

**IMPRESA E CULTURA.
BINOMIO VIRTUOSO
PER LA COLLETTIVITÀ**

Aurelio Amendola/Archivi Alinari
per concessione del Ministero per i Beni e le Attività Culturali

IN QUESTO NUMERO

-
- Carlo Fornaro (Telecom Italia) e Andrea Margaritelli (Margaritelli Italia) protagonisti delle nostre interviste
-
- Le iniziative degli Associati
-
- Le mostre, i viaggi, i progetti: ecco le proposte di Civita

IMPRESA E CULTURA. BINOMIO VIRTUOSO PER LA COLLETTIVITÀ

Aurelio Amendola/Archivi Alinari
per concessione del Ministero per i Beni e le Attività Culturali

Lo scorso 1 dicembre, Il Sole 24 Ore e Civita hanno organizzato, a Milano, il Summit ARTE E CULTURA, offrendo ad aziende e professionisti, in un momento particolarmente difficile per la vita del Paese e la sua economia, una significativa occasione di confronto per analizzare problematiche di estrema attualità: dal fund raising, al rapporto fra cultura e impresa, dalla misurabilità dell'indotto culturale alle politiche territoriali che istituzioni e imprenditoria privata potrebbero attuare al fine di gestire, all'interno di una logica di sistema, il governo dei beni culturali. In tale contesto, assumere la cultura come asset competitivo per la crescita dell'economia nazionale assume un significato strategico ed è per questo che Civita, da sempre attenta al ruolo che la cultura può svolgere per la crescita economica dell'Italia e al rapporto tra impresa e cultura, ha voluto sostenere quest'iniziativa che, tra l'altro, affronta una serie di tematiche sulle quali siamo tornati, a più riprese, da molteplici punti di vista: le strategie di valorizzazione delle risorse culturali in rapporto allo sviluppo del territorio, i modelli di gestione dei beni culturali, l'uso delle tecnologie per la tutela e la valorizzazione e la formazione nel settore dei beni culturali. Anche se non sempre come le imprese e gli operatori della cultura avrebbero desiderato, il rapporto fra arte, cultura e mondo dell'impresa si è venuto progressivamente modificando; le aziende sono sempre più consapevoli che un aspetto importante della sfida odierna consiste nella produzione di beni ad alto valore aggiunto, ricchi di contenuti simbolici in grado di comunicare un insieme di valori che la cultura e l'arte italiana offrono in grande quantità. A tal fine ed in maniera crescente nel corso degli anni, sono state messe in campo risorse economiche, professionalità e competenze nel settore dei beni culturali. Al "made in Italy" si affianca il "thought in Italy" che rappresenta, ad un tempo, capacità di produrre e

intuizione, genialità, possibilità di mettere a frutto quanto sedimentato in secoli e secoli di storia e di cultura, quella che si chiama identità culturale di un paese, che poi in Italia è fatta di storia nazionale e tradizioni locali, arte, musica, teatro, ma anche moda e design. Ogni settore produttivo deve qualcosa alla cultura e, quest'ultima, non può che costituire, per le imprese, un riferimento costante: un tema cardine delle strategie aziendali. Al proficuo rapporto tra impresa e cultura, Civita dedica molte attenzioni; l'impegno delle Fondazioni bancarie nella cultura, le donazioni, il coinvolgimento dei privati nella gestione del patrimonio culturale, il rapporto tra fiscalità e cultura sono solo alcuni dei temi che Civita ha affrontato nei suoi oltre vent'anni di attività. Proprio nell'ambito del Comitato "Comunicare con la Cultura", nato all'interno del nostro Consiglio di Amministrazione con il compito di rilevare le nuove esigenze che le imprese devono soddisfare nel compiere investimenti in cultura, coordinato da Gianluca Comin, Direttore Relazioni Esterne di ENEL e di cui fanno parte i rappresentanti e i responsabili della comunicazione di alcune delle più importanti aziende italiane associate a Civita, oltre che dal confronto con alcuni esperti di comunicazione aziendale ed operatori del settore, è emersa l'esigenza di approfondire natura e dimensione dell'investimento in cultura da parte delle imprese italiane, anche al fine di fornire indicazioni utili per una fruttuosa collaborazione pubblico-privato. Da qui è nata l'indagine "Il valore della Cultura", sviluppata in collaborazione tra Civita, Astartea, The Round Table, e UNICAB, nostro Associato, da cui emerge che l'investimento delle imprese in cultura è significativo: il 47,6% delle imprese dichiara di aver investito almeno una volta nel triennio in questo settore. Stiamo parlando di imprese con più di 10

addetti, quelle che rappresentano la struttura forte del nostro apparato produttivo; una percentuale che si aggira intorno al 70% per le aziende con oltre venti addetti.

In termini economici si tratta di investimenti significativi che l'indagine stima intorno ai 2.500 milioni di euro, con una distribuzione significativa a livello nazionale, ma anche, e molto, su scala regionale e locale. Le imprese, quindi, investono e potrebbero farlo con maggiore continuità se si creassero condizioni per una partnership attiva nella quale fosse dato maggior peso al valore dell'impegno delle aziende non solo dal punto di vista economico: se queste ultime si sentiranno protagoniste dell'iniziativa culturale anche le istituzioni culturali ne beneficerebbero. Dobbiamo uscire da una disputa nella quale alla superiorità della cultura si contrappone quella dell'impresa; è necessario lavorare insieme, riunire conoscenze, competenze, saperi, esperienze. Assumere gli strumenti di gestione tipici delle aziende nel settore dei beni culturali non vuol dire trasformare, ad esempio, un museo in una azienda, ma semplicemente riconoscere a quegli strumenti un grado di utilità tale che il bene culturale possa trarne beneficio e con esso l'intera collettività. La sfida che abbiamo davanti, in Italia - già vinta in altri paesi - è quella di far collaborare competenze diverse: quelle scientifiche e storico-artistiche con quelle manageriali. L'incontro della cultura d'impresa con il patrimonio culturale materiale ed immateriale e con l'insieme dei saperi e delle conoscenze che vi gravitano intorno, potrà avviare quel circolo virtuoso che ci consentirà di affermare che quel salto di qualità, di cui tutti ne avvertiamo l'impellente bisogno, è stato finalmente compiuto.

Bernabò Bocca

Vice Presidente Associazione Civita

Comunicare con la Cultura

Quando abbiamo avviato i lavori del Comitato "Comunicare con la Cultura", circa un anno fa, ci siamo posti principalmente due obiettivi. In primo luogo, sfatare alcuni falsi miti sul rapporto impresa e cultura, attingendo all'esperienza maturata dai soci di Civita e alla testimonianza diretta delle aziende che fanno parte del Comitato. Allo stesso tempo, offrire un contributo alla definizione di strumenti concreti e di modelli operativi che agevolino il rapporto tra pubblico e privato. Con questo stesso spirito è stata sviluppata la ricerca "Il valore della cultura", condotta attraverso la diffusione di un questionario a circa 1500 aziende, con l'intento di "censire" gli investimenti culturali nel nostro paese e, allo stesso tempo, condurre un'analisi puntuale delle esigenze e delle aspettative delle imprese coinvolte. Sono diversi gli elementi che segnalano una crescente attenzione delle imprese verso il settore culturale: dalla progressiva differenziazione delle tipologie di intervento (meccenasimo, sponsorizzazioni, eventi, collezioni, musei d'impresa, produzioni in house) all'assunzione della cultura come asset strategico e come indicatore di performance dell'azienda.

Come la ricerca ha evidenziato, malgrado le imprese inseguano sempre più la sfida di produrre beni ricchi di contenuti simbolici, il sistema italiano non è in grado di esprimere, ancora, tutte le sue potenzialità. Di certo, c'è un problema di risorse scarse, soprattutto in un periodo di crisi economico-finanziaria come quello che stiamo attraversando e, insieme, una normativa poco fluida. Tuttavia, come la ricerca ha dimostrato, leva fiscale e mancanza di risorse non sono tra i principali motivi che disincentivano all'investimento in cultura.

Quello che le aziende chiedono, piuttosto, è la costruzione di una relazione biunivoca continuativa fra impresa e soggetto culturale, basata sulla conoscenza delle reciproche esigenze e sulla condivisione di obiettivi di lungo termine. Solo rendendo più fluido e funzionale il sistema di investimenti nel settore culturale ed aumentando la competitività di un progetto il connubio pubblico/privato potrà diventare catalizzatore di investimenti efficaci. Altrimenti il rischio sarà quello di avere, da una parte, aziende sempre più lanciate verso forme di progettazione culturale in autonomia, ancorché più onerose, dall'altro istituzioni culturali sempre più chiuse e costrette nella logica di "fare cassa".

*Il comitato è costituito da:

Gianluca Comin
Direttore Relazioni Esterne Enel (coordinatore)

Fabio Achilli
Vice Direttore Fondazione di Venezia

Daniela Carosio
Direttore Centrale Comunicazione Esterna di Gruppo Ferrovie dello Stato

Carlo Fornaro
Direttore Relazioni Esterne Telecom Italia

Simonetta Giordani
Public Affairs Manager Autostrade

Simona Giorgetti
Capo Ufficio Stampa Poste Italiane

Raffaella Leone
Assistente Esecutivo dell'Amministratore Delegato Eni

Andrea Margaritelli
Direttore Marketing e Commerciale Margaritelli Italia

Alessio Zagaglia
Direttore Commerciale e Marketing Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato

Gianluca Comin
Direttore Relazioni Esterne Enel

I TAG DEGLI INVESTIMENTI CULTURALI

Queste le indicazioni emerse dai lavori del Comitato, al fine di facilitare un proficuo rapporto tra pubblico e privato.

partnership da parte delle istituzioni culturali occorre passare alla logica del "fund raising" al "project financing" riconoscendo nell'impresa una risorsa vitale di energie, non solo economiche. La raccolta di fondi può essere efficace solo se porta al coinvolgimento delle aziende attraverso collaborazioni aperte e flessibili, basate sulla condivisione degli obiettivi e dei risultati, in una logica di progettazione partecipata di un'attività culturale (dalla definizione delle linee guida fino alla sua completa realizzazione) e di rispetto delle specifiche prerogative. **proattività** da parte delle imprese occorre passare dalla "cassa" alla cabina di regia di un progetto culturale, mettendo a disposizione know how, risorse umane, soluzioni innovative per la realizzazione di progetti in grado di conciliare istanze etiche ed esigenze di business.

Passare dal finanziamento all'investimento significa assumere la cultura come asset strategico e come indicatore di performance dell'azienda, abbandonando formule improduttive di partecipazione e assumendo un ruolo attivo/responsabile nelle diverse fasi di avanzamento del progetto culturale. **visibilità** garantire "spazi di visibilità" per le aziende partner abbandonando la logica della "visibilità degli spazi" per il brand, riconoscendo ad ampio raggio l'apporto economico e creativo che la "cultura di impresa" può fornire all'"impresa della cultura". Le aziende non hanno bisogno di giustificativi con il logo ma di comunicare ai propri "stakeholders", in modo incisivo e chiaro, l'impegno a favore della cultura e i potenziali ritorni, non sono di immagine, di questa forma di investimento. **continuità** abbandonare la logica del finanziamenti una tantum o a pioggia, riconoscendo che l'investimento culturale è un farmaco benefico "a rilascio lento" che richiede un orizzonte temporale minimo di efficacia, superiore a quello della pubblicità. Per questo sono importanti collaborazioni pluriennali, programmate per tempo e sul lungo periodo, che offrano possibilità di sinergie anche con altre attività di comunicazione e di business delle aziende partner. **strategia** proporre/scegliere progetti culturali coerenti con mission, identity e obiettivi di marketing dell'impresa, che possano avere ricadute positive sul brand e sul sistema-valori dell'azienda, migliorarne il posizionamento strategico sul mercato, consolidando la relazione con le comunità e con gli stakeholders. **redditività** è necessario rendere più efficace ed efficiente la partecipazione dei privati attraverso una programmazione strategica degli investimenti culturali, orientata al mercato e alla economicità/redditività degli interventi. Per questo bisogna maturare la consapevolezza che anche gli investimenti per la cultura rappresentano per una impresa capitali di rischio per conseguire utili di concreta valenza sociale e non meri strumenti di veicolazione del brand. **condivisione** coinvolgere clienti e dipendenti per generare consenso/"goodwill" intorno all'iniziativa, aumentando la visibilità dell'investimento culturale. La condivisione dei benefit associati a un progetto culturale in modo trasversale in tutta l'azienda (da serate speciali a sconti/biglietteria omaggio) può diventare uno strumento efficace di comunicazione interna, con ricadute forti anche verso l'esterno. **leva fiscale** regole semplici e di facile applicazione in grado di rendere più equilibrato il sistema di incentivazione fiscale, soprattutto nell'ambito delle erogazioni liberali (garantendo un ritorno al di là della defiscalizzazione dell'investimento) e delle nuove forme di neomeccenasimo (al momento non regolamentate in modo univoco). **incentivi strutturali** procedure amministrative snelle per le aziende che sono esempio di good practice nella concessione di spazi pubblici/beni culturali. Allargare quindi l'orizzonte dei benefit classici offrendo alle imprese "virtuose" agevolazioni strutturali nella fruizione di beni/monumenti/eventi culturali in termini di orario, disponibilità, costo, personale.

valutazione è necessario definire criteri oggettivi di rendicontazione degli investimenti culturali, studiando strumenti e tecniche che consentano di misurarne/valutarne in modo sistematico e attendibile la loro efficacia rispetto agli obiettivi aziendali prefissati (dalla copertura stampa agli effetti su vendite, dalla capacità di creare networking alla veicolazione dell'immagine) e la loro valenza economica in termini costi/benefici.

