminio, confezioni di polistirolo, contro cui si scaglia Camporesi, che portano alla scomparsa del paese del pane e del vino, l'Italia divisa tra polenta e spaghetti, a favore invece di una cucina della «leggerezza» che ha nelle mozzarelle confezionate nella plastica il suo tripudio.

La maggior parte delle immagini del libro riguardano il periodo precedente, quando ancora l'Italia è il «paese della fame», per dirla con lo studioso romagnolo, uscito da una guerra disastrosa e deciso a guadagnare rapidamente il progresso delle altre nazioni europee. La grande trasformazione alle porte è documentata nell'immagine del refettorio Fiat a Mirafiori e dallo stabilimento Pirelli-Bicocca, con l'interno della modernissima mensa progettata da Giulio Minoletti nel 1957, purtroppo demolita per far posto a una nuova struttura postmoderna, la stecca di Vittorio Gregotti, entro cui si muove oggi la popolazione studentesca della Università, erede non solo virtuale di quei ritmi di vita e di alimentazione: l'epoca del panino.

## Fine del pasto in comune

Un altro scatto ritrae la mensa degli impiegati, sempre al Lingotto, nel 1927, con tovaglie, posate, piatti, saliere e oliere, sopra tavoli lunghissimi e ben allineati che coprono l'intera superficie del capannone. La divisione tra colletti bianchi e colletti blu, tra impiegati e operai, è netta. Andrà smarrendosi man mano che si entra negli Anni Ottanta, quando i processi di deindustrializzazione modificheranno anche le mense operaie con l'introduzione dei coupon che verranno spesi in tavole calde, tavole fredde, piccoli ristoranti e bar nei pressi dell'azienda.

L'Italia si fonda sul terziario avanzato e il popolo delle mezze maniche domina nelle fabbriche sopravvissute. Sarà allora la volta di un nuovo elettrodomestico che modellerà di sé i pasti dei lavoratori scampati alla delocalizzazione e alle trasformazioni tecnologiche degli Anni Novanta e Duemila: il forno a microonde. Inventato alla fine degli Anni Quaranta negli Stati Uniti, verrà introdotto in Italia tardi, e il passaggio dal pasto comune al pasto solitario davanti al microonde segnerà di sé la nuova epoca. L'età del nascente narcisismo di massa descritto da Christopher Lasch è definita da questo nuovo strumento. Ciascuno è solo davanti al forno a microonde, ed è subito sera.



*Una mensa operaia alla Breda di Sesto San Giovanni (Milano) negli anni tra il 1920 e il 1930*



FONDAZIONE ISEC SESTO SAN GIOVANNI

*Un operaio consuma il suo pasto nella pausa pranzo in una foto degli Anni Cinquanta. Fino alla fine degli Anni Settanta è netta la divisione tra colletti blu e colletti bianchi*

### **Mostra e libro**

Pausa pranzo. Cibo e lavoro nelle fabbriche è il titolo di una mostra che si è tenuta a Sesto San Giovanni, curata da Giorgio Bigatti e Sara Zanisi, e del libro che ne raccoglie la documentazione, edito dall'Istituto per lo studio della Storia contemporanea. Racconta la storia delle mense italiane attraverso le foto recuperate negli archivi aziendali

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



*Nella foto sopra  
la mensa  
dell'industria  
di lampadine  
Osram di Bari,  
in una foto  
del 1985  
di Uliano Lucas*



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 081231

# Lungo l'autostrada il tracciato di questi nostri novant'anni

**CARLO DIGNOLA**

Se c'è un paesaggio familiare per i bergamaschi degli ultimi 90 anni, paradossalmente, non è quello delle cime orobiche innevate né le rive dei nostri bei fiumi, ma il tracciato della A4. Che è diventato la spina dorsale, l'asse portante del territorio, del suo sviluppo e anche dei suoi problemi, a partire da quelli di equilibrio ambientale. Una bella mostra, realizzata grazie a una collaborazione tra Fondazione Dalmine, Triennale di Milano, Fondazione Bergamo nella Storia, Fondazione Sestini, Confindustria Bergamo e anche BergamoScienza lo ha messo in rilievo in questi mesi: presso il Point di Dalmine, Polo per l'innovazione tecnologica della Provincia (via Einstein, angolo via Pasubio, 5) è stato inaugurato giovedì il riallestimento delle «Fotografie» realizzate da Giovanni Hänninen per la mostra «Mi-Bg, 49 Km visti dall'autostrada» (a cura di Andrea Gritti, Paolo Mestriner e Davide Pagliarini): resteranno esposte fino al 18 marzo. È ancora possibile visitare anche le sezioni «Architetture» e «Paesaggi» della mostra presso la Fondazione Dalmine, in Piazza Caduti del 6 luglio 1944, 1.

