



IN QUESTO NUMERO

- Le interviste ad alcune delle principali aziende associate di Civita che operano nel Nord Italia

- Le iniziative degli Associati

- Le attività della Civita Card



Fotografia di Lorenzo Palmieri - © tutti i diritti riservati

Quando, venticinque anni fa, cominciò l'avventura di Civita, l'Italia sembrava ancora divisa, ideologicamente e geograficamente, in due anime: una, collocata al Nord, più dedita all'industria manifatturiera; e una al Centro-Sud, a maggiore vocazione culturale e immateriale. In questi anni, gli sviluppi sul panorama economico internazionale, l'affermarsi di nuove forze produttive nei cosiddetti Paesi emergenti, il cui numero tende a crescere costantemente, e il conseguente effetto dirompente sui nostri mercati e sulle nostre imprese, hanno reso necessario un ripensamento delle nostre priorità, in termini di sistema Paese. Se questo non significa certo l'abbandono del nostro manifatturiero, si sta, però, sempre più affermando la tendenza a combinare valore simbolico a prodotto materiale; ad innovare attività produttive tradizionali introducendo contenuti culturali; e ad immaginare una forma imprenditoriale nuova, quella dell'industria creativa, che fa proprio della Cultura la sua materia prima.

In questo senso, ci sembrano molto significativi alcuni segnali che provengono dal nostro Settennario, dove alcuni elementi danno la misura di un crescente interesse per attività e iniziative in ambito culturale. Direttamente abbiamo potuto constatare una particolare attenzione a questi temi lo scorso 1 dicembre a Milano, quando, alla presentazione di un nostro studio sugli investimenti in cultura da parte delle imprese private svoltasi nella sede del Sole 24 Ore, sono intervenute più di 300 persone, in gran parte espressione del tessuto culturale e imprenditoriale locale. Quel numero, decisamente superiore alle nostre, seppur ottimistiche, aspettative, sembra interpretare un sensibile aumento dell'interesse verso la cultura da parte della città, che confidiamo venga ulteriormente confermato dalla nuova amministrazione comunale. Solo per fare alcuni esempi: i milanesi destinano alla cultura 30 milioni di euro all'anno, cioè 4 volte la media italiana; dal 2006 ad oggi i visitatori museali sono aumentati di circa 4 volte; nel 2010 il settore culturale locale è cresciuto del 13%; alla fine del 2011 avranno aperto 4 nuovi musei.

C'è, poi, il grande fermento del Nord Est d'Italia per la candidatura di Venezia a Capitale europea della Cultura nel 2019, per cui sono già alcuni anni che tutto il territorio è interessato da eventi culturali, studi, e da una fitta attività di programmazione in questa direzione; senza voler qui soffermare sul dettaglio della vasta offerta culturale, in gran parte collegata alle ricchezze dei territori e delle loro tradizioni, che tutto il Nord della nostra Penisola mette, con sempre maggiore convinzione, al centro delle proprie politiche. D'altra parte, la crescente presenza di imprese sul territorio settentrionale in genere, ne aumenta anche la grande capacità di investimento nel settore culturale, il che

svela ulteriormente la crescita di interesse verso la Cultura, anche solo intesa come canale per la promozione del brand. Se è facile immaginare che il maggior numero di imprese che investono in cultura sia collocato nel Nord Italia, anche solo per il fatto che qui la concentrazione di imprese è maggiore che su tutto il territorio nazionale, è, però, meno banale il dato, rilevato da una nostra indagine, che le imprese del Nord sono anche quelle che rimangono più fedeli, nel tempo, all'investimento in cultura; e che, sempre tra Nord e Nord-Est, sono collocate le imprese disposte a investire somme molto consistenti (tra i 200mila e il milione di Euro).

Dall'insieme di queste considerazioni, già da qualche anno è maturata la decisione di approfondire la conoscenza delle peculiarità e delle sensibilità di quei territori, in modo da mettere a loro disposizione l'esperienza maturata da Civita nelle attività di valorizzazione e promozione del patrimonio culturale. In questo contesto in trasformazione, infatti, assumono un certo rilievo aspetti un tempo considerati marginali o del tutto trascurati, come l'identificazione di nuove politiche che attribuiscono anche alla cultura un ruolo nella ridefinizione dei modelli produttivi. Sono, quindi, necessari una impostazione nuova del rapporto tra settore pubblico, imprese e operatori privati; e l'individuazione di strumenti che ne facilitino la collaborazione; temi da diversi anni, e ancora in questi giorni, tra i principali oggetti delle nostre riflessioni e delle nostre iniziative. Una serie di attività stanno concretizzando il nostro impegno verso il Nord Italia: l'istituzione, lo scorso anno, di uno specifico Comitato attento allo scenario milanese e alle istanze culturali che potranno trovare collocazione nell'ambito del prossimo Expo del 2015, l'organizzazione del già citato convegno al Sole 24 Ore, lo scorso dicembre; e, più di recente, l'inserimento del professor Davide Rampello, Presidente della Triennale di Milano, e del professor Stefano Baia Curioni, Direttore del Centro Cleacc-ACME dell'Università Bicconi, tra i membri del nostro Comitato Scientifico; oltre all'organizzazione di numerose iniziative culturali sul territorio milanese, sia in esclusiva per i vertici delle imprese associate che collegate alla Civita Card. Questo numero del nostro Speciale per gli Associati vuole, quindi, costituire un elemento in più in questo senso, e offrire una panoramica che, speriamo possa essere paradigmatica della varietà, dell'importanza e della qualità non solo degli interventi in cultura da parte delle nostre imprese associate collocate nel Nord, ma soprattutto delle motivazioni che li sostengono; all'insegna della forte collaborazione con il territorio, e della convinzione radicata che la Cultura costituisca il motore per un nuovo sviluppo.

Bernabò Bocca

Vice Presidente Associazione Civita

ALLIANZ

Enrico Cucchiani

In che modo i progetti legati all'arte contemporanea, da Voi promossi, possono rappresentare una preziosa opportunità per investire sui giovani e il loro futuro?

L'arte è pensiero, sperimentazione, sintesi. È emozione e razionalità insieme; è innovazione pura, slancio verso il futuro, ricerca di inedite forme espressive. Con riferimento al pensiero di Schopenhauer, potremmo dire che l'arte arriva direttamente al trascendente, dunque all'essenza, sorpassando la mediazione apparentemente razionale. Questa concezione dell'arte è svincolata dal tempo e dallo spazio e pertanto ha piena validità e "cittadinanza" in qualsiasi luogo ed in qualsiasi epoca; ciò è vero anche nei giorni nostri, in presenza degli scenari difficili e complessi determinati dalla peggiore crisi dopo il '29, la prima di carattere globale. Quella che viviamo non è una crisi solo economica, ma anche di valori quali il rispetto del prossimo e delle regole, il senso dello Stato e del bene superiore, il senso della responsabilità sociale, la valorizzazione della sfera spirituale. Il rapido recupero di questi valori e dell'etica sono condizione necessaria per riprendere un cammino di progresso, di sviluppo economico, di crescita sostenibile; è questo il contesto in cui le imprese operano ed in cui debbono offrire il loro contributo alla crescita del benessere dei cittadini e manifestare il loro senso di responsabilità sociale.

L'evoluzione e la rivoluzione tecnologica, l'affermazione di nuovi media e dei cosiddetti social network, il riposizionamento social-culturale determinato da fenomeni ancora incompiuti ma di grande portata, quali la primavera araba, costituiscono un'ulteriore sfida, una sfida nella sfida e possono essere percepiti come una travolgente minaccia



oppure come una straordinaria opportunità, per chi la sa cogliere.

In questo mondo cangiante le imprese devono rappresentare una sponda attiva e propositiva e non possono limitarsi a perseguire la ragione stessa della loro esistenza, gli affari; esse sono agenti di cambiamento, in senso lato, e debbono adeguarsi e anticipare i valori e i modelli di riferimento che vengono proposti dalla società civile e da un mondo globale e multiculturale.

In quest'ottica, la collaborazione sinergica con gli artisti ha almeno una duplice valenza: gli artisti hanno, da un lato, la capacità di

produrre, suggerire e talvolta imporre nuovi modelli culturali; dall'altro, la sensibilità di cui sono dotati consente loro di essere una sorta di radar capace di cogliere in anticipo e decodificare le trasformazioni in atto, estrapolando nuove tendenze. Una sapiente lettura di questi cambiamenti, dei loro possibili processi di penetrazione nel tessuto sociale permette alle imprese di precorrere i tempi e anticipare le esigenze e le aspettative dei consumatori e della società nel suo insieme. Come dice Bob Dylan, <The times they are a-changin'>. C'è un vento nuovo che spira e ispira; sta alle imprese riuscire a percepire e a cogliere i nuovi messaggi, anche con il contributo di chi, come gli artisti, sanno sperimentare le nuove tendenze e renderle evidenti con le loro opere. La bussola dell'artista è preziosa per indirizzare il futuro e l'interscambio tra impresa e arte può diventare un asset strategico da valorizzare sullo scacchiere globale.

Ciò è particolarmente importante per le imprese del nostro Paese, unico per storia e cultura e custode di uno straordinario patrimonio artistico, ammirato da tutto il mondo, ma anche, in chiave contemporanea, legato al "bello", al "buon gusto", al primato del nostro design.

Investire nella nuova produzione artistica e nella crescita di giovani talenti significa, dunque, investire su un tratto distintivo dell'Italia, oltre che sul nostro patrimonio umano; e significa creare nuove opportunità di occupazione ad alto valore aggiunto; significa produrre stimoli culturali e valoriali positivi; significa investire per un futuro migliore per il nostro Paese.