A cura del Comitato
"Comunicare con la Cultura nuovo media per le imprese", Associazione Civita

Carlo Fornaro - Telecom Italia

Quali sono, secondo la Sua esperienza, le ragioni che spingono le imprese ad investire nel settore culturale e quali le principali forme di partecipazione che adottano?

Le logiche che guidano gli investimenti delle imprese private nel settore culturale possono essere certamente diverse: molto spesso di carattere istituzionale, a volte commerciale, senz'altro valoriale.

Il prestigio di un contesto istituzionale, e la necessità da parte dell'impresa di affermare il proprio ruolo in un determinato ambito, spinge un'impresa ad essere presente laddove le grandi realtà del Paese, soprattutto quelle pubbliche, richiedono da una parte un investimento, funzionale alla realizzazione di determinate iniziative, e dall'altra una presenza in beni e servizi, che rendano materialmente possibile i progetti culturali proposti.

Naturalmente questo si interseca con alcuni aspetti che possiamo definire commerciali, o pre-commerciali: i beni e servizi che l'azienda mette a disposizione delle iniziative acquisiscono un'importante visibilità entrando in contatto diretto con potenziali consumatori che ne possono certificare quindi l'efficacia e l'efficienza in un contesto di qualità. Questo è tanto vero per il settore automobilistico quanto per una rete internet o un servizio assicurativo o bancario.

Va detto però che la motivazione principale che guida la scelta di un'impresa è prevalentemente di ordine valoriale o, altrimenti detto, legata al contenuto espresso dal contesto culturale che si sceglie (o per il quale si è scelti?).

Agevolare determinati contesti e farsi promotori di progetti culturali che, nella libertà più assoluta delle scelte di merito, garantiscono al pubblico un prodotto di alto livello e contribuiscono ad alimentare il tessuto culturale del Paese, alimenta la reputazione di una marca e permette di costruire un rapporto di fidelizzazione con il pubblico che rende più "vicina" la marca stessa e allo stesso tempo rende tangibile la sua sensibilità sociale, in senso allargato.

Naturalmente le scelte più felici sono quelle dove la soddisfazione reciproca tra finanziatore e finanziato passa da una giusta contestualizzazione dell'impresa nell'iniziativa culturale e da una valorizzazione del contesto



culturale attraverso i beni e servizi che l'impresa può mettere a sua disposizione.

Quali sono i principali problemi che le imprese incontrano quando investono nel settore culturale e le aspettative nei confronti dei propri partner operatori della Cultura?

Il principale ostacolo è la mancata comprensione che il ruolo di un'impresa in un contesto culturale non può essere solo e soltanto di finanziamento svincolato da ogni tipo di valorizzazione. La strada più produttiva è quella che esclude la logica della sponsorizzazione pura, denaro in cambio di visibilità, soprattutto per brand affermati e conosciuti, e contempla invece un lavoro congiunto per arrivare alla realizzazione di partnership che rispettino gli ambienti di merito e che allo stesso tempo sappiano contestualizzare l'impresa per quelli che sono i suoi valori e i suoi ambiti di azione. Questo è l'indirizzo che guida gli interventi di Telecom Italia nel settore. Basti pensare a quanto fatto nel corso del 2010 con il Festivalletteratura di Mantova, dove abbiamo presentato il nostro nuovo progetto legato agli ebook e ci siamo integrati perfettamente con il Festival, ampliandone la platea e offrendo un intero ciclo d'incontri al pubblico del web. Altrettanto abbiamo fatto con la Biennale di Architettura e da anni facciamo con il

Romaeuropa Festival. Ai Festival della Scienza di Genova e Roma siamo stati noi a portare contenuti e a raccontare al pubblico in modo interattivo la storia recente e futura della rete e della connettività. D'altra parte un intervento come quello realizzato con il Maxxi di Roma, che Telecom Italia ha infrastrutturato con la propria rete e le proprie applicazioni, ha unito la nostra tecnologia con l'eccellenza dell'arte e dell'architettura contemporanea portando valore ad entrambi.

Quali potrebbero essere le condizioni più efficaci che favorirebbero una maggiore predisposizione delle imprese nell'investimento in Cultura?

Al di là del tema della defiscalizzazione degli investimenti o dell'ampliamento dei canali di comunicazione e d'interazione tra imprese e cultura, io credo che il presupposto fondamentale perché gli investimenti che si fanno siano produttivi, e perché questi possano aumentare, è l'efficienza del complessivo sistema culturale italiano: la creazione di una rete di cultura.

L'apertura alle commistioni e alle contaminazioni, la possibilità di realizzare network di comunicazione e di promozione che facciano da volano alle iniziative sia per il mercato italiano sia per quello internazionale, l'integrazione tra le offerte che nascono dal territorio con le iniziative delle grandi città: insomma, abbandonare l'interesse locale o particolare per agire tutti in un'ottica di sistema. Questo aiuterebbe la crescita economica associata alla cultura e premierebbe l'interazione tra pubblico e privato garantendo un ritorno diretto ai cittadini e maggiori occasioni di sviluppo per lo stesso settore culturale.

Al di là naturalmente di una sempre auspicata e pochissimo realizzata comprensione delle necessità comunicative dell'impresa da parte del proponente, che invece, tradizionalmente, coinvolge l'impresa solo come soggetto "pagatore" e mai o quasi mai come soggetto "contributore" ai contenuti o alla possibilità di ampliare la capacità divulgativa dei medesimi.

Carlo Fornaro è
Direttore Relazioni Esterne Telecom Italia

Andrea Margaritelli - Margaritelli Italia

Quali sono, secondo la Sua esperienza, le ragioni che spingono le imprese ad investire nel settore culturale e quali le principali forme di partecipazione che adottano?

È evidente il peso crescente che la dimensione dell'intangibile va assumendo nelle nostre vite così come nell'orientamento delle nostre scelte di consumatori. Basti pensare al ruolo che rivestono oggi fattori quali estetica e design - ma anche rispetto dell'ambiente, etica, responsabilità sociale, etc. - nel successo di prodotti che apparivano fino a poco tempo fa ancorati unicamente a funzionalità e prestazioni. Ed è proprio in questa nuova direzione che la Cultura mostra di poter offrire alla comunicazione di impresa accesso a territori ricchissimi e in larga parte ancora inesplorati. Il presupposto fondamentale per avviare un percorso virtuoso sta comunque nella corrispondenza stretta tra universi di valori. Quelli propri dell'impresa da un lato, quelli dell'evento culturale cui ci si associa, dall'altro. Solo su queste basi è infatti possibile costruire un vero valore aggiunto, capace di far evolvere il rapporto tra impresa e cultura da una sterile logica di sponsorizzazione in qualcosa di molto più vitale e stimolante. Tale cioè da meritare l'appellativo di "investimento culturale". Volendo con ciò sottolineare la natura bidirezionale della sinergia: che si basa su apporti forniti dall'impresa, certamente, ma anche sulla capacità di generare risultati di ritorno oggettivi e verificabili.

Quali sono i principali problemi che le imprese incontrano quando investono nel settore culturale e le aspettative nei confronti dei propri partner operatori della Cultura?

La mancanza di dialogo e condivisione di obiettivi tra i diversi operatori coinvolti (istituzioni, soggetto ospitante, organizzatore, parte curatoriale, imprese sostenitrici, etc.) costituisce una fortissima limitazione. Rappresenta infatti ancora un'assoluta rarità nel nostro Paese assistere ad eventi culturali costruiti fin dalle primissime fasi secondo una logica di progettazione partecipata. Una metodologia di lavoro applicata invece con successo in molti campi limitrofi, che vanno dall'Architettura e Design fino alla Ricerca scientifica.

Quali potrebbero essere le condizioni più efficaci che favorirebbero una maggiore predisposizione delle imprese nell'investimento in Cultura?

Si parla spesso di incentivi fiscali come fattore determinante per promuovere gli investimenti in Cultura. Pur riconoscendone l'importanza, personalmente non sono convinto che rappresentino l'aspetto essenziale. Penso infatti che possano fungere da utilissimo catalizzatore, cioè elemento capace di accelerare il processo, ma non



concorrere da solo a determinarlo. In matematica si parlerebbe di condizione necessaria, ma non sufficiente. Ciò che serve prima di ogni altra cosa è che il mondo delle imprese abbia la possibilità di riconoscere l'oggettivo valore e il ritorno dell'investimento in Cultura. Che potenzialmente offre opportunità di comunicazione davvero uniche, ma che non sempre oggi è presentato sotto questa ottica, né con il corredo di garanzie basilari che una proposta di investimento normalmente richiede. Una carenza, questa, che credo spetti prima di tutto agli operatori culturali colmare. Come peraltro oggi già avviene in casi di eccellenza, e ci auguriamo avvenga sempre più largamente in futuro.

Andrea Margaritelli è
Direttore Marketing e Commerciale Margaritelli Italia

AXA ART

Arte la sicurezza a costo zero. Dalla teoria alla pratica

Sicurezza del patrimonio artistico, modelli di prevenzione e contenimento dei costi sono stati gli argomenti affrontati nel recente convegno organizzato da Civita in collaborazione con l'associato AXA Art.

L'incontro è stato occasione per fare il punto sulla strada percorsa ed i traguardi raggiunti su queste tematiche cruciali per la tutela del nostro patrimonio. La collaborazione tra le imprese per realizzare standard elevati di sicurezza e ridurre i costi si è infatti tradotta nella realizzazione dell'Art Security Protocol, di cui il convegno ha presentato le caratteristiche, i risultati e le possibili evoluzioni future, punto di partenza per lo sviluppo di forme innovative e trasversali di collaborazione tra Istituzioni, operatori privati e tecnici.

"L'Art Security Protocol - ha spiegato Roberto Bargnani di AXA Art - è un sofisticato sistema integrato di sicurezza per la protezione del patrimonio artistico italiano che garantisce il rispetto di standard qualitativi definiti, certificati e controllabili nella gestione delle opere d'arte. Il protocollo ha avuto il suo battesimo ufficiale a maggio 2010 in occasione di una conferenza stampa convocata dal MIBAC e garantisce la qualità dei servizi dedicati messi a disposizione dai partner che vi aderiscono: è quindi un format replicabile e aperto a tutti gli operatori specializzati nell'ambito dell'assicurazione, del trasporto e del deposito che decidano di garantire formalmente gli standard qualitativi che esso prevede. Per effetto della riduzione dei rischi, ASP consente inoltre di produrre risparmi, anche significativi a favore del Cliente, nei costi assicurativi, in quelli legati al trasporto e nella gestione delle opere d'arte." A discuterne sono stati invitati autorevoli esperti del mondo dei Beni Culturali che, sulla base delle specifiche competenze, si sono confrontati sulle diverse problematiche legate alla sperimentazione del protocollo, con la difficoltà di far convivere le diverse esigenze delle amministrazioni pubbliche da un lato e delle società private dall'altro..