«La Tenaris Dalmine - dice Carolina Lussana, responsabile di Fondazione Dalmine - è

una company town: dagli anni '20 ha sempre incrociato il processo di costruzione e poi di ampliamento dell'autostrada Milano-Bergamo, sostenuta dalla stessa azienda in veste di membro del comitato promotore prima, e di socio di minoranza poi». Dall'archivio aziendale - una miniera preziosissima di documenti, fotografie, disegni, filmati - per questa mostra sono uscite immagini che ricostruiscono l'evoluzione della A4: a noi l'autostrada sembra qualcosa di assolutamente stabile, sempre uguale a se stessa e invece ce ne accorgiamo osservando queste foto - è profondamente cambiata, con il nostro sviluppo.

Apri i battenti il 24 settembre 1927, con quel «superbo rettilineo» che mirava verso Milano per «ben 15 chilometri», quasi senza fiato. L'architetto Andrea Gritti, curatore della mostra, definisce la A4 come una «icona della modernità» lanciata alla rincorsa «di un grande mito, quello della sicurezza», anche se al suo esordio non era più che una pista in terra battuta, percorsa da rari veicoli. L'architetto Alberto Ferlenga in catalogo ricorda il progetto A4 come «la creazione di una sorta di città lineare, che spargesse le funzioni urbane lungo un percorso di 150

chilometri, trasformando la via veloce nell'arteria principale di una lunga conurbazione». Costellata anche di edifici importanti, come «l'autogrill a ponte, ex Pavesi, di Dalmine», del 1961/'72: «Un capolavoro dell'architettura italiana del secondo '900»; e altri già scomparsi e ridigeriti, come la RB Rossana.

«I territori - spiega Gritti - premono sulla A4 e tendono a cambiarne la natura. Dell'autostrada degli anni '20 non rimane più niente, tranne alcuni ponti: quello sul Brembo, quello sull'Adda...». Noi non ce ne accorgiamo ma «l'autostrada si cannibalizza continuamente».

Negli anni '60 ci fu il raddoppio, tra il 2002 e il 2007 il quadruplicamento, con opere ingegneristiche straordinarie, come «la demolizione in una sola notte di 30 cavalcavia».

Importante anche l'intervento all'inizio degli anni '70 di Costantino Corsini e Giorgio Wiskemann chiamati a progettare i nuovi edifici della Dalmine, allora del Gruppo Finsider, affacciati sull'autostrada: ebbero «l'intelligenza di considerarla non solo come luogo di trasporto ma come vetrina», inserendo in quel paesaggio grigio blocchi dalla grafica molto «anni '70» e usando «il colore come strategia», che

sottolineava con grande efficacia «il ruolo dell'industria Dalmine nella costruzione del grande paesaggio infrastrutturale italiano».

Oggi - come mostrano le belle foto di Hänninen - le barriere antirumore e «l'esigenza di mitigazione degli impatti ambientali» hanno chiuso il tracciato autostradale rispetto al paesaggio che attraversa, la A4 è diventata sempre più «una sorta di tubo teso tra le masse spugnose dei territori urbanizzati».

Un tempo era molto più permeabile, come mostrano le foto dei curiosi che accorrevano a piedi sulla carreggiata in caso di incidenti gravi. Oggi dall'autostrada «il paesaggio si intravede raramente». Non ce ne accorgiamo ma «è in atto - dice Gritti - una sorta di resa dei conti che prelude a un cambiamento di stato ulteriore, alla fine del quale la A4 che conosciamo sarà completamente trasfigurata, esattamente come oggi ci sembra irriconoscibile il paesaggio descritto dalle immagini che ne documentano la costruzione e i primi decenni di esercizio».

Il «prossimo step sarà il cablaggio digitale dell'autostrada per i sistemi di guida automatica». Fra 50 o 100 anni la A4 resterà probabilmente l'asse della nostra vita mobile, ma sarà molto diversa da come l'abbiamo percorsa, detestata, usata con profitto fino a oggi.