Enrico Cucchiani è
Presidente Allianz

ATM

Elio Catania

La cultura può rappresentare un ponte di collegamento tra due grandi città come Roma e Milano?

Roma, capitale dell'arte e del turismo. Milano, capitale dell'economia, della moda e del design. Le due metropoli italiane si fondono per diventare capitale di cultura. Punti nevralgici dello sviluppo del paese, cuori pulsanti dei nuovi scenari sociali. La cultura non può quindi rappresentare un ponte di collegamento tra le due città, lo è già. Milano e Roma sono metà dello stesso insieme, in cui la cultura diventa motore del turismo e dell'economia. I calendari delle manifestazioni culturali e dell'arte, i cartelloni della musica e gli appuntamenti letterari leggono le due città come unico punto di riferimento. Questo processo diventa vincente solo se il



mondo dei trasporti è competitivo, essendo l'acceleratore fondamentale allo sviluppo. Così come la cultura è motore del turismo e dell'economia, così mobilità e logistica assumono un ruolo centrale per la comunità. In questo contesto ATM, nel suo ruolo istituzionale oltre che di servizio, muove la città diventando spesso espressione dei suoi cambiamenti culturali. ATM partecipa ai più grandi eventi culturali che animano Milano, promuove la conoscenza e crea una rete efficace con le realtà che operano sul territorio. La vera sfida è quindi saper leggere e interpretare i segnali e le esigenze dei cittadini e dei turisti, quali importanti occasioni di sviluppo anche culturale.

Elio Catania è
Presidente e Amministratore Delegato ATM SpA

CAMERA DI COMMERCIO DI MILANO

Carlo Sangalli

Quali sono le strategie e i comportamenti delle aziende che operano nel turismo, nel made in Italy e nella cultura e, in particolare, qual è il ruolo di quest'ultima come fattore produttivo e volano di sviluppo?

In tempi di difficile uscita dalla crisi, si tende a concentrare l'attenzione sulla dinamica dell'export -che sta dando risultati incoraggianti- e sulla giusta diminuzione della spesa pubblica, ma si rischia di dimenticare come turismo, Made in Italy e settore culturale siano tre straordinari motori di crescita e di sviluppo. Entrare nella logica del "dopo", per cui prima bisogna uscire dalla crisi e poi ci si deve dedicare a questi settori, finisce tuttavia per rivelarsi controproducente. L'export stesso è infatti massimamente legato alla qualità e alla salvaguardia del Made in Italy. Il turismo rappresenta poi la cosiddetta "domanda interna esterna": grazie alla domanda di beni e servizi che i turisti generano nel nostro Paese si attiva un motore di ripresa economica pari all'export che si riversa direttamente sul mercato interno. Infine, la cultura non è accessoria, anzi è pilastro proprio del turismo e del Made in Italy. Quando si parla di "cultura" bisogna innanzitutto considerare un settore produttivo "culturale" a se stante e molto forte nel nostro Paese, costituito da circa 10mila imprese che crescono di anno in anno. Ma quello culturale è anche un settore "attivatore" di altri settori, di altre eccellenze. Parlo in primo



luogo proprio del turismo, che ha tra i suoi principali impulsi l'attrattività culturale dei luoghi. Da un'elaborazione della Camera di commercio di Milano emerge come l'indotto turistico generale (shopping, ristorazione, cultura) cresca di qualcosa come 68 milioni di euro in un anno, per ogni monumento in più inserito nei programmi dei tour operator. La cultura sostiene poi i settori del Made in Italy, tipicamente manifatturieri. Dentro le tre grandi "A" di abbigliamento, arredamento e agroalimentare, la cultura è infatti intensamente incorporata. Anzi: la logica stessa di Made in Italy risulta vincente proprio in quanto legata all'idea di qualità della vita e non solo del prodotto in sé, che è in fondo un mix di produzione, creatività, risorse ambientale e culturali. Investire in cultura significa, quindi, contribuire a quell'idea che sta dietro ad un prodotto e che lo rende più forte sul mercato. Per questo, è importante fare rete, e non

solo tra aziende dello stesso settore, dello stesso comparto. Bisogna pensare a meccanismi di alleanza "triangolare" fra cultura, Made in Italy e turismo: solo così, stringendo alleanze funzionali e creative si può competere sul mercato globale e valorizzare appieno il sistema Italia. Anche perché oggi la cultura è un volano per tutte quelle "nuove professioni", di cui Milano è indubbiamente capitale, che si muovono non di rado nello spazio del Made in Italy e rendono un territorio sempre più dinamico e interessante. Queste nuove professioni, spesso definite anche professioni creative, si nutrono di cultura, di un ambiente stimolante e intriso di contenuti. Sono professioni che si muovono sulle reti e che sanno capitalizzare al meglio le alleanze tra soggetti diversi sul territorio. Alla luce di queste considerazioni, per un'istituzione a servizio delle imprese come la Camera di commercio di Milano la cultura non è mai stata un "costo", ma un "dovere": un dovere serio e non indifferenziato, perché la buona cultura cresce nel merito e nella qualità. Ma un dovere autentico nei confronti dello sviluppo del territorio. Perché il Premio Nobel Albert Camus diceva che ogni creazione culturale è un "regalo al futuro", ma con tutta probabilità è anche un favore che facciamo al nostro presente.

Carlo Giuseppe Maria Sangalli è
Presidente Camera di Commercio di Milano

FONDAZIONE GRUPPO CREDITO VALTELLINESE

Angelo Maria Palma

Visto il prestigio storico e artistico della Vostra sede, che ruolo ricopre lo spazio per alimentare la diffusione di cultura sul territorio milanese?

La risposta a questa domanda si richiama a uno degli scopi statutari della nostra Fondazione, che presiede alle attività artistiche della Galleria Gruppo Credito Valtellinese di Milano, dove si afferma che con questa attività si intende contribuire alla crescita culturale dei territori ove la banca è presente ed esercita la propria attività.

Entrando nel merito della programmazione culturale della Galleria, tre sono le linee editoriali che la attraversano: la prima, che offre il proprio nome ad una collana editoriale "su misura" e riguarda lo studio e l'approfondimento interdisciplinare del cosiddetto "Paesaggio Costruito" nel quale il rapporto fra natura e cultura, fra paesaggio naturale e paesaggio artificiale, fra città e campagna, fra aree insediative pianificate e conurbazioni spontanee, è osservato con gli occhi dell'arte e discusso da sociologi, urbanisti, architetti, curatori, fotografi e paesaggisti.

A questa linea editoriale abbiamo dedicato circa il 50% delle mostre realizzate negli ultimi due anni, quota che vorremmo aumentare in vista dell'Expo Milano 2015, che vedrà una radicale trasformazione territoriale dell'area urbana milanese e delle sue infrastrutture.

Un secondo filone tematico è maggiormente ancorato alla vocazione naturale dello spazio espositivo, che coincide con la rassegna di retrospettive dei maestri del Surrealismo e del movimento DaDa, varata nei primissimi anni



'90, fra i quali ricordo: Alberto Magnelli, Max Ernst, Meret Oppenheim, Victor Brauner, Agustín Cardenas; serie, questa, di esposizioni e workshop che lo scorso anno è stata ripresa con la mostra di Maurice Henry e che proseguirà con un'impegnativa produzione in ricordo di Alexandre Iolas, l'ultimo grande mercante del secolo scorso. Grazie a questa gigantesca figura di gallerista, desidero ricordare, nel 1987 organizzammo "Andy Warhol - The Last Supper", mostra inaugurale del Refettorio delle

Stelline realizzata site-specific dall'artista-icona della pop art, pochi giorni prima della scomparsa di entrambi.

Da ultimo, vorrei citare la linea espositiva collegata al progetto di sostegno dei giovani artisti. A Milano si esprime sotto la veste delle cosiddette "Off-site Exhibitions" - mostre che si tengono all'esterno del Refettorio, investendo lo spazio a cielo aperto del Chiostro di Palazzo delle Stelline; a Sondrio, la Galleria di Palazzo Sertoli dedica una volta l'anno la propria programmazione alla personale di un giovane artista locale; nella Galleria Credito Siciliano di Acireale, in Palazzo Costa Grimaldi - dove siamo presenti dal 2004 - è in programmazione per la prossima estate una mostra dal titolo ambizioso "La Nuova Scuola di Fotografia Siciliana" nella quale le opere di tre giovani fotografi saranno messe "a confronto" con i lavori di autori storicizzati, quali Letizia Battaglia, Ferdinando Scianna, Enzo Sellerio, ad evidente vantaggio della visibilità dei primi.

In conclusione, mi pare di poter affermare che lo spazio di Milano, così come le altre Gallerie d'arte del Gruppo sopra citate - ricordo che nel 2010 abbiamo aperto al pubblico un nuovo spazio a Fano, in Palazzo Corbelli - si conferma quale sito di sintesi e sviluppo dei fenomeni più aggiornati dell'arte contemporanea, in grado di investire l'ambito urbano, ma anche di alimentare il tessuto connettivo esistente fra chi crea arte, chi la critica, chi la scambia e chi la fruisce.

Angelo Maria Palma è
Presidente Fondazione Gruppo Credito Valtellinese

GRUPPO ERG

Edoardo Garrone

Qual è il valore della cultura nell'ambito della responsabilità sociale di impresa e quali sono le modalità con cui quest'ultima, a Suo avviso, può rappresentare una scelta strategica di crescita economica?

Operare in modo sostenibile significa creare valore per gli stakeholder e utilizzare le risorse in modo tale da non compromettere i fabbisogni delle generazioni future, rispettando le persone, l'ambiente e la società nel suo complesso.