DATA MANAGEMENT

Internet e mondi digitali. Opportunità ed esperienze per i musei e gli archivi d'impresa

Quali sono i vantaggi che Internet e le nuove tecnologie possono arrecare alle aziende e alle amministrazioni che intendono valorizzare il patrimonio costituito dalle collezioni e dagli archivi di impresa? In che modo gli strumenti tecnologici possono sostenere archivi e musei aziendali in questo progetto? Quali possibilità ci sono per avviare una fase nuova nella politica di conservazione e di valorizzazione degli archivi d'impresa?

Su questi interrogativi è incentrato il dibattito che, animato dall'Associazione Civita con il sostegno dell'Associata Data Management S.p.A - uno dei maggiori player italiani ICT nel settore Cultura - si è svolto, in ottobre, in occasione del convegno "Internet e mondi digitali. Opportunità ed esperienze per i musei e gli archivi di impresa" presso la Sala Gianfranco Imperatori dell'Associazione Civita. Un incontro che, inserito nell'ambito della Settimana della Cultura d'Impresa di Confindustria (dal 14 al 23 novembre 2010), ha costituito anche il secondo appuntamento per ricordare Gianfranco Imperatori, per oltre vent'anni Segretario Generale dell'Associazione Civita, e che ha riunito due dei temi a lui tanto cari: musei di impresa e nuove tecnologie. L'evento, moderato dal professor Massimo Negri, Direttore European Museum Academy, ha contemplato due momenti: uno dedicato alla discussione delle tematiche generali che possono nascere intorno all'argomento ed un altro volto, attraverso il racconto di alcune significative esperienze, alla dimostrazione di alcune soluzioni adottate. Nel patrimonio documentario delle numerose piccole e medie aziende, spesso depositarie di competenze e di tradizioni antiche, si scorge, infatti, una straordinaria opportunità per attivare sinergie all'interno della comunità nella quale l'impresa ha operato ed avviare esperienze integrate di valorizzazione delle risorse culturali e di progetti di sviluppo compatibile. Le imprese rappresentano un sistema culturale con una propria dimensione storica, sociologica ed economica che, insieme con le Istituzioni, concorre alla creazione della cultura nella nostra epoca. I prodotti, le rassegne stampa, i brevetti, i documenti audiovisivi e tutto ciò che nasce dalla quotidianità dell'operare, sono le più vive testimonianze di una cultura del Made in Italy che nasce dall'attività economica ma che riserva significati più ampi. Il recupero della memoria storica dell'impresa, la sua conservazione e fruizione possono essere visti da prospettive differenti e con obiettivi diversificati: dalle finalità di marketing (tipiche della brand heritage come elemento qualificante del prodotto aziendale), alla condivisione dei propri valori con la società, ad una più matura e diffusa consapevolezza del know how aziendale ad una visione strategica più ampia in grado di portare valore ai processi aziendali in termini di efficacia ed efficienza, fino ad un'offerta di turismo industriale che punta a valorizzare il territorio circostante, indagandone, tra l'altro, anche la storia.

Il convegno ha costituito un'occasione, tra l'altro, di approfondire la conoscenza di modelli innovativi presentati da Data Management, in grado di introdurre elementi che possano arrecare effetti positivi in termini di "economia aziendale", particolarmente importanti in un periodo di crisi come quello che stiamo attraversando.

Tali modelli, unitamente ad adeguati strumenti tecnologici all'avanguardia, supportano l'impresa nella strutturazione ed organizzazione del patrimonio storico come sistema culturale vero e proprio portando, inoltre, valore ai processi aziendali in termini di efficacia ed efficienza.

La loro peculiarità risiede proprio nella capacità di sfruttare la memoria storica e culturale coinvolgendo i processi aziendali "attivi", quali, tra gli altri, la condivisione del know how dell'impresa, non solo come stimolo all'innovazione e alla creatività interna, ma anche per una maggiore facilità ed efficienza del processo di formazione del personale degli uffici periferici. La proposta innovativa che ne scaturisce è finalizzata al raggiungimento di due obiettivi principali. Da un lato, mira a creare una visione d'insieme della memoria storica e culturale, un'opportunità di conoscenza e studio, un approfondimento dell'universo di relazioni che collegano tra loro gli elementi dell'eccellenza del brand Made in Italy. Dall'altro, fornisce uno strumento per il management finalizzato ad ottimizzare e razionalizzare processi aziendali, coinvolgere tutte le strutture interessate e rafforzare il ruolo di governo centrale. Una nuova frontiera di eccellenza, quindi, per la conservazione e fruizione del patrimonio aziendale ma anche un efficace strumento al servizio della competitività dell'impresa.



ENEL

Una casa popolata da farfalle per il Macro

È l'opera vincitrice dell'Enel Contemporanea Award 2010 - una casa popolata da farfalle ispirata alla celebre Farnsworth House di Mies van der Rohe e realizzata dal duo di artisti olandesi Bik Van der Pol (Liesbeth Bik e Jos Van der Pol) - ad inaugurare ufficialmente la nuova ala permanente del MACRO - Museo d'Arte Contemporanea di Roma ideata dall'architetto francese Odile Decq e promossa da Roma Capitale, Assessorato alle Politiche Culturali e della Comunicazione Sovrintendenza ai Beni Culturali.

Il progetto di Bik Van der Pol si inserisce nell'ambito della partnership che dallo scorso anno vede Enel affiancare e sostenere il Museo, con l'obiettivo di creare sinergie virtuose tra pubblico e privato nella promozione dell'arte contemporanea in Italia. Un'architettura dentro l'architettura che, dal 4 dicembre fino al 16 gennaio 2011, porta i magnifici spazi progettati da Odile Decq a dialogare con la struttura ideata da Bik Van der Pol e liberamente ispirata alla celebre icona dell'architettura modernista: la Farnsworth House realizzata nel 1951 da Mies Van der Rohe pensando al rapporto ideale tra uomo e natura. Un'opera altamente simbolica, che racchiude il cuore pulsante e vitale del nuovo Museo. Qui, centinaia di farfalle variopinte trovano il loro habitat naturale grazie alla collaborazione scientifica con il Centro ButterflyArc del Professor Enzo Moretto, per ricordarci come un battito d'ali possa cambiare il mondo e come ogni piccolo gesto possa avere conseguenze più grandi. Gli artisti riflettono infatti sul rapporto uomo e natura a partire dalle farfalle, considerate oggi tra le specie più sensibili ai cambiamenti climatici tanto da essere repute un vero e proprio indicatore relativo alle condizioni ambientali. Il pubblico può accedere liberamente all'interno dell'opera rispettando un numero massimo di persone presenti contemporaneamente nella struttura a tutela del microclima idoneo per le farfalle. "Are you really sure that a floor can't also be a ceiling?" (Sei davvero sicuro che un pavimento non possa essere anche un soffitto?) - questo il titolo dell'opera tratto da una citazione di "Escher" - è stata premiata lo scorso marzo da una giuria internazionale quale opera vincitrice dell'Enel Contemporanea Award 2010, quarta edizione del progetto promosso da Enel che, nella rinnovata formula del "premio ad inviti", ha visto un Comitato Scientifico composto da curatori e critici di profilo internazionale invitare sette artisti provenienti da diversi Paesi a presentare un'opera inedita sul tema dell'energia, appositamente pensata per i nuovi spazi del MACRO.

Per informazioni: 06 671070400; www.enelcontemporanea.it



FASTWEB

Uno sponsor "sostenibile"

Fastweb è sponsor di "2050. Il pianeta ha bisogno di te", la mostra del Science Museum di Londra dedicata al futuro del pianeta e allo sviluppo sostenibile, allestita fino al 30 gennaio 2011 alla Rotonda di via Besana a Milano.

La mostra affronta temi legati al futuro dell'abitare, alle città di domani, ai trasporti e ai nuovi divertimenti. Temi su cui le telecomunicazioni avranno un impatto sempre più rilevante e su cui Fastweb, che è stata la prima azienda al mondo a costruire una rete in fibra ottica e la prima in Italia a rendere disponibile il collegamento a 100 Mbps a 2 milioni di famiglie, è sempre stata motore di innovazione. Solo grazie alla banda larga e alle reti di nuova generazione sarà possibile infatti sviluppare applicazioni come la TV ad alta risoluzione e in 3D, la connessione verso apparati esterni alla casa per l'archiviazione e la condivisione di dati, video e musica, la telemedicina, l'e-government, il telelavoro, la teleconferenza, i sistemi per la gestione del traffico, la telesorveglianza.

Ma il futuro è possibile solo se tiene conto del rispetto per l'ambiente e se si diffondono sia a livello industriale sia a livello individuale, comportamenti attenti all'utilizzo delle risorse. Internet stessa ha contribuito allo sviluppo della coscienza ambientalista favorendo il dialogo fra Nord e Sud del mondo, il dibattito e lo scambio di esperienze. Fastweb, impegnata a sostenere una cultura e comportamenti responsabili, ha deciso quindi di dare il proprio sostegno a questa mostra che associa divulgazione scientifica, gioco, interattività, nuove tecnologie, e attenzione alle tematiche ambientali.

"Legare il nome di Fastweb a "2050. Il pianeta ha bisogno di te" ribadisce il forte legame dell'azienda con la città di Milano" ha dichiarato Sergio Scalpelli, Direttore delle Relazioni Esterne e Istituzionali. "Crediamo che rientri nelle responsabilità della nostra azienda quella di contribuire alla diffusione di una cultura più consapevole e più sensibile verso le tematiche dello sviluppo sostenibile".





FONDAZIONE BANCO DI SICILIA

Nasce il "Premio MondelloGiovani"

Dopo il successo riscosso dal festival MondelloGiovani, dedicato alla letteratura giovane, in vista della prossima edizione del Premio Letterario Internazionale Mondello, promosso dalla Fondazione Banco di Sicilia e in programma nella primavera del 2011, nasce adesso una nuova sezione, denominata proprio "Premio MondelloGiovani". Il nuovo Premio sostituisce la sezione "Opera prima" del Mondello ed è aperto a tutti i giovani scrittori di lingua italiana che non superino il trentesimo anno di età, autori di un'opera edita di creatività letteraria, in prosa o in versi.

La decisione di dar vita al Premio MondelloGiovani è stata presa nei giorni scorsi dalla Giuria del Premio Mondello e nasce dalla considerazione di realizzare un legame ancora più stretto fra il Mondello e il Festival MondelloGiovani, che fin dalla sua nascita, nel 2008, ha dedicato un'attenzione particolare ai nuovi stili letterari e agli autori emergenti di nuova generazione.

Le opere concorrenti al Premio MondelloGiovani possono essere inviate in cinque copie entro il 28 febbraio 2011 alla segreteria del Premio Letterario Internazionale Mondello, presso la Fondazione Banco di Sicilia (in viale della Libertà, 52 - 90143 Palermo). I libri in concorso saranno esaminati dalla Giuria della XXXVII edizione del Premio Letterario Internazionale Mondello, presieduta da Giovanni Puglisi e composta da Nino Buttitta, Pietro Carriglio, Franco Cordelli, Francesca Corrao, Roberto Deidier, Alain Elkann, Luigi Forte, Giulia Lanciani, Fausto Malcovati, Franco Marengo, Lorenzo Mondo, Salvatore Silvano Nigro, Maria Antonietta Saracino, Marco Santagata, Maurizio Scaparro e Maria Pia Tosti Croce.

Per consultare il bando di concorso è possibile collegarsi al sito www.fondazionebancodisicilia.it.

"La nascita del Premio MondelloGiovani - sottolinea Giovanni Puglisi, presidente della Giuria - è un'ulteriore conferma dell'attenzione che il Premio Mondello dedica da sempre ai giovani autori ed è un'ulteriore apertura di questo prestigioso concorso letterario alla creatività e alle nuove tendenze letterarie, anche alla luce dell'affermarsi e del consolidarsi del festival della letteratura giovane, sempre più radicato nel tessuto culturale siciliano e nazionale".