**Infrastrutture.** In due sedi a Dalmine una bella mostra permette di ricostruire i cambiamenti dell'A4, «asse immutabile» della nostra mobilità





L'autostrada A4 ai suoi esordi, negli anni '20 del '900: era ancora una pista in terra battuta, per quanto diritta e particolarmente larga



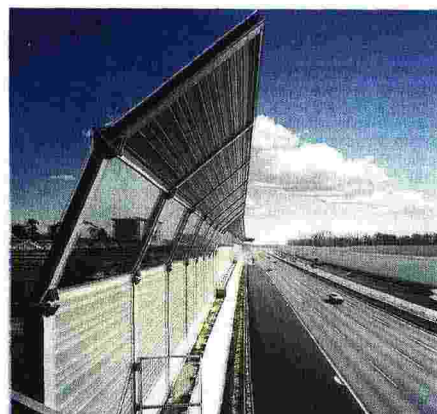
Curiosi sul tracciato dopo un brutto incidente, negli anni '70



Il vecchio look della Dalmine, negli anni '80



Dal ponte sull'Adda FOTO GIOVANNI HÄNNINEN



Le barriere antirumore hanno isolato la A4 dal paesaggio attorno



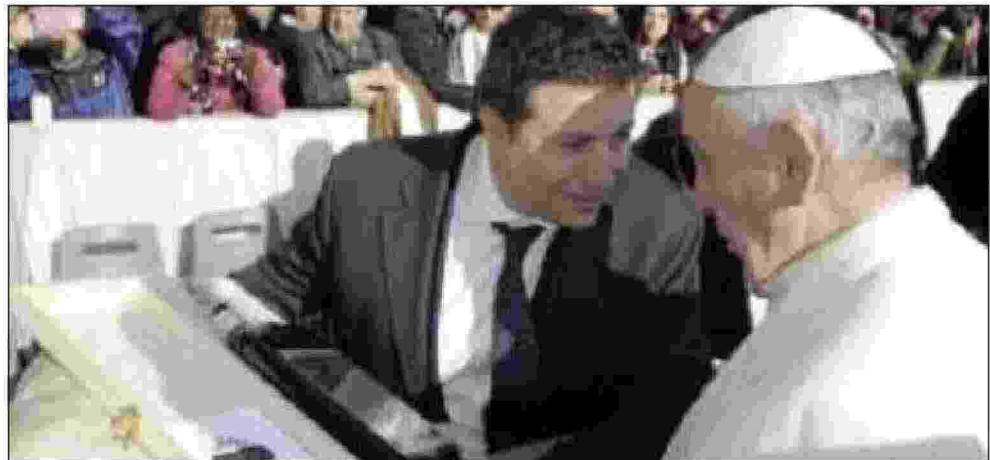
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 081231

## ■ L'INCONTRO La famiglia Caffo dona la bottiglia del centenario al Santo Padre Benedizione papale per l'Amaro del Capo

DA mercoledì scorso l'amaro del Capo ha un estimatore in più. E che estimatore! Per i cento anni della nota distilleria di Limbadi, infatti, Sebastiano Caffo, amministratore delegato dell'azienda, ha donato una bottiglia che celebra il centenario dell'attività a Papa Francesco. Si tratta della collezione "riserva" a base di un'acquavite di vino invecchiata dal 1972 in botti di rovere.

E il santo Padre non si è limitato a salutare come da rito la folta delegazione di collaboratori accompagnati dalle famiglie e guidati dal patron Giuseppe Caffo e dalla moglie Delfina Barbieri, ha anche abbracciato e baciato alcuni figli dei collaboratori con molto affetto. Al termine dell'udienza, svoltasi in una piazza soleggiata e serena, per nulla infastidita dai controlli di sicurezza efficaci quanto discreti, Nuccio Caffo al fianco della moglie Anna Prete ha omaggiato Papa Francesco del



Nuccio Caffo dona la bottiglia di Amaro del Capo a Papa Francesco

regalo.

«La bottiglia - spiegano dall'azienda limbadese - rappresenta un esemplare unico, il cui copri tappo in argento è stato realizzato a mano dal Maestro orafo calabrese Gerardo Sacco, riportante oltre al logo del centenario Caffo, anche lo stemma papale ed il marchio di Gerardo Sacco. Un'altra particolarità è rappresentata dall'etichetta, anch'essa realizzata dal

maestro Sacco a mano su una lastra d'argento 925%. Una copia di questo speciale magnum sarà custodita nel [museo aziendale](#) della distilleria Caffo e potrà essere ammirata da tutti i visitatori».

«Papa Francesco appena ricevuto il pensiero ha immediatamente ringraziato e testimoniato la sua conoscenza e affetto per la Calabria "terra del peperoncino e di tanti prodotti di tradi-

zione e di eccellenza" ha detto a Nuccio Caffo, visibilmente emozionato. Ed in effetti, il 2015 è un anno indimenticabile, che passerà alla storia dell'azienda e delle Famiglie coinvolte - conclude la nota stampa - proprio per il centenario, il Giubileo vissuto assieme e il Premio Eccellenza Italiana assegnato a Washington alla Distilleria Caffo».