Ma la vision di un'impresa che si pensa sempre secondo principi di sostenibilità, va anche oltre e supera la soglia della conservazione e la pratica della risposta: l'azienda realmente ispirata da un approccio

sostenibile, si muove per interrogare la comunità di riferimento, cerca di comprenderne radici culturali, storia ed evoluzione, istanze e tendenze di sviluppo. In quest'ottica, l'azienda costruisce, insieme agli stakeholder, progetti e azioni volti a promuovere il territorio, nella convinzione che, l'attività industriale, sia uno degli elementi che, solo se in sinergia con altri - come il fervore culturale, l'adeguatezza delle reti di assistenza sociale, lo sviluppo armonico dell'urbanistica, etc - possa contribuire efficacemente al benessere di un luogo e della popolazione che lo occupa.

La mission di ERG, da oltre 70 anni, è quella di creare valore sostenibile nel tempo e distribuito a tutti i propri stakeholder: i risultati fin qui conseguiti ci confermano che in passato abbiamo agito bene ma, la mutevolezza degli scenari, impone continua attenzione e predisposizione al cambiamento, per non essere travolti dalla concorrenza dei mercati emergenti e per superare la stasi che in questo momento caratterizza sia l'Italia che l'Europa.

Il 2010 è stato segnato da una empassa del sistema economico mondiale e in particolare di quello occidentale: in questi anni la crisi ha messo a dura prova gli Stati, i soggetti economici, le persone e, ciascuno a suo modo e secondo le proprie risorse, ha dovuto escogitare nuove strategie per andare oltre e reinventare il proprio progetto di sviluppo.

La parola stessa crisi (crisis) - dal verbo greco crino, separare, dividere - comprende diversi significati, fra cui quelli di scelta, esito, soluzione. Già l'origine etimologica, suggerisce l'idea di un crinale, di una linea immaginaria che in un rilievo montuoso funge da spartiacque tra un versante e l'altro. Estendendone il senso, la parola crisi indica appunto la separazione tra un prima e un dopo temporale e reca in sé i significati di scelta e soluzione.

ERG ha interpretato e continua a interpretare la crisi attuale come occasione di cambiamento e di scelte innovative; in sintesi, come opportunità per ripensare un sistema quando appare evidente che l'assetto preesistente non sia più sostenibile. Non può esserci svolta, soluzione, se non attraverso un'approfondita comprensione dei delicati scenari odierni e un'individuazione attenta delle nuove opportunità che si profilano all'orizzonte.

Per rilanciare le economie e il sistema sociale - i momenti di crisi materiale sono sempre accompagnati da un'inevitabile perdita di fiducia nel futuro



da parte delle persone coinvolte e da un generale abbassamento del fervore e dell'intraprendenza - è necessario dunque passare attraverso processi di innovazione, anche e forse soprattutto culturale, in grado di coinvolgere e far sentire protagonisti il più ampio numero di attori, per creare quel circolo virtuoso tra benessere economico e libertà, il solo capace di edificare un sistema sano, solido e duraturo.

Sebbene in presenza di uno scenario così complesso, proprio per l'approccio che da sempre contraddistingue il nostro modo di fare impresa "insieme" al territorio, ERG ha mantenuto invariato l'impegno verso le comunità, sia genovese sia siciliana e ha portato avanti un programma di iniziative in stretta collaborazione

con le istituzioni locali, in settori importanti come quello della sanità, della cultura e dello sport.

Uno degli elementi ispiratori della mission del Gruppo è infatti quello della creazione di "valore condiviso", ovvero la creazione di valore economico e culturale, non soltanto per l'impresa in quanto tale, ma anche per la società in cui opera, rispondendo a bisogni, aspettative e istanze locali e costruendo, insieme, percorsi di sviluppo e valorizzazione delle risorse locali. Questo "valore condiviso" può essere definito come l'insieme delle politiche e delle pratiche che rafforzano la competitività di un'azienda, contribuendo al tempo stesso al miglioramento delle condizioni socio-economiche della comunità in cui opera. Si tratta di passare da una logica meramente redistributiva della ricchezza all'identificazione dei bisogni delle comunità e degli stakeholder di riferimento che devono essere considerati come fulcro dell'attività di CSR (Corporate Social Responsibility) dell'azienda.

ERG ha quindi privilegiato una visione in grado di trasformare i programmi di CSR - che si focalizzano principalmente sulla reputazione e hanno solo un'aderenza limitata al business - in programmi di CSV (Corporate Social Value), maggiormente funzionali alla creazione di valore economico, unitamente alla creazione di valore sociale e maggiormente orientati a interpretare le istanze proprie degli stakeholder.

In questo ambito si sono inseriti i progetti sviluppati, internamente al Gruppo, sulla sicurezza, la razionalizzazione societaria, lo sviluppo tecnologico, lo sviluppo delle energie rinnovabili, nonché quelli esterni, volti ad affrontare le aree più significative emerse dall'indagine svolta insieme a Coesis Research, nel 2006 e nel 2009, sui nostri stakeholder: un ampio programma di iniziative culturali e sociali, ci ha permesso, anche in tempi di crisi, di mantenere vivo il dialogo con il contesto di riferimento e quindi lo scambio e il circolo virtuoso di risorse e benefici.

Darwin diceva che non sono i più forti o i più robusti a sopravvivere ma le specie che meglio e più rapidamente delle altre sanno adattarsi ai cambiamenti e sono in grado di interpretarli; noi potremmo aggiungere che meglio ancora sopravvivono le specie che sanno integrarsi dinamicamente e proficuamente con l'ambiente.

Edoardo Garrone è
Presidente Gruppo ERG

HERMES ITALIE

Francesca Di Carrobio

Quali sono le modalità con cui la cultura può costituire un valore aggiunto per il prodotto e rappresentare una sua garanzia di qualità?

La forza e il successo di un prodotto risiedono essenzialmente nella sua "unicità", che ne garantisce la riconoscibilità in quanto espressione culturale di una tradizione e del suo sviluppo storico. Unicità e tradizione sono fra le prerogative dei nostri prodotti, manufatti in grado di veicolare valori di qualità e bellezza, di incidere sull'immaginario e sul costume, di orientare il gusto estetico e suscitare emozioni, inserendosi a pieno titolo nella cultura del nostro tempo. È il tema scelto per il 2011, "l'artigiano



contemporaneo", sottolinea la capacità del marchio Hermès di connotare in senso evolutivo il proprio savoir-faire, promuovendo un dialogo virtuoso fra tradizione e innovazione, valorizzando e aggiornando un patrimonio fatto di creatività e rigore, materie prime, tecniche, lavorazioni, attrezzi e gesti codificati nel tempo, fino ad assumere una spiccata identità culturale. Quell'identità che concorre a forgiare la qualità di Hermès e che si riflette nei suoi prodotti, non come valore aggiunto ma come valore intrinseco, inscritto e connaturato nel loro codice genetico.

Francesca Di Carrobio è
Amministratore Delegato Hermès Italie

INTESA SANPAOLO

Giovanni Bazoli

Qual è l'entità dell'impegno assunto dalle banche che decidono di investire in cultura e come, a Suo avviso, questa scelta può contribuire alla creazione di una loro identità sul territorio?

Intesa Sanpaolo riconosce nel principio di responsabilità civica il riferimento prioritario delle proprie politiche culturali e sociali. I progetti culturali rappresentano un modo concreto per assicurare la partecipazione attiva dell'Istituto alla vita del Paese, per contribuire al suo sviluppo economico, sociale, culturale, e per assicurare un fecondo rapporto con le tante realtà territoriali di cui viene condivisa la crescita civile.

Gli interventi promossi dal Gruppo nell'area della cultura si muovono soprattutto lungo due direttrici: il contributo alla salvaguardia e alla valorizzazione dei beni culturali del Paese e la valorizzazione del considerevole patrimonio storico, artistico e architettonico di proprietà.

L'impegno di Intesa Sanpaolo nell'ambito della salvaguardia e della valorizzazione dei Beni storico-artistici del Paese trova efficace espressione nel progetto Restituzioni, il collaudato programma di restauri di opere appartenenti al patrimonio artistico del Paese. Promosso e curato da Intesa Sanpaolo e gestito in collaborazione con gli organismi pubblici competenti, le Soprintendenze archeologiche e storico-artistiche, in ventidue anni di attività, Restituzioni ha portato al recupero di più di 600



opere d'arte, distribuite su tutto il territorio nazionale.

Intesa Sanpaolo ha articolato inoltre uno specifico progetto volto alla conoscenza delle proprie raccolte d'arte, che si pone l'obiettivo di favorire la fruizione di un numero crescente di opere da parte di un pubblico sempre più ampio, e si fonda sulla consapevolezza che la valorizzazione del patrimonio artistico non possa andare disgiunta dalla conservazione, nonché dallo studio storico-critico delle singole opere.

Ma il gesto forse più innovativo di Intesa Sanpaolo nell'area della cultura, fortemente voluto dal Presidente Giovanni Bazoli è l'istituzione di sedi museali - le Gallerie di Palazzo Leoni Montanari a Vicenza e la Galleria di Palazzo Zevallos Stigliano a Napoli, che in futuro potranno essere affiancate da

altre sedi museali a Milano e Torino - adeguatamente strutturate per consentire, in modo permanente, la fruizione pubblica di alcune tra le più importanti collezioni dell'Istituto e la promozione di iniziative volte non solo a valorizzare le collezioni della Banca, ma anche a promuovere la ricerca in vari ambiti, rafforzando sempre più il legame col territorio ma allo stesso tempo aprendo a un respiro internazionale, con particolare attenzione al mondo dei giovani.