FONDAZIONE CASSA DI RISPARMIO DI PERUGIA

Il Pianeta che cambia

Grazie all'impegno della Fondazione Cassa di Risparmio di Perugia, approda in Umbria - tra Perugia, Gubbio e Assisi - la prima e unica tappa italiana de "Il Pianeta che cambia", una spettacolare iniziativa divulgativa articolata in 3 mostre (Clima, Acqua e Dinosauri) curate dall'American Museum of Natural History di New York, in collaborazione con altre istituzioni scientifiche internazionali, che si avvalgono, nell'allestimento italiano, della consulenza e supervisione di Piero Angela.

L'intera iniziativa si sviluppa lungo un arco temporale che arriva al 5 giugno 2011: la mostra sul Clima ha aperto i battenti a Perugia il 2 ottobre, presso Palazzo Baldeschi al Corso, per chiuderli il 5 giugno 2011; quella sull'Acqua, invece, occupa le stanze di Palazzo Bonacquisti ad Assisi, dove dal 2 ottobre resterà fino al 15 maggio 2011; è la volta dei Dinosauri, in mostra a Gubbio presso Palazzo dei Consoli. A fare da cornice, dunque, tre splendide città dell'Umbria e tre magnifici palazzi storici. Le tre mostre si svolgono sotto l'alto Patronato del Presidente della Repubblica, e con il patrocinio della Presidenza del Consiglio, del Ministero dell'Ambiente, del Ministero della Gioventù e della Rappresentanza in Italia della Commissione europea. Media partner dell'iniziativa, invece, sono la Rai e il mensile Focus. A Civita sono state affidate l'organizzazione e la comunicazione.

"...tre mostre di notevole spessore scientifico e didattico, dedicate ai cambiamenti del clima che rendono urgente la necessità di produrre energia pulita; all'acqua, elemento primario la cui disponibilità è essenziale per lo sviluppo sostenibile; ai dinosauri, che con la loro misteriosa estinzione ancora ci appassionano e ci pongono domande sulla vita nel Pianeta che cambia"(Piero Angela).

Il nostro pianeta sta cambiando. I mutamenti climatici del 21esimo secolo destano preoccupazione e, talvolta, angoscia. Le implicazioni di tali trasformazioni si preannunciano critiche e la pianificazione di un nuovo futuro energetico appare quanto mai necessaria. A tal proposito, il percorso espositivo e didattico punta, attraverso una conoscenza approfondita e scientifica di questi temi, ad accrescere, soprattutto nei più giovani, la capacità di cogliere con spirito costruttivo le sfide e le opportunità insite nel nostro futuro. Si tratta quindi di un'occasione unica di conoscenza e, al contempo, di divertimento, destinata a far maturare in ciascuno la consapevolezza sui temi ambientali e le loro ricadute sulle generazioni future. Tre mostre che non vanno solo viste, ma anche toccate, esplorate, apprese e vissute. Per informazioni: www.ilpianetachecambia.it; www.fondazionecrpg.it



FONDAZIONE CASSA DI RISPARMIO DELLA PROVINCIA DELL'AQUILA Una banca dati al servizio della cultura abruzzese

La recente realizzazione del "Portale Polo Servizi Culturali Abruzzo" con l'attivazione della sezione SISMAq (documentazione sul terremoto dell'Aquila), è un'iniziativa della Deputazione di Storia Patria degli Abruzzi, finanziata dalla Fondazione Cassa di Risparmio della Provincia dell'Aquila, che ha come obiettivo principale la creazione di un banca dati di informazione bibliografica e archivistica per la conoscenza del territorio e dei suoi eventi sismici e per attività nel campo del restauro librario e archivistico.

In particolare, la sezione dedicata al terremoto del 6 aprile 2009 ha raccolto, e sta raccogliendo man mano, tutto il materiale pubblicato, diventando così la prima biblioteca virtuale sull'evento.

Il Progetto nasce come diretta conseguenza e prosecuzione delle iniziative intraprese tempestivamente dopo il sisma del 6 aprile 2009 ed ha come obiettivo quello di mettere a disposizione della comunità, di studiosi e studenti che sempre più numerosi afferiscono al polo culturale di Bazzano. Un'area dove dopo il terremoto si sono concentrati i maggiori servizi culturali disponibili a L'Aquila. Per questo motivo il Portale Polo Servizi Culturali Abruzzo e in particolar modo la sezione SISMAq sono uno strumento di informazione sulle materie specifiche della ricerca bibliografica e documentaria, con l'immissione di materiali già disponibili e di significativa incidenza sul progetto complessivo, con progressivo e costante aumento di tale risorse e con particolare attenzione alle problematiche degli eventi sismici riguardanti il territorio. "È apparso subito evidente - ha spiegato Walter Capezzali, Presidente della Deputazione di Storia Patria Abruzzi - come il maggior problema da affrontare, al di là della ricostruzione di una città monumentale colpita nel cuore da un terremoto devastante, sia quello delle giovani generazioni, che dovranno trovare nuovi stimoli e nuove motivazioni per vivere in questo territorio, frequentarne le istituzioni di ambito formativo e la vita sociale e di lavoro, ovvero superare positivamente il comprensibile sbandamento psicologico oltre che materiale".

Il Portale, infatti è già in grado di fornire una specifica base dati (S.I.S.M.Aq Servizio Informativo sul Sisma Memoria L'Aquila) dedicata alla sterminata documentazione relativa proprio al terremoto dell'Aquila; documentazione in costante aggiornamento tanto da essere la prima biblioteca virtuale su questo disastroso evento e, come il Portale, con accesso gratuito e disponibile a tutti. "Abbiamo sostenuto con entusiasmo questa iniziativa - ha spiegato Roberto Marotta Presidente della Fondazione Carispaq - perché risponde perfettamente agli scopi di utilità sociale che l'ente che presiedo si prefigge, ma anche perché ci sembrava importante far vivere un progetto che andasse anche a favore delle giovani generazioni che avessero necessità di ricerca, documentazione e studio. Tra le tante iniziative promosse da questa Fondazione e dal sistema delle Fondazioni Italiane a sostegno del territorio colpito dal sisma, questa ci è sembrata degna della nostra attenzione perché rende disponibili a tutti e in maniera gratuita materiali e documenti che saranno la memoria di quanto accaduto in questo territorio".

All'iniziativa hanno aderito la Provincia dell'Aquila, l'Archivio di Stato dell'Aquila, l'Assessorato alla Cultura della Regione Abruzzo, la Facoltà di Lettere e Filosofia dell'Università dell'Aquila, la Società Geografica Italiana e naturalmente la Fondazione Carispaq.

Per informazioni: www.poloserviziabruzzo.it



FONDAZIONE GRUPPO CREDITO VALTELLINESE

Un fitto programma di mostre

Ispirandosi alle tradizioni solidaristiche proprie degli Istituti sostenitori, la Fondazione persegue lo scopo della promozione e del sostegno di iniziative finalizzate al progresso culturale, morale, scientifico, sociale e socio-economico prevalentemente nel territorio e per la Comunità ove operano gli Istituti bancari presenti nel Gruppo Credito Valtellinese.

In programma, al momento, ci sono diverse attività espositive: "Dietro il vetro" è la seconda di un ciclo di mostre dedicate al rapporto tra arte e design, aperto nel gennaio scorso con la mostra "32" di Gaia Clerici. In questa occasione il chiostro del Palazzo delle Stelline ospita, fino a gennaio 2011, la produzione di vetri artistici realizzati dal mastro vetraio muranese Silvano Signoretto su disegno dei principali artisti e designer contemporanei.

Dal 26 gennaio al 16 marzo 2011, la Galleria Gruppo Credito Valtellinese di Milano e, dal 15 aprile al 26 giugno 2011, la Galleria Credito Siciliano di Acireale, ospiteranno la mostra "Yvan Salomone. Dove finisce la città", una personale dedicata all'illustre artista francese, organizzata in collaborazione con la Galleria Xippas di Parigi. Salomone, che nasce e opera a Saint-Malo, ha il grande merito di aver attualizzato una tecnica ormai desueta, focalizzandosi sul tentativo di trasformare luoghi ordinari in paesaggi singolari, orientando la sua ricerca sull'idea di transito, così le zone portuali progressivamente integrate con quelle industriali sono diventate le basi di questa esplorazione.

Infine, la Galleria Credito Valtellinese di Sondrio ospita dall'11 febbraio al 30 aprile 2011 "In viaggio. Strade ferrate itinerari, persone per unire le Alpi", una mostra fotografica, a cura di Roberto Mutti, dedicata alle ferrovie retiche viste con l'occhio di tre grandi fotografi: la svizzera Stefania Beretta, l'austriaca Margherita Spiluttini e l'italiano Francesco Cito. L'esposizione che appartiene al ciclo "il paesaggio costruito", inaugurato con la mostra "900+. Václav Šedý. Fotografie di architettura al centro delle Alpi. 1900-2010", si articolerà su tre diversi livelli: il reportage, le grandi infrastrutture e il paesaggio.



FONDAZIONE DINO ED ERNESTA SANTARELLI

Gemme, sculture e marmi di Roma

L'attività della Fondazione Dino ed Ernesta Santarelli Onlus, giunta al sesto anno di vita, ha avuto eventi significativi anche nel corso del 2010. Oltre che a incrementare le proprie raccolte di sculture antiche e moderne, di glittica e sigilli antichi, ad accrescere la raccolta libraria della biblioteca del Castello della Cecchignola, che costituisce la propria sede monumentale, la Fondazione Santarelli ha presentato due nuovi volumi sulla glittica, coediti con L'Erma di Bretschneider.

Il primo, *Studi di Glittica*, raccoglie una serie di saggi di alcuni dei massimi esperti del settore, tra questi, Antonio Giuliano, Ulrico Pannuti e Lucia Pirzi Biroli Stefanelli. Il secondo volume, *Catalogo illustrato della glittica nella Fondazione Santarelli*, presenta il primo repertorio completo della preziosa collezione di gemme e cammei della Fondazione. I volumi fanno parte di una collana di studi che si concentra sull'indagine dei marmi colorati della Roma imperiale, della scultura classica e della glittica, seguendo le principali materie di specializzazione delle collezioni della Fondazione Santarelli, come conferma il volume già edito *Studi Normanni e Federiciani*, che raccoglie importanti saggi di Margherita Guarducci, Pico Cellini, Luigina Quartino e soprattutto di Antonio Giuliano. Ancora in tale direzione è in corso di pubblicazione il primo volume del *Catalogo scientifico della raccolta di sculture romane della Fondazione*, curato da Massimiliano Papini ed

Eugenio La Rocca e un volume di studi su Villa Lontana e Antonio Canova, con scritti, fra gli altri, di Antonio Paolucci, Simonetta Ceccarelli e Alberta Campitelli. Oltre alla presentazione dei volumi sulla glittica è stata intrapresa un'altra importante iniziativa della Fondazione, la cessione in comodato ai Musei Capitolini della collezione di glittica che verrà collocata con un apposito innovativo allestimento nelle sale del museo antistante il Medagliere Capitolino. L'inaugurazione della nuova sezione museale è prevista per la primavera del 2011 e per l'occasione verrà anche presentato il *Catalogo ragionato della collezione di glittica*, curato da Angela Gallottini, con la collaborazione dei maggiori esperti della materia, tra cui Loredana Sist, Riccardo Genmaioli e Paolo Vitellozzi. La collezione di glittica, iniziata da Ernesta Santarelli, è stata negli ultimi dieci anni arricchita da nuovi acquisti di pezzi romani, moderni e di reperti egizi e assiri che completano il suo vasto panorama storico che comprende, oltre le antiche civiltà mediorientali, eccezionali esempi della Roma repubblicana e imperiale, nonché pezzi federiciani rarissimi, fino a raffinati manufatti della Roma neoclassica. L'altra notevole raccolta della Fondazione Santarelli, che comprende sculture della Roma antica ma anche pezzi di ambito medievale, rinascimentale, barocco e neoclassico, ha concesso in prestito due sculture inedite attribuite ad Andrea Bregno, in occasione della mostra tenuta nei saloni di Palazzo Venezia a Roma, "Le forme del Rinascimento", curata da Claudio Strinati e Claudio Crescentini (giugno-settembre 2010). La collezione di sculture della Fondazione Santarelli, arricchita recentemente dall'acquisizione in comodato della raccolta di sculture di Federico Zeri, intende rendere pubblica la straordinaria qualità e varietà dei propri reperti e in tale senso è in procinto di organizzare, in accordo con la Fondazione Roma, una esposizione di una selezione dei pezzi più significativi di entrambi le raccolte.