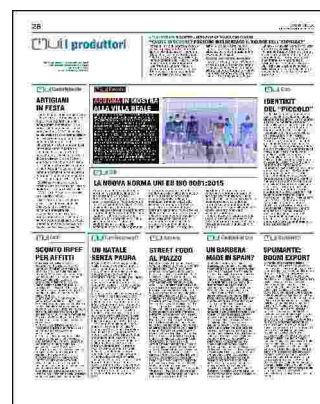
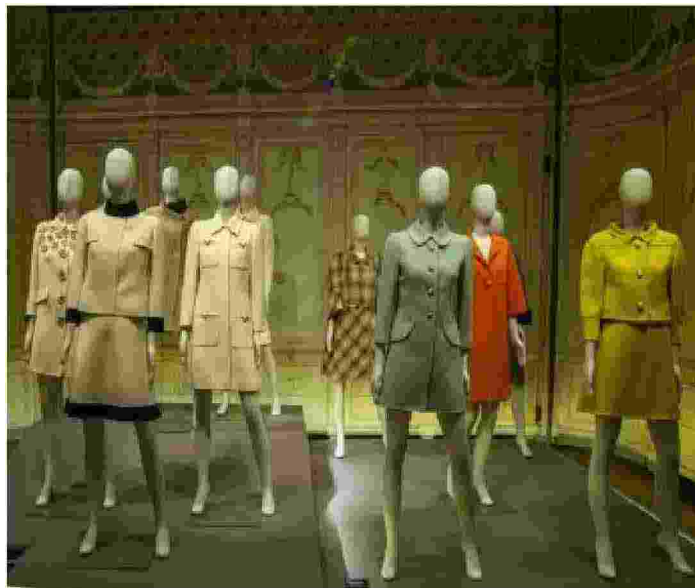
© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Evento**

## AGNONA IN MOSTRA ALLA VILLA REALE

Nella splendida cornice di Villa Reale a Monza, alta moda, fotografia e cinema si incontrano in una galleria di capolavori che hanno costruito la storia della moda e del Made in Italy dal dopoguerra al 1968. In esposizione nella mostra "Bellissima. L'Italia dell'alta moda 1945-1968" ci sono anche abiti da giorno, da cocktail, da sera, fino allo stile spaziale degli anni Sessanta. Ed è qui, dove la personalità di un abito prende forma e infonde la sua anima in tessuti straordinari, che la storia dell'alta moda si intreccia con la storia dell'industria italiana e dei campioni tessili. Fra gli archivi aziendali coinvolti nell'esposizione anche Agnona (Gruppo Zegna), che dal 1953 ha contribuito all'evoluzione della moda e dello stile producendo stoffe per i più grandi stilisti del mondo. La mostra è visitabile fino al 10 gennaio 2016.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 081231

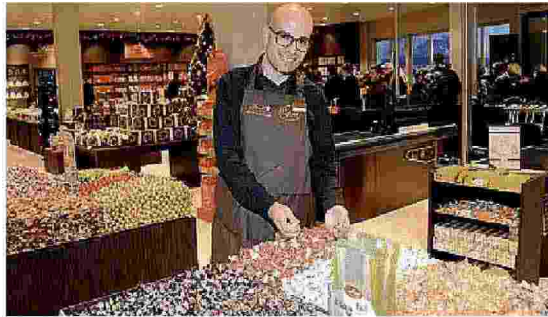
# All'interno della Saffa apre lo spaccio Lindt Ora tocca al resto dell'ex fabbrica rinascere

*Il sindaco Invernizzi: porteremo qui start up innovative e un museo storico*

di FABRIZIO VALENTI

- MAGENTA -

UN VERO paradiso per gli amanti del cioccolato. Ha aperto ufficialmente lo spaccio aziendale della Lindt. Il nuovo outlet sorge a ridosso di quello che l'attuale maggioranza cittadina, un tempo in opposizione, aveva definito come «lo scatolone di cioccolato». Immane, dunque, le polemiche con i vecchi amministratori, in primis Simone Gelli, attuale capogruppo della Lega Nord e l'allora sindaco Luca Del Gobbo, che hanno colto la palla al balzo per to-



gliersi qualche sassolino dalla scarpa. «Il tempo è galantuomo. Alla fine la nostra Amministrazione... ha fatto qualcosa di buono» ha scritto su Facebook l'attuale capogruppo in Consiglio regionale del Nuovo Centrodestra. Mentre Gelli, giocando di sponda ha aggiunto: «Ti ricordi, Luca, i nomi di quelli che fino all'altro giorno sparavano addosso alla Lindt? Oggi dicono che Magenta riparte... pazzesco».