Giovanni Bazoli è
Presidente Consiglio di Sorveglianza Banca Intesa Sanpaolo

ROTTAPHARM - MADAUS

Giovanna Forlanelli Rovati

In che modo, secondo la Sua esperienza, la cultura può rappresentare un canale per investire sui giovani e creare un futuro per le nuove generazioni?

Da 50 anni, l'attenzione per la salute e il benessere ha guidato Rottapharm|Madaus verso importanti scoperte scientifiche che hanno permesso di giungere a soluzioni terapeutiche innovative, efficaci e sicure, nell'ottica di un miglioramento nella qualità di vita di milioni di persone, in oltre 85 Paesi nel mondo.

Per un'azienda, svolgere la propria attività tenendo conto del contesto sociale in cui opera significa voler approfondire il ruolo che la stessa ricopre, non solo come entità imprenditoriale ma anche e soprattutto come soggetto sociale.

Valorizzare il patrimonio artistico e culturale, migliorarne la fruizione, contribuire concretamente al recupero e/o al mantenimento di quanto la storia ci ha tramandato sono solo alcuni degli aspetti dell'impegno di Rottapharm|Madaus; da anni, infatti, il gruppo contribuisce al raggiungimento di questi

obiettivi, sia attraverso donazioni e finanziamenti, che attraverso la promozione diretta, in un'ottica di sviluppo e crescita.

Il desiderio di innovazione, il coraggio della sperimentazione, la volontà di esplorare sempre nuove vie sono solo alcuni dei valori che accomunano ricerca artistica e ricerca scientifica.

Attraverso una strategia mirata di promozione e sostegno del patrimonio artistico - sia locale sia nazionale - Rottapharm|Madaus vuole mettere in evidenza e valorizzare la profonda comunanza di valori che avvicina il mondo della ricerca farmaceutica a quello apparentemente così distante dell'arte.

Un progetto a livello nazionale, per avvicinare bambini e ragazzi, con le loro famiglie, al



mondo dell'arte e della cultura, promosso attraverso il brand Babygella (linea di prodotti Rottapharm|Madaus per l'igiene e la cura del bambino, leader di mercato in farmacia). Obiettivo è quello di aiutare a trasmettere ai più piccoli l'amore per l'arte e il gusto del bello, partendo da una semplice intuizione: se il bambino non apprezza il museo, è perché il museo non sempre è a misura di bambino. Da qui l'idea di creare, all'interno dei templi dell'arte, percorsi visivi, sonori o interattivi specifici per i piccoli, dal linguaggio semplice e creativo, divertente e stimolante, da seguire assieme alle loro famiglie. Tra le iniziative realizzate: Museo Archeologico Nazionale di Napoli, Percorso per Immagini e Parole di Chiara

Rapaccini (Premio Federcultura 2005 - Premio Cultura di Gestione); Museo Poldi Pezzoli di Milano (innovativo percorso didattico con audioguide bilingue italiano e inglese); Pozzanghera - Micropaesaggio interattivo (video installazione per bambini realizzata da Studio Azzurro, in mostra all'Arengario di Monza, e successivamente presentata in altre sedi espositive)

Inoltre, per tutte le principali mostre allestite a Monza, viene realizzato un kit didattico per bambini.

L'attenzione di Rottapharm|Madaus si rivolge anche all'arte contemporanea, con una sensibilità particolare verso i giovani talenti, capaci - attraverso le loro opere - di proporre prospettive sempre diverse e di rivelare nuovi punti di vista sulla realtà. Oltre al Premio Speciale Rottapharm, al suo debutto in occasione dell'edizione 2007 della Biennale Giovani, l'azienda si è attivamente impegnata in questo ambito già negli anni passati.

Nel 2005 in occasione del bicentenario del Parco di Monza, l'Azienda ha donato alla città di Monza un'opera davvero "grandiosa": una sedia e un tavolo monumentali, a 10 metri di legno e acciaio per un peso totale di oltre 4 tonnellate. Lo Scrittore, opera dello scultore Giancarlo Neri, artista di livello internazionale, trasferita dal parco di Hampstead Heath a Londra (dove Rottapharm|Madaus è stata co-sponsor dell'inaugurazione) al Parco di Monza, per celebrare "la solitudine dello scrittore" inserendosi armoniosamente in luoghi di frequentazione quotidiana, e instaurando un legame profondo con la natura circostante.

Giovanna Forlanelli Rovati è

Direttore Comunicazione Rottapharm - Madaus

ALINARI 24 ORE

Controverses

La Fratelli Alinari Fondazione per la Storia della Fotografia presenta, in esclusiva al MNAF di Firenze fino al 5 giugno 2011, la prima ed unica tappa italiana dell'esposizione "Controverses – Una storia giuridica ed etica della fotografia". La mostra realizzata dal Musée de l'Elysée di Losanna ha avuto un grandissimo successo di pubblico e di critica nel suo tour internazionale che ha toccato alcune delle principali sedi quali Losanna, Parigi, Bruxelles, Vienna e prosegue a Firenze a Praga e successivamente in Australia.

In mostra le fotografie dello scandalo: scatti discussi, polemici, spesso finiti in tribunale che, come indica il titolo dell'esposizione, hanno sollevato «controverses».

Dalla sua invenzione nel 1839, la fotografia ha provocato numerose controversie e dispute, anche sensazionali. L'immagine fotografica è stata al centro di importanti dibattiti etici e di molte questioni legali tra il XIX e XX secolo. Come simbolo della libertà di espressione e dei diritti dell'individuo, ma anche del potere e del denaro, è frequentemente caduta in conflitto con l'autorità e ha dovuto scontrarsi con la censura e la manipolazione. Ha provocato appassionati dibattiti nel mondo dell'arte, della scienza, nel mondo politico, in quello del giornalismo, della moda, della pubblicità, nella realtà che ha spesso portato in tribunale.

Fotografie che hanno segnato la storia e raccontato storie. Come quella di Oliviero Toscani che immortalava un sacerdote mentre sfiora dolcemente le labbra di una suora. Uno scatto che è stato censurato in Italia a causa delle pressioni del Vaticano, ma anche in Francia, in seguito alle denunce delle associazioni religiose.

Tra le istantanee esposte anche quella che ritrae Aldo Moro sotto la stella delle BR e «che pone l'accento sulla strumentalizzazione dei media», o ancora quella che immortalava i primi passi dell'uomo sulla luna. Quest'ultima contestata dai sostenitori del complotto, come David Percy che ne analizzò le molte anomalie: presenza di varie fonti di illuminazione, assenza di cratere sotto la navicella Apollo 11, polvere sulla strumentazione, luce solare diffusa come nell'atmosfera terrestre, in uno spazio che, come fece notare l'editore Ralph Rene, avrebbe dovuto teoricamente essere privo di atmosfera e dove quindi la bandiera americana non poteva fluttuare. Per informazioni: www.alinarifondazione.it



APA

Postcard from...

"Postcard from..." è un progetto a cadenza bimestrale, che va avanti tutto il 2011, in cui viene chiesto a cinque artisti di ideare un manifesto di dimensioni 400x300 cm., come quelli usati nella cartellonistica pubblicitaria.

L'iniziativa, realizzata in collaborazione con A.P.A. - Agenzia Pubblicità Affissioni, è ideata e curata da Marcello Smarrelli e rientra nel più vasto programma della Fondazione Pastificio Cerere, di cui è direttore artistico, incentrato sull'uso dell'arte come strumento di formazione, rivolto a tutti gli ambiti sociali e culturali.

Si tratta di un progetto che coinvolge la città di Roma con interventi di arte nello spazio pubblico, attraverso l'uso del sistema di affissioni pubblicitarie, con l'intenzione di portare l'arte dove non ci aspetteremmo di trovarla.

I cinque artisti coinvolti sono invitati a realizzare un manifesto - affisso su una struttura installata nel cortile del Pastificio Cerere identica a quelle utilizzate per le strade - che abbia la capacità di interrogare gli spettatori, spesso distratti dall'enorme congerie di segni e figure che popola la città, sollecitando la loro attenzione su temi di carattere estetico, etico e sociale. La stessa immagine viene poi riproposta nei due mesi successivi, in dieci impianti di Roma gestiti da A.P.A., seguendo il turnover di quattordici giorni tipico delle affissioni pubblicitarie. L'elenco degli impianti che ospitano il manifesto viene aggiornato sul sito internet della Fondazione.

Dopo Raphaël Zarka - che ha realizzato il primo manifesto dal titolo "Pianta del Cretto e altri lavori" (2011), ispirandosi al Grande Cretto di Alberto Burri - il progetto "Postcard from..." prevede gli interventi di Massimo Grimaldi, Lara Almarcegui e Reto Pulfer; questi ultimi due artisti sono invitati da Vincenzo De Bellis, curatore residente alla Fondazione Pastificio Cerere per il 2011.

Oltre ai manifesti affissi nelle postazioni A.P.A. di Roma, verrà realizzato un poster con lo stesso soggetto in scala ridotta (95x70 cm), in edizione limitata di cinquecento, disponibile per il pubblico presso il bookshop della Fondazione Pastificio Cerere.

Per informazioni: www.pastificiocerere.it; www.affissioniapa.it



APICE

Aquae patavinæ

Apice - azienda specializzata nel settore dei trasporti di opere d'arte con sede a Firenze, Milano, Roma e Venezia - opera attraverso il ramo aziendale OTT ART per la riqualificazione di spazi e per la loro musealizzazione.