FONDAZIONE DI VENEZIA

Parte M9. Più di un museo, più di un polo culturale.

M9 è una coraggiosa e impegnativa operazione di rigenerazione urbana, imperniata sulla realizzazione di un polo culturale capace di divenire punto di riferimento per la città e l'area metropolitana di cui Mestre è il centro.

Risale al 2005 l'idea della Fondazione di Venezia di dotare la terraferma veneziana di uno spazio polifunzionale, dal respiro e dalla vocazione internazionali, in cui rappresentare, studiare e riflettere sulla modernità e sulla contemporaneità. Più di un museo, più di uno spazio espositivo. E proprio in virtù della complessità dell'intervento e della molteplicità dei temi di interesse, un codice alfanumerico è stato scelto a designare l'intero progetto, un codice capace di inglobare le diverse anime e i diversi elementi chiave: M9 sintetizza tanto gli ambiti tematici dell'iniziativa quanto la sua localizzazione geografica. "M" come museo, come mostre, come mediateca, come multimediale e multisensoriale, come mall, come Mestre e Marghera, come metropoli; "9" come Novecento, il secolo raccontato dalle esposizioni permanenti. M9 comprenderà infatti il Museo del '900 (museo di nuova generazione dedicato alle grandi trasformazioni sociali, economiche, urbanistiche e culturali del XX secolo), una mediateca-archivio del Novecento, in cui sarà possibile consultare filmati, registrazioni audiovisive, materiali radiofonici e sonori, archivi fotografici e testuali in formato elettronico e uno spazio espositivo per mostre e attività didattiche, rivolto ai temi della contemporaneità e ai settori emergenti della creatività e della conoscenza. Disporrà inoltre di un auditorium (per convegni, conferenze e presentazioni) e ospiterà servizi commerciali di qualità. Tra il 2007 e il 2008 il progetto ha iniziato a concretizzarsi con l'acquisto di un'area di circa 9.000 metri quadrati nel cuore di Mestre. Il 2010 è stato l'anno del concorso di architettura per la progettazione di M9: a febbraio è stato bandito il concorso a inviti, a giugno i sei studi partecipanti hanno consegnato i progetti e il 27 agosto la giuria - presieduta da Giuliano Segre, presidente della Fondazione di Venezia, e composta da Cesare Annibaldi, Roberto Cecchi, Plinio Danielli, Marino Folini, Carlo Magnani e Giorgio Orsoni - ha proclamato vincitore il progetto dello studio Sauerbruch Hutton. Queste le motivazioni: "il progetto di Sauerbruch Hutton è una felice sintesi tra le esigenze di un museo moderno, i vincoli tecnici e le caratteristiche urbane di Mestre. Crea un rapporto nuovo con la città, disegnando nuovi spazi pubblici e nuovi accessi, per una piena permeabilità e fruibilità dell'area. Grazie a una concezione strutturale e impiantistica all'avanguardia, attenta ai temi dell'ecocompatibilità e del risparmio energetico, propone una soluzione progettuale di alto livello ed estremamente flessibile negli utilizzi". Nei prossimi mesi lo studio vincitore presenterà il progetto definitivo e poi l'esecutivo per partire con le varie fasi di costruzione. La posa della prima pietra è prevista nel gennaio del 2012, l'inaugurazione ufficiale nel 2014.

Per informazioni: www.m9museum.it



GENERALI

Sponsor a Villa Manin

L'Azienda Speciale di Villa Manin a Codroipo (Udine) trova in Assicurazioni Generali un valido sostegno per le sue mostre del 2010 che seguono la linea del doppio binario: una grande retrospettiva primaverile dedicata ad importanti artisti di origine regionale e una esposizione autunnale dedicata all'arte europea del secondo Ottocento e del primo decennio del Novecento, in un progetto quadriennale dedicato alle "Geografie dell'Europa".

La stagione si è aperta con una grande retrospettiva di più di 170 opere dei tre fratelli friulani: "I Basaldella. Dino, Mirko, Afro" (27 marzo-29 agosto 2010) che si è proposta come la più interessante e nuova mai realizzata sulla celebre famiglia di artisti.

Per l'esposizione autunnale "Linea d'ombra" con Marco Goldin, curatore delle mostre, ha deciso di puntare sulla pittura dei Paesi Scandinavi partendo da una monografica del loro rappresentante più conosciuto: Edvard Munch, di cui ha riunito 35 opere tra dipinti e lavori su carta. Accanto a queste, nella mostra "Munch e lo spirito del Nord. Scandinavia nel secondo Ottocento" (25 settembre 2010-6 marzo 2011), sono esposti altri dipinti, taluni di grandi dimensioni, a rappresentare la pittura in Norvegia, Svezia, Finlandia e Danimarca nel secondo Ottocento, per un totale di circa 130 opere provenienti dai maggiori Musei scandinavi oltre che europei ed americani. L'esposizione dedicata principalmente al paesaggio, esplora anche i temi del ritratto e della figura attraverso un percorso espositivo suddiviso nelle quattro sezioni rappresentanti le scuole nazionali dove il quadro storico e l'evoluzione pittorica è ben evidente. Dopo una prima parte dedicata ai principali artisti della prima metà dell'ottocento e alla loro scoperta di un vero naturale, si entra nella seconda metà del XIX sec. con un moderno approccio all'arte: interiore e simbolista che raggiunge il culmine nella quinta e ultima sezione, dedicata a Munch. Le opere, alcune su carta, sono state scelte per essere messe in relazione con i pittori scandinavi che lo precedono e ci permetteranno di conoscere in profondità l'opera di un artista che tolse tutte le certezze del naturalismo introducendo il senso problematico della figura nel paesaggio. Proprio questa immagine è stata scelta come manifesto dell'esposizione con la tela "La malinconia" che raffigura un uomo pensoso e inquieto immerso in un paesaggio marino. Realizzato con un linguaggio sintetico ed essenziale questo dipinto è indicato da alcuni come la prima opera simbolista della pittura norvegese. Le linee ondulate della spiaggia diventano una proiezione dello stato d'animo del personaggio e la tela diventa il simbolo universale della malinconia, intesa come emozione comune a tutti gli esseri umani. Munch fa della natura la cassa di risonanza delle proprie emozioni, divenendo il massimo rappresentante di quel rapporto disorientante, che in questa mostra si cerca di narrare, tra l'uomo e il paesaggio.

Assicurazioni Generali contribuisce quale sponsor all'impegno dell'Azienda Speciale di Villa Manin che intende confermare il polo espositivo come rilevante centro di importanza artistica internazionale affinché possa attrarre un'area territoriale sempre più ampia, nella convinzione che la cultura sia un bene inscindibile per la crescita dell'individuo e che non possa mancare in Regione un importante centro che la promuova.



INTESA SANPAOLO

Florens 2010

Intesa Sanpaolo - insieme a Banca CR Firenze, Confindustria Firenze e Confederazione Nazionale Artigianato Piccola e Media Impresa Firenze - ha promosso la prima edizione di "Florens 2010 Settimana Internazionale dei Beni Culturali e Ambientali". Per 9 giorni la città di Firenze e i comuni limitrofi si sono trasformati in un laboratorio internazionale sui beni culturali ed ambientali: 15.000 le presenze, 150 workshop, lectio, mostre, dialoghi, eventi e riflessioni scientifico-culturali che hanno visto un pubblico di studiosi, addetti ai lavori ma anche studenti e cittadini partecipare con entusiasmo.

Oltre 500 le presenze al Forum Internazionale dei Beni Culturali e Ambientali che ha animato le ultime tre giornate della manifestazione con 80 relatori e 33 Paesi rappresentati.

Nel Salone dei Cinquecento di Palazzo Vecchio la cultura è stata riportata al centro dell'agenda dei policy maker e dei business leader internazionali: è emerso con forza un appello ad investire in un settore che rappresenta un asset fondamentale per il nostro Paese.

"Le analisi di Florens 2010 - come ha ricordato Giovanni Gentile, ideatore e Presidente di Florens 2010, oltre che Presidente di Confindustria Firenze - mostrano che ogni 100 euro di incremento di Prodotto Industriale Lordo nel settore culturale si attivano 249 euro di PIL nel sistema economico, di cui 75 euro nell'industria. In termini di occupati, 2 unità di lavoro nel settore culturale generano 3 unità di lavoro nel sistema economico. Di conseguenza, una ipotetica riduzione di 500 milioni di euro di PIL del settore culturale equivarrebbe alla mancata attivazione di 1,2 miliardi di euro di PIL nazionale, di cui 375 milioni di euro nell'industria". Grande dunque la soddisfazione espressa dal Comitato Promotore di Florens 2010 che, per volontà di tutti i suoi soci fondatori - tra cui Intesa Sanpaolo - è stato da poco trasformato in "Fondazione Florens per i beni culturali e ambientali". Scopo ispiratore della neonata Fondazione è riconoscere, sostenere e divulgare il principio che i beni culturali e ambientali sono patrimonio della civiltà umana ed in tale contesto valorizzare anche il contributo che Firenze, in considerazione della sua storia, può offrire per il raggiungimento di tale scopo.



INVITALIA

Poli museali di eccellenza nel Mezzogiorno

Pronti a partire i progetti per 7 Poli museali di eccellenza in Abruzzo, Basilicata, Campania, Calabria, Puglia e Sardegna e a breve anche in Sicilia, per un totale di 95 interventi. Questi i risultati della prima fase di attuazione del "Progetto pilota Poli museali di eccellenza nel Mezzogiorno".

Promosso dal Ministero per i Beni e le Attività Culturali (MiBAC) e dal Dipartimento per lo Sviluppo e la Coesione Economica (DPS) e realizzato da Invitalia, il Progetto è operativo dal 2008 e punta a potenziare la qualità dell'offerta museale del Mezzogiorno e a contribuire alla crescita economica e sociale dei territori coinvolti, attraverso interventi strutturali sul loro patrimonio culturale in grado di garantire prospettive reali di sviluppo attraverso il miglior equilibrio tra tutela, valorizzazione e impatto economico e sociale.

Sotto la supervisione di un Comitato Scientifico di Indirizzo, sono state selezionate - in collaborazione con le Direzioni Regionali del MiBAC - 18 candidature a Polo museale di eccellenza, scelte tra i musei e le aree archeologiche con evidenti valori intrinseci e particolari potenzialità nelle regioni Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Puglia, Sardegna e Sicilia.

Per le 7 candidature che hanno superato la valutazione di prefattibilità, sono stati anche completati i progetti preliminari. Negli ultimi 12 mesi sono stati predisposti complessivamente 95 progetti di interventi.

Tra gli interventi del progetto, di particolare rilievo è quello per L'Aquila, per cui il MiBAC ha chiesto ad Invitalia di realizzare - avvalendosi delle risorse del Progetto - la sede provvisoria del Museo Nazionale d'Abruzzo.

Il Ministro per i Rapporti con le Regioni e la Coesione territoriale, Raffaele Fitto, alla recente presentazione dei lavori, ha sottolineato che "per la crescita del Mezzogiorno è necessario che si attui un "cambio di passo" nell'attuazione delle politiche basato su selezione e concentrazione su interventi rilevanti e, quindi, sulla realizzazione di progetti di qualità, valutati sul piano della loro fattibilità, preparati tecnicamente e quindi appaltabili. Sono questi gli indirizzi che muovono il Piano nazionale per il Sud. Il progetto "Poli museali" fornisce in tal senso, per il patrimonio culturale meridionale, un contributo positivo e coerente e mette da subito a disposizione delle amministrazioni responsabili non proposte generiche ma concreti interventi da attuare". Il Ministro ha, inoltre, rilevato che "quando i progetti ci sono e sono di qualità, l'individuazione delle risorse per la loro realizzazione diventa un'opportunità da cogliere e non più un problema. L'impegno del Governo è a promuovere tutte le condizioni perché sia così anche in questo caso".