**AL DI LÀ DELLE** schermaglie politiche, e dell'ironia, ora l'inte-

resse torna a concentrarsi sul resto dell'area Saffa. Se per il centro-sinistra, infatti, l'insediamento Lindt - avvenuto per la verità già a partire dal 2007 - avrebbe precluso un progetto complessivo di recupero dell'area, oggi, il sindaco Marco Invernizzi si dimostra decisamente più ottimista rispetto al futuro delle superfici su cui sorgeva la vecchia cartiera. «Ormai - ha confermato il primo cittadino - abbiamo stretto un rapporto di collaborazione con il Politecnico di Milano. Stiamo cercando di coinvolgere sponsor privati, i riscontri sono confortanti». L'idea è quella di fare sorgere sulle ceneri della Saffa un luogo che sia un mix tra produzione, innovazione ma anche con un **museo aziendale** per tenere viva la memoria storica di una comunità. I prossimi mesi serviranno a capire meglio se stavolta si riuscirà a passare dalle parole ai fatti. Ma il sindaco ne è convinto: «Giusto volare alto, la nostra provocazione sta raccogliendo consensi».

**MAGENTA**

**All'interno della Saffa apre lo spaccio Lindt  
Ora tocca al resto dell'ex fabbrica rinascere**

*Il sindaco Invernizzi: porteremo qui start up innovative e un museo storico*

**FINO AL 13 DICEMBRE**

**SOTTO COSTO**

**339,90**

**38,90**



▶ 19 Dicembre 2015

# Dai dirigibili ai robot E in mezzo la Vespa

Libro di Tagete dedicato alla città dei motori e dell'innovazione  
Tra i protagonisti Enzo Ferrari, Corradino D'Ascanio e Paolo Dario

▶ PONTEDERA

Un libro per raccontare la storia industriale (e non solo) del territorio. "Pontedera città dei motori e dell'innovazione. Dai dirigibili ai robot. La storia dell'Istituto di BioRobotica della Scuola Superiore Sant'Anna" (Tagete edizioni) è il volume presentato ieri al Museo Piaggio dagli autori Valentina Filidei, Michele Quirici, Enza Spadoni. Moderatore Omar Monestier, direttore del giornale "Il Tirreno".

Il volume è frutto della sinergia tra Comune di Pontedera, Fondazione Piaggio, Istituto di biorobotica della Scuola Superiore Sant'Anna e Tagete edizioni. Una pubblicazione in cui emergono i ruoli di personaggi del calibro di Corradino D'Ascanio, Enzo Ferrari, Umberto Nobile e dell'attuale direttore dell'Istituto di biorobotica della Sant'Anna Paolo Dario.



Il tavolo dei relatori (Fotoservizio di Franco Silvi)

Una delle chicche del libro è quella che riguarda Enzo, fondatore della casa del Cavallino rampante, e che ha iniziato la sua carriera di collaudatore e pilota alla Cmn, azienda milanese, ma che faceva costruire le sue auto in un'azienda di Pon-

tedera. Un altro aneddoto narra dell'acroscale, dove atterravano i dirigibili di Nobile, con D'Ascanio che, dal riutilizzo delle ruote di aerei, inventò la mitica Vespa. Il volume è arricchito da un'intervista di Piero Angela a Paolo Dario. Innova-



Il pubblico presente al Museo Piaggio

zioni sono anche il Centro per la Sperimentazione e Ricerca Teatrale di Pontedera e le supercar di Mazzanti Auto.

Presenti Angela Pirri, vicesindaco di Pontedera, e Riccardo Costagliola, presidente della Fondazione Piaggio.

«Innovazione e industria sono collegati al lavoro – ha detto Pirri – e in un momento difficile come questo, nella nostra città, cerchiamo di farli collaborare insieme a ricerca e sapere, per uno sviluppo costruttivo. L'innovazione può divenire un

trampolino per lo sviluppo».

«Le città del comprensorio industriale diventano competitive se innovative – ha aggiunto Costagliola – grazie alla collaborazione di amministrazioni illuminate, imprenditori lungimiranti, progettisti geniali, in un territorio ricco culturalmente».

«Ringrazio chi ha collaborato con noi – ha sottolineato Quirici – È stato un lavoro certo sino scrivere questo libro a sei mani».

Elena Iacoponi