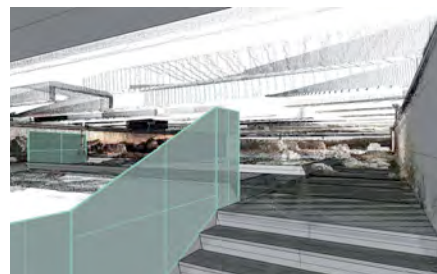
Al momento OTT ART, in collaborazione con il Ministero per i Beni e le Attività Culturali - Direzione regionale per i beni culturali e paesaggistici del Veneto, Soprintendenza Archeologica del Veneto, sta mettendo a punto il progetto "Aquae Patavinæ", per la valorizzazione delle aree archeologiche di Montegrotto Terme (Pd).

Durante i lavori di ampliamento delle Terme Neroniane, a Montegrotto, a seguito delle indagini preliminari disposte dalla Soprintendenza per i Beni Archeologici del Veneto, e del successivo scavo archeologico, sono venuti alla luce i resti di un impianto termale. Data la rilevanza delle strutture archeologiche emerse, si è deciso di lasciarle a vista la parte più significativa, realizzando un'area archeologica sottostante la nuova sala da pranzo dell'albergo.

Il progetto di valorizzazione e di allestimento museale - a cura di Loretta Zega, architetto presso la Soprintendenza per i Beni Archeologici del Veneto in collaborazione con l'architetto Marco Fontanive - si propone di mitigare l'impatto invasivo del contenitore e favorire nel visitatore la corretta percezione degli ambienti antichi.

Al momento, terminati gli interventi di restauro delle strutture antiche, sono iniziati i lavori di allestimento dell'area archeologica, eseguiti dalla ditta OTT ART del gruppo APICE. La conclusione di tali lavori è prevista per fine giugno 2011.

L'intervento in corso di realizzazione è compreso nel più ampio "Progetto Aquae Patavinæ", che coinvolge l'Università degli Studi di Padova, la Direzione regionale per i beni culturali e paesaggistici del Veneto con la Soprintendenza per i beni archeologici del Veneto e il Comune di Montegrotto. Il progetto, finanziato per la parte più consistente dalla Società ARCUS SpA, prevede interventi di restauro e valorizzazione nelle aree archeologiche di Montegrotto Terme, finalizzati alla pubblica fruizione, nonché la creazione del museo del termalismo nella prestigiosa sede di villa Draghi, recentemente restaurata a cura del Comune.



BOSCOLO HOTELS

Boscolo Palace Roma

Un'incredibile location accoglie gli ospiti del Boscolo Palace Roma, un maestoso palazzo d'epoca, situato nella prestigiosa Via Veneto, di fronte all'Ambasciata Americana e in pieno centro storico, tra Piazza di Spagna e Villa Borghese.

Nell'ottobre 2010 il Boscolo Palace Roma ha riaperto al pubblico dopo un grandioso intervento di ristrutturazione su progetto di Italo Rota, che ha restituito l'edificio al suo antico splendore in una veste completamente nuova. Presente e passato si fondono ora in un *continuum* stilistico perfettamente equilibrato, che integra il più moderno *interior design* in volumi architettonici che conservano gli antichi decori e l'elegante struttura originaria, mantenendone intatto il pregio artistico e l'eclettismo originale. Il fascino vintage-chic e la versatilità degli arredi design ne fanno un'esclusiva struttura ricettiva, che racchiude ed enfatizza l'essenza dell'ospitalità Boscolo.

L'edificio, un tempo noto come Palazzo degli Ambasciatori, è uno dei capolavori dell'eminente architetto Marcello Piacentini, che nel 1927 completò il progetto iniziale di Carlo Busiri, avvalendosi della collaborazione dell'interior designer svizzero Emilio Vogt. Il palazzo è un suggestivo esempio di quel modernismo romano che annuncia il passaggio dall'Art Déco al Novecento monumentale degli anni Trenta.

Nella progettazione dell'edificio, dalla caratteristica struttura semicircolare, Piacentini si ispira all'Art Nouveau francese per creare un ambiente sofisticato e originale. L'aspirazione verso il nuovo e l'ossequio all'antico si fondono in un armonico equilibrio. Le possenti colonne doriche in travertino e il loggiato all'ultimo piano, che ripropone la teoria di fornicati degli antichi teatri, sono reminiscenza della Roma Imperiale, mentre la balaustra in ferro battuto della scalinata d'ingresso e gli elementi decorativi della facciata sono un raffinato esempio di Liberty italiano. Gli interni conservano intatti l'eleganza e il fascino del passato, con i preziosi stucchi dei cornicioni e dei soffitti, pavimenti di marmo e mosaico policromo e lampadari a cascata in cristallo di Murano.

L'esclusiva lobby dell'Hotel, è decorata dagli straordinari affreschi eseguiti nel 1926 dall'artista veneziano Guido Cadorin, amico intimo del poeta Gabriele D'Annunzio, per il quale eseguì i dipinti e le decorazioni della Stanza dei Sonni Puri al Vittoriale. I cinque grandi pannelli a fresco, patrimonio artistico protetto dalle Belle Arti, raffigurano con immagini garbate e ludiche, che riflettono il gusto pompeiano e la visione estetizzante propri del decadentismo, scorci di vita dell'alta società romana degli anni Venti, ritraendo a grandezza naturale i personaggi più in vista dell'epoca: lo storico dell'arte Roberto Papini, il maestro Crepax, l'architetto Giò Ponti, la potentissima amante del Duce Margherita Sarfatti e lo stesso Marcello Piacentini.



BUREAU VERITAS

Ecoquartieri: la nuova sfida per l'edilizia sostenibile

Bureau Veritas, leader a livello mondiale nei servizi di controllo, verifica e certificazione per la Qualità, la Salute e Sicurezza, l'Ambiente e la Responsabilità sociale, è strategicamente impegnata a favore della sostenibilità nell'edilizia.

Il Gruppo affianca i protagonisti del settore edile mettendo a loro disposizione un ventaglio di competenze che nel loro complesso gli permettono di essere riconosciuto come partner globale ed efficace per affrontare il complesso problema della garanzia della qualità e sicurezza e della gestione dell'impatto ambientale dei propri Asset.

Si colloca in questo contesto, la partnership tra Bureau Veritas e GBC - Green Building Council, associazione da sempre impegnata a favorire e accelerare la diffusione di una cultura dell'edilizia sostenibile a livello mondiale. Bureau Veritas è accreditato come reviewer presso USGBC e attivo come socio presso numerose associazioni GBC nel mondo. Socio di GBC Italia dal 2008, Bureau Veritas Italia ha partecipato attivamente alle attività dell'associazione ed ha ottenuto quest'anno la prestigiosa carica di Vice Presidente dell'associazione nella persona di Marco Mari, Responsabile Sviluppo Grandi Progetti per Bureau Veritas Italia.

Nel suo impegno per la promozione della sostenibilità nella filiera delle costruzioni, Bureau Veritas è intervenuta come relatore al convegno, in programma a Firenze il 31 maggio 2011, "Paesaggio di città. La sfida degli eco quartieri", promosso da ARSPAT - Associazione per il Restauro del Paesaggio Ambiente e Territorio.

L'evento ha affrontato un tema oggi all'ordine del giorno. Declinare su scala urbana il concetto di sostenibilità è la sfida nuova nel grande progetto della sostenibilità nell'edilizia. La concezione integrata e globale della sostenibilità urbana supera evidentemente l'idea della bioarchitettura che, seppur strategicamente indispensabile, si limita alla considerazione del singolo edificio.

Gli "eco quartieri" rappresentano in questo senso il momento di sintesi della riorganizzazione urbana secondo strategie di bioarchitettura e sostenibilità: concepire la realizzazione, ma anche gli interventi di restauro, ricostruzione, e riqualificazione dei quartieri con una logica integrata di qualità e sostenibilità, crea nell'abitato un elevato livello di qualità di vita, riduce il consumo di suolo, acqua ed energia. È quindi imprescindibile per una pianificazione urbanistica volta ad un corretto sviluppo territoriale. La filiera virtuosa degli ecoquartieri e dell'edilizia sostenibile in generale si avvale di conoscenze e tecnologie, nuove, sperimentazioni e saperi locali, standard e parametri costruttivi di livello internazionale. In questo contesto, il convegno ha presentato una panoramica dei requisiti di sostenibilità volti alla realizzazione di contesti ambientalmente sostenibili, ampliando il raggio di intervento rispetto al tema del singolo edificio.

Bureau Veritas è intervenuta alla tavola dei relatori, con una relazione intitolata "Green Mountain: i territori montani e non urbani nella Green Economy".

Per ulteriori informazioni sull'iniziativa:

http://www.bureauveritas.it/wps/wcm/connect/bv_it/local/home/news/events/Evento-CER-Ecoquartieri-20110531



COSTA EDUTAINMENT

Un sistema integrato di successo

Costa Edutainment, leader in Italia nel settore dell'edutainment, gestisce a Genova l'Acquario di Genova, il Galata Museo del Mare con il sommergibile S-518 Nazario Sauro, La città dei bambini e dei ragazzi, la Biosfera e l'ascensore panoramico Bigo. Dal 2010 gestisce anche l'Acquario di Livorno ed è proprietaria della maggioranza dell'Acquario di Cattolica.

Ha la missione di rispondere alla crescente domanda di un uso qualitativo del tempo libero, coniugando cultura, educazione, emozione e divertimento in esperienze uniche e significative.

Per rispondere a questa missione, la società ha costruito negli anni un sistema integrato che ha fatto sì che il bacino di visitatori dell'Acquario di Genova abbia fatto e faccia tuttora da traino a tutte le altre strutture, arrivando a 1,7 milioni di visitatori totali e a un fatturato consolidato di 24 milioni di Euro nel 2010.