LOTTOMATICA

Il Gioco del Lotto diventa partner del MAXXI

Il Gioco del Lotto diventa partner delle attività educative del MAXXI.

Da diversi anni, il Gruppo Lottomatica è impegnato in iniziative portatrici di valori educativi e sociali perché crede che la cultura sia un vero e proprio fattore di sviluppo in grado di avviare un circolo virtuoso tra le imprese e la comunità. Per questa ragione negli anni ha legato il proprio nome alle più importanti istituzioni con il desiderio di contribuire ad arricchire la comunità con un'offerta di altissima qualità.

E' quindi nell'ambito di una sempre maggiore attenzione agli investimenti sul territorio che il Gioco del Lotto in passato ha partecipato al recupero di luoghi di rilevante impatto sociale nella città di Roma e ora ha deciso di affiancare una nuova e importante istituzione come il MAXXI, dedicata alla creatività contemporanea.

Il MAXXI è gestito da una Fondazione costituita nel luglio 2009 dal Ministero per i Beni e le Attività Culturali ed ospita due musei: il MAXXI Arte e il MAXXI Architettura. La programmazione delle attività - mostre, workshop,

convegni, laboratori, spettacoli, proiezioni, progetti formativi - rispecchia la sua vocazione ad essere non solo luogo di conservazione ed esposizione del patrimonio ma anche, e soprattutto, un laboratorio di sperimentazione e innovazione culturale, di studio, ricerca e produzione di contenuti estetici del nostro tempo. Sede del MAXXI è la grande opera architettonica, dalle forme innovative e spettacolari, progettata da Zaha Hadid nel quartiere Flaminio di Roma.

Nel mese di dicembre parte un grande progetto "Prendi l'arte e mettila da parte" - curato dal Dipartimento Educazione del MAXXI in collaborazione con il Gioco del Lotto - attraverso il quale vengono proposte a tutti i visitatori del museo una serie di iniziative volte a conoscere in modo ludico e creativo il mondo dell'arte contemporanea.

"Prendi l'arte e mettila da parte" prevede tre diversi momenti, per tutti i desideri e tutte le età.

"Arte take away. Prendi l'arte e mettila da parte". Dal primo al 31 dicembre i visitatori del MAXXI potranno ritirare una bag alla biglietteria del museo e riempirla, durante la visita, con le didascalie take away di 15 tra le opere più significative esposte nella mostra "Spazio".

"Io Gioco con l'Arte. Prendi parte al gioco". Per tre domeniche (5, 12 e 19) e martedì 28 dicembre i bambini dai 4 agli 11 anni saranno i protagonisti di otto laboratori in cui esplorare e capire le linee fluide e dinamiche dell'architettura di Zaha Hadid e le opere in mostra. E mentre i bambini saranno alla scoperta del MAXXI, i genitori potranno visitare il museo usufruendo di visite guidate gratuite. I laboratori, anch'essi gratuiti, sono prenotabili a partire da lunedì 13 dicembre sul sito www.giocodelotto.it.

"Mediatori d'arte. Comprendi l'arte". Tutti i sabati dalle 19.00 alle 22.00 e le domeniche di dicembre dalle 11.00 alle 14.00 cinque mediatori d'arte saranno a disposizione del pubblico per rispondere alle domande sulle opere in mostra, per un'esperienza personale ed emotiva dell'arte contemporanea.

Il momento della mediazione rappresenta un processo attivo di creazione di significato, in cui l'individuo mette in gioco le proprie personali strategie interpretative e il proprio retroterra storico e culturale. L'arte si costruisce a partire dall'esperienza e dal punto di vista del visitatore, questo è l'aspetto rivoluzionario della mediazione.

E' questo in sintesi il progetto "Prendi l'arte e mettila da parte", a cura del Dipartimento Educazione del MAXXI in collaborazione con il Gioco del Lotto, partner delle attività educative del Museo. L'iniziativa si svolgerà gratuitamente per tutto il mese di dicembre, un originale regalo di Natale riservato ai visitatori che potranno così vivere un'esperienza d'arte completa e innovativa.

Informazioni al sito: www.fondazionemaxxi.it e www.giocodelotto.it



LUCEPLAN

Il made in Italy nelle boutiques Cartier

Cultura e design, tradizione e innovazione, eleganza e ricerca si intrecciano negli apparecchi a basso consumo energetico appositamente progettati e realizzati da Luceplan per le boutiques della maison Cartier.

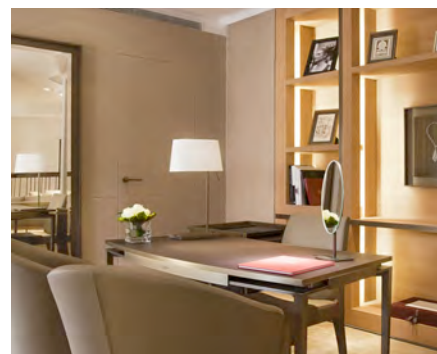
Cartier, marchio francese d'eccellenza nel panorama delle creazioni d'alta gioielleria e d'alta orologeria, e Luceplan, marchio di punta del made in Italy nel settore dell'illuminazione, si incontrano, dunque, nel nuovo concept d'arredo, sobrio e funzionale, messo a punto dall'architetto Bruno Moinard per le boutiques Cartier nel mondo. Per i raffinati punti vendita della maison parigina, Luceplan ha espressamente realizzato una lampada declinata in due versioni, da tavolo e da terra. La lampada da tavolo, concepita per la presentazione al cliente delle creazioni firmate Cartier, è un sofisticato apparecchio d'illuminazione dotato di tecnologia LED a duplice funzione. All'interno del paralume in tessuto è montato infatti un doppio sistema illuminante, gestibile mediante accensione separata, che comporta un consumo complessivo di soli 24W.

Il primo è studiato per generare una luce calda e diffusa nell'ambiente. Il secondo, munito di un dispositivo ottico ad effetto spot, proietta sul tavolo un fascio di luce bianca ad alta intensità, idonea a valorizzare gemme e preziosi.

Caratterizzato da un design essenziale in grado di sintonizzarsi con l'accogliente eleganza degli arredi, l'apparecchio è dotato di una struttura in alluminio verniciato con una esclusiva finitura bronzata concordata con la committenza.

La versione da terra, di prossima consegna, si differenzia invece per la sorgente luminosa a fluorescenza, e ha la funzione di diffondere una luce discreta nell'ambiente circostante.

Le lampade 'custom made' di Luceplan sono già presenti nelle boutiques Cartier di Parigi, Londra, Milano, Porto Cervo, Mosca, Amsterdam Hong Kong e Singapore, cui seguiranno, via via, tutti gli altri punti vendita aperti nel mondo.



MARILEMA FERRARI - FMR

Una nuova donazione di 20.000 volumi

In occasione delle celebrazioni dei 150 anni dell'Unità d'Italia, la Fondazione FMR-Marilena Ferrari - in collaborazione con il Ministero per la Pubblica Amministrazione e Innovazione e con l'UPI - ha deciso di donare oltre 20.000 volumi FMR alle Province: più precisamente, oltre 180 volumi a 110 Province italiane.

Alle origini di questa iniziativa, oltre all'obiettivo dichiarato della Fondazione di valorizzare il patrimonio artistico e culturale italiano, c'è la convinzione che la bellezza italiana sia anche e soprattutto patrimonio da condividere con i nostri concittadini che potranno così beneficiare dei volumi FMR, definiti da Federico Fellini "la perla nera dell'editoria mondiale", dove ritroveranno le immagini della bellezza del nostro Paese.

Questa iniziativa si inserisce in un programma di donazioni gratuite dell'intero archivio storico dei volumi e della rivista d'arte FMR Franco Maria Ricci, casa editrice acquisita dal gruppo nel 2002, che la Fondazione FMR-Marilena Ferrari ha promosso durante tutto il corso dell'anno 2010 e che ha visto coinvolti: le scuole italiane, le Case circondariali e di reclusione, gli Istituti penali per minorenni, le Ambasciate italiane, gli Istituti italiani di cultura.

L'obiettivo della Fondazione è quello di rendere, il più possibile, accessibili ad un pubblico ampio gli straordinari volumi FMR. Si tratta, infatti, di libri di grande pregio ispirati al patrimonio artistico, paesaggistico e letterario del nostro Paese. La loro peculiarità risiede negli straordinari apparati iconografici che li compongono e nell'assoluta qualità delle carte, delle tecniche di stampa e della rilegatura.



SORGENTE SGR

Il sorriso di Dioniso

Il sorriso dolcemente malinconico della statua di Dioniso della metà del II d.C. e il riso beffardo dalla forte vivacità espressiva della maschera di Papposileno in bronzo "unicum nella produzione artistica greco-romana" della prima metà del I a.C. vengono descritti e studiati nell'ultima pubblicazione scientifica promossa dalla Fondazione Sorgente Group.

"Il sorriso di Dioniso", a cura di Eugenio La Rocca, con presentazione di Valter Mainetti, Presidente della Fondazione Sorgente Group e fotografie di Marco Delogu, è stato presentato all'Auditorium dell'Ara Pacis da Paul Zanker e Alessandro Schiesaro.

Nella sua realizzazione si manifesta l'obiettivo principale della Fondazione di valorizzare e promuovere le opere della propria Collezione d'arte coinvolgendo personalità illustri del mondo accademico e scientifico.

Il grande entusiasmo che guida la Fondazione nelle sue attività è alimentato dal profondo interesse per l'arte del presidente Valter Mainetti e del vicepresidente Paola Mainetti e sostenuto economicamente dal Gruppo immobiliare finanziario Sorgente, che da sempre ha una peculiare considerazione per il mondo della cultura e delle arti.

Gli studiosi coinvolti, Hans-Ulrich Cain, Daniela Candilio, Cornelia Isler Kerényi, Eugenio La Rocca, Valerio M. Manfredi, Annalisa Lo Monaco, Massimiliano Papini, nei loro scritti inquadrano il complesso e duplice mondo dionisiaco in ambito religioso e iconografico, attraverso le innumerevoli manifestazioni artistiche che vedono come protagonista il dio del vino, del teatro, dei piaceri del vivere. Le immagini dei reperti archeologici descritti e conservati presso numerose istituzioni museali nel mondo rendono particolarmente ricco l'apparato iconografico del volume.

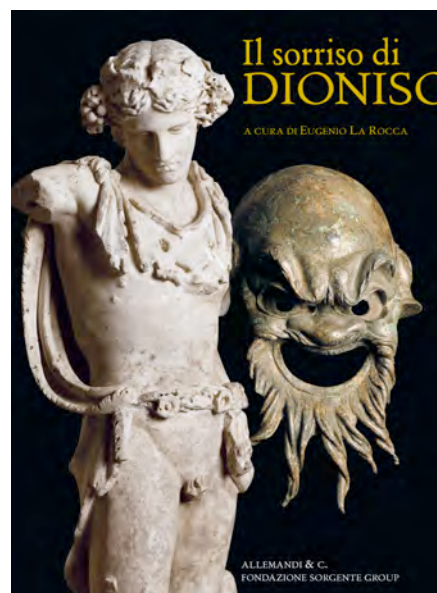
La statua di Dioniso e la maschera di Papposileno della Fondazione Sorgente Group, già esposte nella sede del Museo Nazionale Romano in Palazzo Altemps (15 aprile - 18 luglio 2010), vengono così inquadrati e approfonditi scientificamente.

La statua di Dioniso in marmo, realizzata in un'officina romana nell'epoca dell'imperatore Marco Aurelio (161-180 d.C.), risulta pressoché integra. La divinità è colta in un momento di pausa nel suo incedere e mostra una delicata dolcezza nel volto. Nel volume viene messo in luce come la scultura riesca a coniugare abilmente lo schema iconografico del giovane atleta nel tipo del cosiddetto Efebo Westmacott, attribuito a Policletto (metà V secolo a.C.), con l'immagine del Dioniso cosiddetto Thriambos (Trionfo), vincitore mitico nella lotta contro i Giganti o contro gli Indiani per la presenza degli stivaletti in pelle e della pardalide allacciata sul dorso. Così come il suo atteggiamento dolcemente malinconico si ritrova negli affreschi pompeiani dove Dioniso si accosta incuriosito ad Arianna addormentata, abbandonata da Teseo sull'isola di Naxos.