Questo sistema integrato si è evoluto fino ad arrivare nel 2009 ad AcquarioVillage, un mondo che coniuga esperienze uniche e coinvolgenti, adatte alle diverse tipologie di visitatore grazie all'ampia varietà e ricchezza di temi proposti: dalla cultura all'ambiente, dalla scienza alla natura, dalla tecnologia alla storia.

Cuore di queste esperienze è il format edutainment che coniuga il momento del gioco con l'apprendimento e che, unito alla trasversalità dei temi trattati e alle connessioni create tra i temi, consente a Costa Edutainment di proporre un nuovo modo di fare cultura. Grazie a questo sistema integrato, l'azienda favorisce la permanenza dei visitatori in città per un tempo sempre maggiore al fine di poter usufruire al meglio delle proposte AcquarioVillage e della più ampia offerta turistica e culturale cittadina e regionale, anche con il supporto del tour operator Incoming Liguria acquisito nel 2000. Per rafforzare l'integrazione tra le strutture gestite e gli altri operatori culturali della città, dal 2004 Costa Edutainment è membro dell'Associazione Festival della Scienza, e dal 2008 è socio della Genova Palazzo Ducale Fondazione per la Cultura. Grazie a queste sinergie, l'azienda contribuisce attivamente alla valorizzazione e promozione del patrimonio, delle iniziative e delle reti culturali del territorio genovese in un'ottica di collaborazione tra pubblico e privato. Il modello di successo sviluppato a Genova è stato portato anche al di fuori del contesto ligure sul territorio nazionale tanto che nel 2010 Costa Edutainment è stata inserita tra le 10 Best Companies nell'atlante pubblicato annualmente su Milano Finanza a cura di Price Waterhouse Coopers per la "capacità dimostrata nella comprensione e valorizzazione degli asset territoriali, del loro collegamento in termini di filiera industriale e anche per il contributo dato alla diffusione della cultura delle risorse naturali nel nostro Paese". Un riconoscimento importante per un'azienda complessa che di recente ha rinnovato l'immagine istituzionale proprio per valorizzare il know how trasversale acquisito e messo al servizio della divulgazione in diversi settori. A livello nazionale, Costa Edutainment è socio di Civita ed è coinvolta direttamente o attraverso il Presidente, Giuseppe Costa, nella gestione della struttura o di mostre ed eventi in 5 delle 6 prime realtà italiane. Oltre alla responsabilità nella gestione diretta dell'Acquario di Genova, Giuseppe Costa è infatti Amministratore Delegato di Opera Laboratori Fiorentini, società che dal 1° luglio 2009 gestisce gli spazi commerciali dei Musei Vaticani e che da anni partecipa alla gestione della Galleria degli Uffizi e Corridoio Vasariano e Galleria dell'Accademia; è inoltre consigliere di Amministrazione di Civita 3 Venezia e Venezia Accademia che partecipano alla gestione dell'Accademia.



ENEL

Sponsor con recupero per Lotto

Dopo le grandi mostre monografiche dedicate a Lorenzo Lotto (Venezia 1480 - Loreto 1556) a Venezia, Bergamo, Parigi e Washington, la mostra di Roma - alle Scuderie del Quirinale fino al 12 giugno 2011 - è l'occasione che racchiude compiutamente, con un serrato percorso visivo che ne contempla tutta la produzione, tutta la vicenda pittorica ed esistenziale dell'artista, racchiusa entro il triangolo Treviso, Bergamo e le Marche, dando conto di come l'artista riuscì a conciliare gli elementi tradizionali della grande pittura della sua epoca con elementi già fortemente anticipatori dell'età barocca e con risvolti sorprendentemente moderni.

Enel, oltre a sostenere l'intero progetto, ha contribuito anche a recuperare una delle opere più significative di Lotto: il "Polittico di San Domenico di Recanati", la monumentale pala d'altare cui il pittore lavorò con tale dedizione e impegno da essere chiamato a Roma da papa Giulio II, per il cantiere dei Palazzi Vaticani. Una parte dell'opera viene restaurata "dal vivo" durante l'esposizione alle Scuderie del Quirinale, dove è allestito un laboratorio aperto al pubblico, così da osservare dal vivo le complesse operazioni di pulitura, recupero e rinascita della cimasa del polittico che, dopo cinquecento anni, sarà restituita al suo originale splendore. Per l'occasione, Enel ha realizzato un "cantiere virtuale" che consente ai visitatori di interagire con l'opera e di seguire le varie fasi del restauro. Affianca la mostra, tra l'altro, *Terre di Lotto*: un programma di iniziative didattiche, eventi e inaugurazioni, tutte alla scoperta di Lorenzo Lotto e di un'Italia sorprendentemente poco conosciuta, attraverso le opere dell'artista presenti nelle tre regioni dove Lotto ha lavorato e vissuto (Marche, Lombardia e Veneto).

Per informazioni: www.scuderiequirinale.it; www.lorenzolotto.info



EPICO

"Qui, ora": Hydrowatt sostiene l'arte contemporanea

In occasione delle celebrazioni per il 150° Anniversario dell'Unità d'Italia, il cortile di Sant'Ivo alla Sapienza ha ospitato di recente, fino al 13 aprile 2011, e per la prima volta, un'opera di arte contemporanea appositamente pensata per il luogo,

"Qui Ora", la monumentale scultura di Gianni Dessi, nasce dall'invito rivolto all'artista da Eugenio Lo Sardo, Direttore dell'Archivio di Stato di Roma. L'opera è accompagnata da un catalogo pubblicato da De Luca Edizioni d'Arte con un dialogo di Achille Bonito Oliva, Eugenio Lo Sardo e l'artista.

"Qui Ora" è stata ideata e realizzata in stretta relazione con lo spazio del cortile di Giacomo Della Porta delimitato dalla chiesa di Sant'Ivo alla Sapienza, capolavoro del Borromini. Tutto il complesso, in origine sede dell'Università Pontificia, divenuta poi italiana, ospitante oggi l'Archivio di Stato, è inteso da Gianni Dessi come luogo simbolico di "unione" ed "elevazione" (visivamente rappresentate dalla spirale che chiude la sommità della cupola, detta lanterna).

La messa in opera del lavoro in questo esemplare contesto storico è stata intesa come un utile momento di meditazione sul rapporto tra storia e contemporaneità, creatività e spazio pubblico, immagine e città. È in questo complesso di relazioni spazio-temporali che Gianni Dessi colloca l'azione (il qui, ora) di una gigantesca mano (alta circa 6 metri) colta nell'atto di elevare una costruzione a metà tra casa e lanterna completamente dipinta di quel giallo primario che da qualche decennio è una delle costanti della sua opera. La mostra è nata dalla collaborazione tra l'Archivio di Stato di Roma e gli Incontri Internazionali d'Arte ed è stata resa possibile grazie anche al sostegno di Hydrowatt (azienda appartenente al gruppo Epico), che anche in questa occasione ha rinnovato il suo impegno di mecenate.

"Avvicinarsi al mondo dell'arte - dichiara l'Ing. Andreoli Bonazzi, amministratore delegato di Hydrowatt - deriva da un profondo amore per l'inesauribile patrimonio artistico e culturale del nostro Paese. È nostra volontà valorizzare e promuovere l'arte e la cultura sostenendo artisti del passato e contemporanei, perché fonte inesauribile di stimoli e conoscenze che si traducono inevitabilmente in un arricchimento personale, professionale e della comunità civile".

L'iniziativa è stata dedicata a Graziella Lonardi Buontempo recentemente scomparsa, fondatrice degli Incontri Internazionali d'Arte e organizzatrice di mostre memorabili per oltre quarant'anni, che per prima aveva creduto e fatto suo questo progetto portandolo quasi per intero a compimento.

Prevista anche la realizzazione di un video su tutte le fasi di lavorazione e installazione dell'opera per la regia di Mario Gianni.



FONDAZIONE BANCO DI SICILIA 19° edizione del Premio Teatrale Luigi Pirandelli

È stata fissata al 2012 la cerimonia di premiazione del "Premio Teatrale Luigi Pirandello", promosso dalla Fondazione Banco di Sicilia: una decisione presa per celebrare la figura del grande drammaturgo siciliano in coincidenza con il novantesimo anniversario della prima rappresentazione dell'Enrico IV, avvenuta nel 1922 al Teatro Manzoni di Milano. Il "Premio Nazionale di Teatro Luigi Pirandello", dell'importo di 12 mila euro, è aperto a tutti gli scrittori di lingua italiana per opere di teatro originali, anche edite, ma che non siano state rappresentate né trasmesse dalla radio o dalla televisione, né premiate in altri concorsi e che possano costituire uno spettacolo di normale durata.

Oltre al Premio nazionale sono in palio anche due premi di saggistica per studi dedicati al teatro: uno per un'opera di carattere storico-critico, l'altro destinato ad un lavoro di carattere eminentemente filologico (edizioni critiche, commenti a testi, pubblicazione di epistolari o di documenti inediti). La scelta delle opere sarà effettuata dalla giuria, che prenderà in considerazione pubblicazioni edite nel biennio che precede l'anno in cui si svolge l'edizione del Premio. I vincitori riceveranno un premio di 7.500 euro ciascuno.

È previsto, inoltre, il Premio Internazionale Luigi Pirandello che sarà assegnato ad una personalità del teatro - sia autore, regista, scenografo, attore o organizzatore - in riconoscimento dei meriti acquisiti, nel corso della sua attività. Il vincitore riceverà 15 mila euro.

Il Premio, che ha cadenza biennale, celebra con questa la sua diciannovesima edizione confermando la sua volontà di riporre attenzione anche ai giovani autori e alla creatività contemporanea della nuova drammaturgia italiana.