La maschera bronzea di Papposileno, rinvenuta in mare è in eccellente stato di conservazione e, come ha messo in luce La Rocca, essa raffigura l'anziano sileno (questo è il significato del suo nome), il più saggio e tutore di Dioniso fanciullo. La maschera, di altissima fattura e di formato eccezionale, è uno dei rarissimi esemplari in bronzo databili in età ellenistica, forse entro la prima metà del I secolo a.C. La forte vivacità espressiva del soggetto è evidenziata ed accentuata dalla deformazione dei tratti del volto, dagli occhi sgranati e dalla bocca spalancata in un ampio sorriso beffardo.

Sul retro essa è del tutto cava, al fine di alleggerirne il peso complessivo, e due fori quadrangolari sui bordi delle orecchie servivano, probabilmente, per appendere la maschera tramite un nastro con serti vegetali passante tra le colonne di un peristilio, così come i dischi decorati, detti oscilla, perché appesi.

Quindi, entrambe le opere, se pur cronologicamente distanti, dovevano far parte dell'apparato decorativo del giardino o del peristilio di una ricca domus, nella quale si voleva ricreare un'atmosfera dionisiaca nella momentanea sospensione dagli affanni della vita quotidiana, lontano dalla realtà, e nella sensazione di una rarefatta felicità nel pieno godimento dei piaceri.



TERNA

(+150) Visione: Origine e Potere. Energia attraverso le Generazioni

"(+150) Visione: Origine e Potere. Energia attraverso le Generazioni", è questo il tema del Premio Terna 03 per l'Arte Contemporanea e anche il titolo della mostra che, dal 21 dicembre 2010 al 15 gennaio 2011, presenta al Tempio di Adriano a Roma le 16 opere vincitrici della terza edizione del Premio e le 21 degli artisti di fama che hanno partecipato al concorso.

Come nelle precedenti edizioni artisti emergenti, giovani e meno giovani, a cui sono riservate le categorie Megawatt, Gigawatt e Connectivity (destinata ai residenti nei distretti di Pechino e Shanghai), espongono i propri lavori accanto a quelli dei "big" dell'arte contemporanea italiana che hanno partecipato al concorso nella categoria a invito, Terawatt.

La mostra, a cura di Cristiana Collu e Gianluca Marziani, espone opere ispirate al tema del Premio che celebra la forza della visione, dell'intuizione, la capacità di proiettare se stessi e gli altri nel futuro, prendendo spunto al contempo dall'esempio storico di visione, quella dei nostri padri che nel 1861 hanno intuito, originato e dato energia all'Unità d'Italia. In mostra video, installazioni, foto, pittura dei vincitori del Premio Terna 03 decretati tra gli oltre 3.000 partecipanti: Ettore Spalletti con l'opera "Torso" per la categoria Terawatt, Andrea Nacciarri con l'opera "Boundaries", primo classificato nella categoria Gigawatt, dedicata agli artisti under 35, Giancarlo Norese con l'opera "Precarious Home", primo classificato nella categoria Megawatt, dedicata agli artisti over 35, Cai Weidong con l'opera "Invasion of Light", primo classificato nella categoria Connectivity, dedicata agli artisti di ogni nazionalità che operano a Pechino e Shanghai e i secondi e terzi classificati per la categoria Gigawatt, Francesca Grilli con l'opera "Effluvia" e Marco Fedele di Catrano con l'opera "Senza Titolo"; per i Megawatt, Davide Tranchina con l'opera "Big Bang #1" e Paolo Meoni con l'opera "Unità residenziale d'osservazione"; per Connectivity, Gang Ma con l'opera "Il teatro di un uomo" e Ren Hang con l'opera "No name", entrambi di Pechino.

Oltre ai vincitori, espongono gli artisti di fama della categoria Terawatt che hanno partecipato a questa edizione: Carla Accardi con l'opera "Ombra di castagno", Mario Airò, con "Da cosa nasce cosa (B. Munari)", Stefano Arienti con "ATP", Massimo Bartolini con "Triple Loop", Carlo Benvenuto con "Senza titolo", Maurizio Cannavacciuolo con "Soles bostoniani", Gianni Caravaggio con "Testimone di uno spazio antico", Fabrizio Corneli con "Altro", Vittorio Corsini con "Esercizio 1", Daniela De Lorenzo con "D'altro canto", Bruna Esposito con "Neola onlus", Carlo Guaita con "Vuoto occidentale, vuoto orientale", Maria Lai con "No name", Sabrina Mezzaqui con "Iniziativa", Maurizio Mochetti con "Fili bianchi laser", Liliana Moro con "E lucevan le stelle", Hidetoshi Nagasawa con "Matteo Ricci", Maurizio Nannucci con "No more excuses", Sara Rossi con "Otto", Luigi Serafini con "Il ritorno dei Lu-Lumps The Lu-Lumps are back", Gianluigi Toccafondo con "Essere morti o essere vivi è la stessa cosa".

Tra i protagonisti anche i vincitori del Premio Musei assegnato dal Comitato nato in collaborazione con AMACI - Associazione dei Musei d'Arte Contemporanea Italiani, Marinella Senatore, categoria Gigawatt, con l'opera "Generation" e ZimmerFrei, categoria Megawatt, con l'opera "Tomorrow is the question" e Yiquan Zhao il ventottenne di Pechino più votato sul sito www.premioterna.com, vincitore del Premio Online con l'opera "C'è, non c'è, il tempo".

Con la menzione speciale "alTERNativa" data per una riflessione intuitiva e non didascalica sulla bandiera, raccontata con qualità simbolica, intensità morale e valore poetico, espongono, inoltre, Liliana Moro con "E lucevan le stelle", Riccardo Previdi con "Test (Parrot), 2010" e Ciriaca+Erre con l'opera "Changing is natural".

Dalla sua nascita, il Premio ha raccolto la partecipazione di oltre 9.000 creazioni d'autore da tutta Italia e dall'estero, confermandosi la principale piattaforma culturale sulla contemporaneità italiana, alla scoperta dei nuovi talenti e dell'energia dei Big. I vincitori delle precedenti due edizioni hanno esposto e volato con Premio Terna a Roma, New York e Shanghai. Le mostre hanno attratto oltre 70mila visitatori ed hanno accolto nelle serate di opening il gotha del mondo istituzionale e imprenditoriale italiano e internazionale. Con il Premio, tutti gli artisti vincitori hanno potenziato o iniziato il proprio percorso di emersione anche attraverso la partecipazione ad eventi istituzionali e artistici legati al mondo imprenditoriale.

UNICREDIT GROUP

Per la cultura internazionale

UniCredit sostiene da sempre la diffusione della cultura come motore di sviluppo sociale ed economico sostenibile e strumento per l'apertura al dialogo, per la produzione e circolazione di idee e innovazione. Il Gruppo promuove numerose iniziative legate alla conservazione ed alla valorizzazione del patrimonio culturale di ogni Paese in cui opera, al sostegno delle potenzialità dei giovani talenti e delle espressioni della creatività contemporanea.

Nel tempo, UniCredit ha infatti sviluppato un innovativo modello di partnership, basato sulla gestione partecipata di progetti a lungo termine con i principali attori del settore culturale, principalmente nel campo delle arti visive, della musica e della letteratura.

Dopo Vienna e Verona, la mostra "PastPresentFuture - Highlights from the UniCredit Collection", arriva in Turchia presso lo Yapı Kredi Cultural Center di Istanbul dove rimarrà fino al 7 gennaio 2011. In tutte e tre le tappe sono state aggiunte delle opere del paese ospitante; a Istanbul vengono proposte sette opere della collezione Yapı Kredi che, pur appartenendo a momenti storici diversi, ben dialogano tra loro e con il resto della collezione. Si crea così un proficuo dialogo tra le culture e le arti, con dipinti antichi contrapposti a fotografie, installazioni e sculture che ben riflettono l'internazionalità di UniCredit.

Approda poi a Monaco, fino al 15 gennaio 2011, presso il nuovo UniCredit Kunstraum, la prima tappa internazionale della mostra "Acrobazie", che ripercorre le cinque edizioni del progetto "Acrobazie", sostenuto dal 2006 da UniCredit. "Acrobazie" nasce come incontro tra "arte outsider", prodotta presso l'Atelier di Pittura Adriano e Michele dai pazienti dell'ospedale psichiatrico di San Colombano al Lambro (MI), e i giovani artisti chiamati a confrontarsi con la realtà dell'ospedale. Nella mostra di Monaco vengono presentate, per la prima volta, oltre 200 opere, realizzate dall'Atelier, che hanno dato il via al nucleo principale della collezione di art brut di UniCredit.

Per informazioni: www.unicreditgroup.eu/en/Culture/NewsAndEvents.ht



UNIVERS

Andalusia: un emozionante viaggio attraverso antiche atmosfere

Dopo gli indimenticabili viaggi in Libia, Turchia, Antico Egitto e Giordania degli anni scorsi, che hanno visto una significativa partecipazione degli Associati, ecco una nuova ed affascinante proposta per il 2011: l'Andalusia.

Si tratta di una meta che conferma come "I Viaggi della Cultura", progetto avviato da Civita nel 2004, siano pensati per offrire esperienze ricche di emozioni in paesi con uno straordinario patrimonio storico artistico. Terra di flamenco, feste e tauromachia, l'Andalusia offre un patrimonio d'origine tanto spagnola quanto moresca. La bellezza di

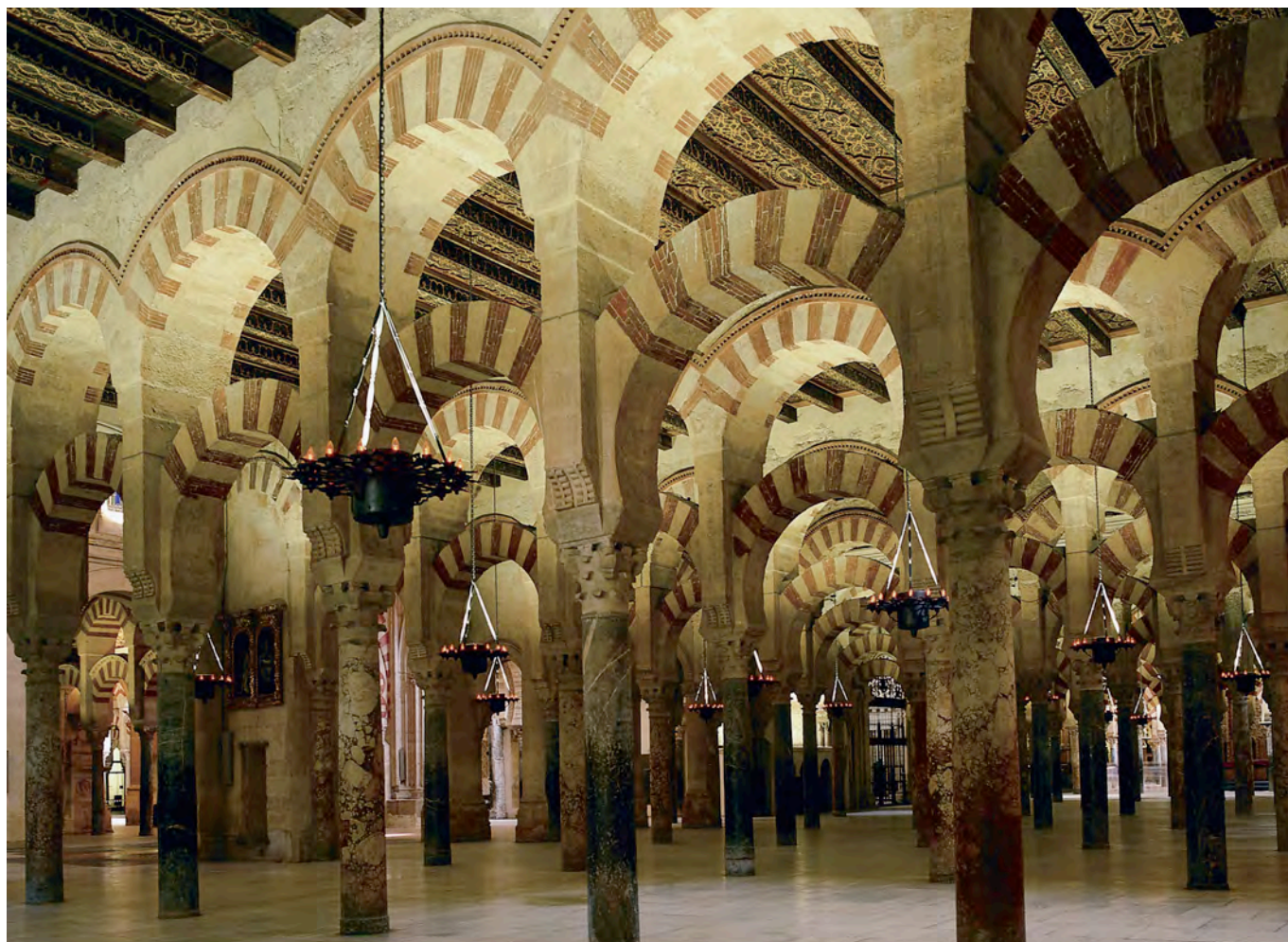
questo luogo, che ha dato i natali ad artisti tra i più illustri della nostra cultura, quali Vélazquez, Picasso e Federico García Lorca, si coglie nell'esotismo dei palazzi islamici, nei minuscoli villaggi senza tempo, negli aspri paesaggi montuosi e nelle suggestive spiagge. Il tour in Andalusia inizia da Malaga, graziosa città con una vivace atmosfera da porto del sud, prosegue a Granada e Cordoba, caratterizzate da meravigliose architetture islamiche, e si conclude a Siviglia, cuore storico e culturale della regione.