Ritornato sulla scena teatrale italiana nel 2008 su impulso della Fondazione Banco di Sicilia, dopo uno stop di oltre dieci anni, fin dalla sua nascita (avvenuta nel 1966) è stato assegnato a personalità del mondo dello spettacolo di altissimo profilo: Da Ingmar Bergman a Giorgio Strehler, da Eduardo de Filippo a Luca Ronconi, da Vittorio Gassman a Tadeusz Kantor e a Dario Fo; e ancora, Harold Pinter, Bernard Minetti, Eugenio Barba, Michele Perriera, Tommaso Landolfi, Giorgio Celli, Tonino Guerra, Paolo Puppa e altri ancora.

La Giuria del Premio, presieduta da Giovanni Puglisi, è composta da celebri nomi del teatro e della cultura italiana, quali Giorgio Albertazzi, Paolo Bosisio, Paolo Mauri, Michele Guardì, Maurizio Scaparro ed Elisabetta Sgarbi.



FONDAZIONE CASSA DI RISPARMIO DI ALESSANDRIA Il Risorgimento in provincia di Alessandria

"Il Risorgimento in provincia di Alessandria" è il tema del volume di 320 pagine, a scopo didattico, che la Fondazione Cassa di Risparmio di Alessandria ha di recente pubblicato.

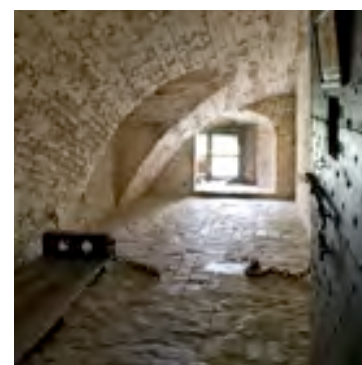
L'opera è destinata agli oltre venticinquemila studenti che frequentano le scuole medie inferiori e superiori della provincia.

Un impegno di studio di cui l'Ente ha ritenuto di volersi fare committente per fornire una risposta di alto profilo alla domanda di conoscenza verso le molteplici sfaccettature della storia locale.

L'iniziativa è stata adottata in occasione della ricorrenza del 150° anniversario dell'Unità d'Italia e rappresenta la sintesi della trilogia dal titolo "Alessandria dal Risorgimento all'Unità d'Italia", pubblicata negli anni 2008-2009-2010, per iniziativa della Fondazione stessa, da un team di studiosi coordinato dal professor Valerio Castronovo.

L'opera è composta da quindici saggi che consentiranno di presentare un vasto profilo d'insieme sulle vicende politiche dell'epoca, sull'assetto del territorio, sul patrimonio artistico e sulla letteratura. È stato studiato un apposito format editoriale che consentirà agli studenti di mettere in relazione ogni evento locale con la storia nazionale ed internazionale allo scopo di fornire una visione completa del ruolo svolto dalla provincia di Alessandria nel periodo risorgimentale. Come è noto, fu proprio sui bastioni della Cittadella di Alessandria che, durante i moti del 1821, Santorre di Santarosa fece sventolare per la prima volta la bandiera tricolore.

I quattro volumi, ossia la trilogia ed il volume didattico, saranno inoltre trasferiti su supporto informatico, così da poter essere messi a disposizione delle biblioteche e degli enti o associazioni culturali interessati. Sarà possibile accedere ai contenuti delle opere anche sul sito della Fondazione, www.fondazionecralessandria.it, alla voce "biblioteca multimediale", ove si potranno consultare tutti i volumi stremna sinora pubblicati.



FONDAZIONE CASSA DI RISPARMIO IN BOLOGNA Banche e musei oltre la sponsorizzazione

A seguito del Focus Group "Banche e musei oltre la sponsorizzazione. Una panoramica sui musei europei creati da fondazioni bancarie", organizzato congiuntamente dalla Fondazione Cassa di Risparmio in Bologna e European Museum Academy, è stato presentato il volume omonimo, edito da B.U.P., a cura di Graziano Campanini e Massimo Negri.

Nel corso dell'incontro, responsabili di fondazioni bancarie e direttori di grandi istituzioni museali europee, fondate da banche, si erano confrontati per fare una panoramica attorno a questo tema fino a quel momento non ancora sufficientemente approfondito. Nato dal frutto di quella discussione, il volume raccoglie esperienze che seppur diverse fra loro, se lette assieme, costituiscono sicuramente un punto fermo sul tema "Banche e musei", oggi di grande interesse non solo per gli addetti ai lavori ma anche per visitatori e per responsabili di strutture analoghe sia pubbliche che private.

Nel volume sono riunite le testimonianze di alcuni grandi musei già attivi e i resoconti di progetti ancora in corso di attuazione, tutti giudicati di particolare rilevanza, per il modello di gestione o per la qualità e l'innovazione che apportano al sistema museale europeo. Dando atto di un dibattito diffuso in tutta Europa, vengono presentate soluzioni che sebbene peculiari per ogni singolo paese, possono essere proficuamente confrontate con il progetto bolognese *Genus Bononiae. Musei nella Città* che si sta dimostrando sempre più una proposta vincente per l'Italia e anche per l'Europa.



FONDAZIONE DI VENEZIA A sostegno del NordEst

Il Nordest punta al 2019. In quell'anno toccherà proprio all'Italia (oltre che alla Bulgaria) esprimere la funzione di Capitale della Cultura fra i paesi della Unione Europea, ed è a quell'obiettivo che guarda la Fondazione di Venezia: dopo un anno di studi e analisi svolti su nostro impulso e in collaborazione con il Comune e la Provincia di Venezia, alla fine del 2010 è stato costituito il Comitato fondatore per la candidatura nel 2019 della città lagunare e dell'intero territorio nordestino; poi l'atto vero e proprio è stato siglato a fine febbraio 2011 a Bolzano. La grande novità di questa proposta è l'estensione al "territorio circostante" (esplicitamente consentita dal bando dell'Unione Europea), fino a ricomprendere tutto il Nord Est, ovvero le Tre Venezie, se vogliamo tornare ad antiche e più conosciute definizioni. Se quindi la città di Venezia è (e non potrebbe essere altrimenti) capofila del progetto, è da segnalare con favore che attorno al capoluogo lagunare si è costituita un'intesa politica che vede la condivisione della Regione del Veneto, della Regione autonoma Friuli Venezia Giulia, delle Province autonome di Bolzano e Trento e della Provincia di Venezia.

Nonostante l'obiettivo possa sembrare lontano, i tempi per vincere la concorrenza di altre proposte sono strettissimi: la decisione sulla localizzazione dovrà essere assunta dai rispettivi governi entro il 2013, e le candidature per l'Italia sono ormai una decina. Dunque i prossimi mesi sono decisivi per la preparazione di un progetto competitivo. Su questo punto bisogna essere chiari e preparati: considerare la partita già vinta esibendo l'ineguagliabile tradizione culturale esistente, sarebbe un errore di strategia. Bisogna invece attenersi al bando, predisponendo un apposito "progetto culturale di dimensione europea, basato essenzialmente sulla cooperazione culturale" indirizzato a "valorizzare la ricchezza, la diversità e le caratteristiche comuni delle culture europee e...a migliorare la comprensione reciproca tra i cittadini europei".

Il tema cruciale è quindi la costruzione dell'idea-progetto che renda concreto e convincente l'accordo istituzionale intervenuto fra governi locali di varia estrazione politica. Si tratta anche di un'occasione per superare la grande polverizzazione territoriale che caratterizza il Nordest. Il nucleo centrale non può che essere l'area metropolitana compresa tra Padova, Treviso e Mestre (come ha riconosciuto anche l'OCSE nel suo rapporto su Venezia Metropoli finanziato e coordinato, dal punto di vista scientifico, sempre dalla Fondazione di Venezia), un unicum territoriale, che ormai si percorre come se ci si spostasse da un quartiere all'altro di una grande città. Rispetto a questa area la città storica di Venezia diventa motore essenziale e integrazione necessaria: essa appare come un elemento di una città più vasta e complessa, ma anche il fulcro - culturale e politico - per la sfida a far diventare il Nordest Capitale Europea della Cultura.



FONDAZIONE GRUPPO CREDITO VALTELLINESE

Fernanda Pivano

"Vorrei aver scritto tre righe che la gente si ricordi", ha detto in un'intervista del 2001 Fernanda Pivano, giornalista, saggista e traduttrice molto ammirata e amata, tra le vere protagoniste del Novecento, per sessant'anni ponte culturale tra Italia e Stati Uniti.

Fino al 18 luglio 2011 la Galleria Gruppo Credito Valtellinese nel Refettorio delle Stelline di Milano ricorda la scrittrice con la grande mostra "Fernanda Pivano. Viaggi, cose, persone" ideata da Michele Concina. A curarla è Ida Castiglioni con Francesca Carabelli e la consulenza di Enrico Rotelli, già assistente di Fernanda Pivano e curatore dei "Diari" da lei pubblicati per Bompiani.

E di righe la Pivano ne ha scritte e tradotte molte e altre doveva scriverne quando, il 18 agosto 2009, se n'è andata a 92 anni negli spazi profumati dell'eternità, come lei stessa diceva. Sono le righe che Fernanda ha riverberato su generazioni di italiani facendo a sua volta scoprire quelle di Ernest Hemingway, Sherwood Anderson, Francis Scott Fitzgerald, William Faulkner, Gertrude Stein e, ancora, Allen Ginsberg, Jack Kerouac, Gregory Corso, William Burroughs. Una carriera letteraria iniziata nel 1943 quando per Einaudi pubblica la prima traduzione italiana di "Spoon River" sotto la guida di Cesare Pavese e quella di "Addio alle armi", libro all'epoca proibito dal Regime per il quale finì in carcere. Nella lunga serie di viaggi in giro per il mondo, dal Nord Europa agli Stati Uniti d'America, dal Giappone ai mari del Sud, dal Nord Africa a Cuba, oltre a conoscere di persona grandi autori letterari e cantautori americani come Bob Dylan, Patti Smith e Lou Reed, raccolse inoltre migliaia di gioielli etnici, alcuni dei quali sono stati per gli artisti contemporanei la base di una ricerca su forma e materiale. Nella mostra se ne potrà ammirare una selezione oltre a quelli disegnati per lei da Ettore Sottsass e da Arnaldo Pomodoro.