Questo esclusivo viaggio, promosso da Civita e organizzato dall'associato Univers, durerà otto

giorni (dal 7 al 14 maggio 2011) e sarà caratterizzato da una guida eccezionale, il prof. Viscogliosi, ordinario di Storia dell'Architettura Antica e Medioevale dell'Università La Sapienza di Roma, da itinerari particolari e da alloggi di charme.

La disponibilità dei posti è limitata e la prenotazione deve essere confermata entro e non oltre il 4 aprile 2011.

INFORMAZIONI E PRENOTAZIONI:
Univers (dott.ssa Katia Bigazzi)
e-mail: eventi@universeventi.it



I POSSESSORI DELLA CIVITA CARD

Civita Card amplia con successo le sue attività

“Scrivere fa bene!” Con questo slogan l'Associazione Civita ha ideato “La Scuola del Racconto”.

Nel primo incontro di presentazione del progetto, avvenuto a Palazzo Braschi, lo scrittore Marco Baliani ha approfondito il tema “Saper raccontare”: la narrazione come insostituibile strumento per fronteggiare un uso sempre più riduttivo del linguaggio e un'interpretazione troppo spesso omologata della realtà. Proprio da queste premesse è nato il progetto di Civita dei 12 incontri di scrittura tenuti dall'editor Paola Gaglianone, e dal giornalista Mimmo Liguoro. Gli incontri a cura di Mimmo Liguoro, che si sono conclusi il 9 dicembre, hanno offerto un metodo per esporre, in modo moderno e sintetico, impostato sul modello giornalistico, fatti di cronaca, esperienze culturali, avvenimenti di rilievo.

Dal prossimo 12 gennaio 2011 Paola Gaglianone continuerà a curare, settimanalmente, gli incontri monotematici sui vari aspetti del narrare, che avranno un carattere di vero e proprio laboratorio in cui passare dalla teoria all'esercitazione pratica.

I corsi sono gratuiti e aperti agli Associati Civita e ai possessori di Civita Card.

Per altre informazioni si può consultare il sito www.civita.it e cercare l'area “Promozione e attività culturali”.

Per il settore “Incontrare l'arte” proseguono, nella sala Gianfranco Imperatori di Piazza Venezia a Roma, gli appuntamenti mensili delle conversazioni di storia dell'arte che, spesso, approfondiscono i temi delle visite guidate alle mostre e ai viaggi.

Le prenotazioni alle visite guidate raggiungono di frequente un numero al di sopra delle nostre aspettative; tra le proposte più apprezzate segnaliamo la mostra “Palazzo Farnese. Dalle collezioni rinascimentali ad



Galleria dei Carracci, dettaglio - Ambasciata di Francia in Italia
Foto di Zeno Colantoni

Ambasciata di Francia” che si svolgerà a Roma, presso Palazzo Farnese, dal prossimo 17 dicembre al 27 aprile 2011.

A gennaio 2011 prenderà il via “Teatro prima” con un incontro/intervista di Mimmo Liguoro a Vincenzo Salemme prima dello spettacolo “L'astice al veleno”. Oltre all'ap-

puntamento con la “Letteratura in ricette” (La cucina come letteratura) e agli incontri al Teatro Eliseo di Artisti Riuniti, l'area “Promozione e attività culturali” organizzerà, il prossimo 22 gennaio, un viaggio a Terni per la visita alla mostra di Giulio Turcato presso il CAOS (Centro Arti Opificio Siri).

A2A
ACCADEMIA NAZIONALE DELLE SCIENZE
ACCENTURE
ACEA
ACQUIRENTE UNICO
ALCATEL LUCENT ITALIA
ALD AUTOMOTIVE
ALINARI 24ORE
ALLEANZA TORO ASSICURAZIONI
ALLIANZ
ALL MEDIA
AMERICAN EXPRESS
ANAS
ANSA
API
ARTERIA
ARTICOLO 1
ASSOCARTA
ASSOCIAZIONE INDUSTRIALI
DELLA PROVINCIA DI VITERBO
ASSOCIAZIONE NAZIONALE
FRA LE BANCHE POPOLARI
ASSOCIAZIONE PROVINCIALE
DEGLI INDUSTRIALI DI SIRACUSA
ATM
AURORA
AUTOSTRADE
AVIO
AV SET PRODUZIONI
AXA ART
BANCA DELLA CIOCIARIA
BANCA ESPERIA
BANCA FIDEURAM
BANCA MEDIOLANUM
BARTOLINI CORRIERE ESPRESSO
B.E.E. TEAM
BLUEFIN
BMW ITALIA
BNL - GRUPPO BNP PARIBAS
BOSSOLO HOTELS
BRITISH AMERICAN TOBACCO ITALIA
BROKING ITALIA
BUREAU VERITAS
BUSSOLETTI, NUZZO & ASSOCIATI
CAMERA DI COMMERCIO DI MILANO
CAMERA DI COMMERCIO DI ROMA
CAMERA DI COMMERCIO DI SIRACUSA
CARTASI
CASSA DI RISPARMIO
DELLA PROVINCIA DELL'AQUILA

CASSA DI RISPARMIO
DI FABRIANO E CUPRAMONTANA
CASSA DI RISPARMIO DI FERRARA
CBS OUTDOOR
CENTRO SERENA
CINQUE MAGGIO
CITY4CITY
CLEAR CHANNEL
CNR
COLACEM
COMPAGNIA DI SAN PAOLO
CONFCOMMERCIO - IMPRESE
PER L'ITALIA
CONSORZIO MILES
CORNERSTONE INTERNATIONAL
COSMIT
COSTA EDUTAINMENT
D'AMICO SOCIETÀ DI NAVIGAZIONE
DATA MANAGEMENT
EDICER - CONFINDUSTRIA CERAMICA
EDITORIALE PROGETTO E SERVIZI
ELETTRONICA
EMC
EMU
ENAC
ENEA
ENEL
ENI
EPICO
ERG
ERICSSON
EULER HERMES SIAC
EUR
EXIBART - EMMI
FASTWEB
FEDERALBERGHI ROMA
FEDERAZIONE ITALIANA TABACCAI
FERROVIE DELLO STATO
FEUDI DI SAN GREGORIO
FILTABACCO
FINANZIARIA LAZIALE
FINCANTIERI
FINMECCANICA
FONDAZIONE BANCO DI SICILIA
FONDAZIONE
CASSA DEI RISPARMI DI FORLÌ
FONDAZIONE CASSA DI RISPARMIO
DELLA PROVINCIA DELL'AQUILA
FONDAZIONE
CASSA DI RISPARMIO DELLA SPEZIA

FONDAZIONE
CASSA DI RISPARMIO DI ALESSANDRIA
FONDAZIONE
CASSA DI RISPARMIO DI PERUGIA
FONDAZIONE
CASSA DI RISPARMIO IN BOLOGNA
FONDAZIONE DI VENEZIA
FONDAZIONE DINO ED ERNESTA
SANTARELLI
FONDAZIONE GIANFRANCO IMPERATORI
FONDAZIONE GRUPPO
CREDITO VALTELLINESE
FONDAZIONE ROMA
GAMBERO ROSSO
GELBISON ELECTRONICS
GENERALI
GIANNI, ORIGONI, GRIPPO & PARTNERS
GIUNTI GRUPPO EDITORIALE
GRUPPO ADNKRONOS
GRUPPO CREMONINI
GRUPPO DAB
GRUPPO FINELCO
GRUPPO LEONARDO CALTAGIRONE
HERMÈS ITALIE
HOGAN LOVELLS
IBM ITALIA
iGUZZINI
IMPREGILO
IMPRESA PIEMONTE
INAREA STRATEGIC DESIGN
INDUSTRIA & SVILUPPO
INGHIRAMI COMPANY
INTESA SANPAOLO
INVITALIA
ISTITUTO POLIGRAFICO
E ZECCA DELLO STATO
ITAL BROKERS
IULM
JOHN CABOT UNIVERSITY
KPMG
KUWAIT PETROLEUM ITALIA
LEASYS
LISTONE GIORDANO-MARGARITELLI
LOGOTEL
LOTTOMATICA
LUCEPLAN
MARILENA FERRARI - FMR
MARSILIO
MEDIA & PROJECT
MEDIABANCA

MEDIASET
MEDUSA
MERLONI FINANZIARIA
MONTBLANC
MP MIRABILIA
NEC ITALIA
OPEN CARE
OPUS PROCLAMA
PALOMAR NEW MEDIA
PIRELLI RE
POSTE ITALIANE
PRESTIGE HOTELS
PROGRESS INSURANCE BROKER
PROMOS COMUNICAZIONE
QUI! GROUP
RADIO DIMENSIONE SUONO
RAI
RCS MEDIAGROUP
RELAIS LE JARDIN
RED POINT
SAC
SACE
SCALA GROUP
SCOCCO & GABRIELLI
SILVANA EDITORIALE
SIT
SOPAF SGR
SORGENTE SGR
STUDIUM ARTIS
TELECOM ITALIA
TELEPERFORMANCE ITALIA
TELESIA SISTEMI
TENUTA CAPARZO
TERNA
THE DUKE HOTEL
THE ADAM SMITH SOCIETY
THE ROYAL BANK OF SCOTLAND
TIPOGRAFIA OSTIENSE
TRA.V.I.S.
UNICAB ITALIA
UNICREDIT GROUP
UNIVERS
UNIVERSITÀ DELLA TUSCIA
UNIVERSITÀ LA SAPIENZA - ROMA
VERONA 83
VODAFONE
WARNER BROS. PICTURES ITALIA
WIND
ZETAGAS



CIVITA
www.civita.it

ASSOCIAZIONE CIVITA

Presidente Onorario
Gianni Letta

Presidente
Antonio Maccanico

Vice Presidente
Bernabò Bocca

Segretario Generale
Albino Ruberti

Direttore
Giovanna Castelli

**Direttore
Marketing e Sviluppo**
Dario Zerboni

CIVITA SERVIZI

Presidente
Luigi Abete

Amministratore Delegato
Albino Ruberti

Direttore
Alberto Rossetti

Responsabile Editoriale

Giovanna Castelli

Comitato Scientifico

Antonio Paolucci (*Presidente*),
Umberto Allemandi, Francesco Aloisi de Lardere,
Armida Batori, Marco Cammelli,
Paolo Galluzzi, Adriano La Regina,
Luca Odevaine, Pietro A. Valentini

Coordinamento

Alberto Rossetti, Dario Zerboni

Caporedattore

Maria Rita Delli Quadri

Redazione

Arianna Diana, Rachele Mannocchi
Progetto grafico ed impaginazione
Claudio Zito