Insieme ai gioielli, le testimonianze del sodalizio con Ettore Sottsass vivono soprattutto attraverso le riviste create a quattro mani, Room 128 e Pianeta Fresco, e del volume C'era una volta un beat, mitici esempi del design d'autore e oggi vere opere d'arte realizzate con la collaborazione dei più grandi poeti e scrittori della beat generation: Allen Ginsberg, Gregory Corso e Jack Kerouac.

Emozionano le poesie, le lettere e i disegni dedicati a lei dai mostri sacri del Novecento, come le fotografie curate da Guido Harari. In mostra anche articoli particolarmente significativi, come "Grazie, Fernanda" di Jay McInerney apparso nel 1995 sul "New Yorker".

Di tutto questo dà conto, in un allestimento firmato da Leo Guerra, la grande mostra alla Galleria Gruppo Credito Valtellinese - Refettorio delle Stelline attraverso documenti originali (in parte inediti), dattiloscritti e testi autografi di grandi scrittori, souvenir di viaggio, gioielli etnici e pop della collezione di Fernanda Pivano, fotografie e documenti d'archivio, layout di riviste underground, pezzi di "instant design" a lei dedicati dagli amici artisti

La mostra è accompagnata da un catalogo edito dalla Fondazione Gruppo Credito Valtellinese, con saggi critici, tra gli altri, di Alba Cappellieri, Ida Castiglioni, Guido Harari, Fiorella Minervino e Arnaldo Pomodoro.



HOGAN LOVELLS

Giancarla Frare

Con questo evento, la mostra personale di Giancarla Frare presso la sede di Roma in Piazza Venezia 11, Hogan Lovells conferma, per il terzo anno consecutivo, il proprio impegno a sostenere l'arte e la cultura offrendo gli spazi dei propri uffici ad artisti e talenti italiani e internazionali.

Gli essenziali cromatismi, inchiostri e pigmenti naturali delle opere di Giancarla Frare descrivono luoghi dall'ambigua definizione: una natura primordiale che allude a uno stato regressivo verso le viscere della materia e dell'essere stesso o, d'altro canto, la definizione di confini più misurabili, di strutture prospettiche più certe in cui collocare tracce significative, immagini spesso filtrate dalla storia dell'arte.

Ma né gli orizzonti lontani di un paesaggio, né la prossimità delle pareti di una stanza paiono confortare l'artista, sempre alla ricerca di ciò che resta della cancellazione della memoria e del tempo. Solo la pietra, o quello che resta di essa, dipinta o fotografata e innestata nel tessuto pittorico, può forse dire di una condizione assoluta.

Flaminio Gualdoni, nel testo in catalogo, scrive: "Fin dagli inizi, l'artista cerca di fermare nel foglio più che ciò che si vede, la situazione emotiva che intorno all'esperienza della visione si viene a costituire. La situazione psichica, la situazione emotiva che l'opera deve percepire, coagulare e poi far inverare nell'occhio dell'osservatore non è più quella esterna all'autore ma quella all'interno di sé. Una forma che assomiglia assai più, forse, alla scrittura che non alla pittura.

Giancarla Frare lavora prevalentemente sul bianco e sul nero come se il punto limite tra la pittura e la scrittura fosse un punto limite molto abbreviato. Credo che, nonostante una sua qualche arditezza, questo paragone serva comunque a farci intuire qual è il punto chiave della ricerca espressiva di Frare. Cioè una sorta di scrittura, e quindi di diaristica e di sguardo all'interno che la diaristica presuppone, che passa attraverso, però, un continuo scambio con le immagini esterne. Cioè una scelta che da un lato è di forte introversione e interrogazione sul dentro di sé, ma, contemporaneamente, continua disperatamente in qualche modo a chiedere al mondo esterno un gioco di specchiamenti che abbia ancora un senso."

La mostra, aperta fino al 3 giugno 2011, è visitabile contattando preventivamente la segreteria organizzativa dello Studio Legale Hogan Lovells, al numero 06.6758231 rome.events@hoganlovells.com



TELECOM ITALIA

Sempre a sostegno della cultura e dell'innovazione

Oltre ad offrire piattaforme tecnologiche su cui voce e dati si trasformano in servizi di telecomunicazioni avanzati e soluzioni ICT e media all'avanguardia, Telecom Italia contribuisce allo sviluppo e alla crescita del Paese anche attraverso il sostegno a numerose attività e progetti per la diffusione della cultura e dell'innovazione.

Nel settore delle arti figurative, Telecom Italia è partner tecnologico del MAXXI, il museo nazionale delle arti del XXI secolo di Roma, mettendo a disposizione le sue infrastrutture di comunicazione più avanzate.

L'azienda è inoltre partner dell'Accademia Nazionale di Santa Cecilia e dell'Auditorium Parco della Musica, le due principali realtà culturali di Roma, con cui sviluppa progetti dedicati a alcuni dei più interessanti eventi in cartellone, permettendo di seguirli in web streaming o proponendo contenuti esclusivi di approfondimento in formato digitale. Anche nell'ambito del teatro e della danza contemporanea Telecom Italia è attiva sostenendo la rassegna internazionale Romaeuropa Festival, con cui collabora per portare in scena la visione del futuro e delle avanguardie tecnologiche attraverso una selezione di spettacoli denominata Metamondi.

Sostiene inoltre il Festival della Letteratura di Mantova con l'obiettivo di sensibilizzare i lettori alle nuove forme digitali di fruizione della letteratura, e il Festival delle Città Impresa che si svolge nel Triveneto, dove concorre alla realizzazione di incontri con personalità di rilievo internazionale provenienti dal mondo dell'economia e dei linguaggi multimediali.

In linea con la sua vocazione all'innovazione Telecom Italia prende inoltre parte annualmente al Festival della Scienza di Genova, con il quale ha realizzato il progetto "festivalscienzalive.it", e al Festival delle Scienze di Roma: i due appuntamenti che consentono al grande pubblico di entrare in contatto con le maggiori tematiche scientifiche, per mezzo di installazioni interattive e conferenze con i protagonisti di fama internazionale.

Infine, in occasione del 150esimo anniversario della proclamazione dell'unità d'Italia, Telecom Italia è tra i partner principali del Comitato Italia 150 e prende parte alle celebrazioni mettendo a disposizione del Comitato soluzioni innovative basate sul web e le più avanzate tecnologie di telecomunicazioni, oltre che lanciando alcune iniziative specifiche.



UNICREDIT

A sostegno dei giovani talenti

Unicredit è da tempo impegnato in ambito culturale e nel sostegno dei giovani talenti perchè ritiene che l'incontro con la creatività dei giovani artisti crea nuove energie e nuove idee, presupposti indispensabili per uno sviluppo duraturo e sostenibile nel tempo.

In questo contesto UniCredit ha di recente proposto, tra marzo e aprile 2011, due progetti: la mostra "Agenzia 200", la terza della serie Carte Blanche, e l'installazione Luoghi del Tempo.

La mostra - in programma fino al 15 maggio 2011 presso UniCredit STUDIO Milano, spazio espositivo all'interno dell'agenzia UniCredit di Piazza Cordusio, recentemente rinnovato dallo Studio Santachiara - ha presentato opere di Pietro Agostani, Dino Balliana, Marco Caeran, Lisa Delfinio, Derek Maria Francesco Di Fabio, Dario Guccio, Beatrice Marchi, Anna Mostoni, Francesco Joao Scavarda e Davide Stucchi.

Il curatore, l'artista Alberto Garutti, ha scelto come titolo la denominazione tecnica dell'agenzia di Piazza Cordusio, "Agenzia 200", per sottolineare la committenza e il luogo in cui si sviluppa la mostra: una banca. Garutti, di cui UniCredit annovera alcune opere all'interno della collezione d'arte corporate, si pone come curatore e, per questa esposizione, ha selezionato dei giovani artisti alla loro prima mostra pubblica.

Con la formula degli STUDIO, UniCredit vuole dare una concreta opportunità di visibilità ai giovani talenti dei Paesi in cui il Gruppo è presente.

Questi spazi espositivi si trovano all'interno di alcune agenzie del Gruppo, ovvero nei luoghi attraverso i quali ci si confronta maggiormente con la città e i clienti.

Fino al 17 aprile poi, in occasione della settimana del design, UniCredit ha proposto un'installazione del giovane artista Francesco Candeloro (Mestre, 1974) posta sulla facciata di Palazzo Cordusio, noto anche come Palazzo del Credito Italiano, in Piazza Cordusio a Milano.

L'installazione ideata per UniCredit ha coinvolto sei finestre dello storico palazzo, due al piano terra e quattro al piano nobile, colorate e visibili sia di giorno che di sera, fino a mezzanotte, grazie ad una suggestiva illuminazione.

Attraverso un gioco di luci che pone in relazione l'interno e l'esterno dell'edificio, si sottolinea e rinsalda il dialogo tra la vita quotidiana e le radici storiche della città. Tutto questo è rafforzato dalla scelta della sagoma della Torre del Filarete del Castello Sforzesco come immagine intagliata nel plexiglass colorato.



I POSSESSORI DELLA CIVITA CARD

Clint Eastwood: l'arte della regia e della recitazione

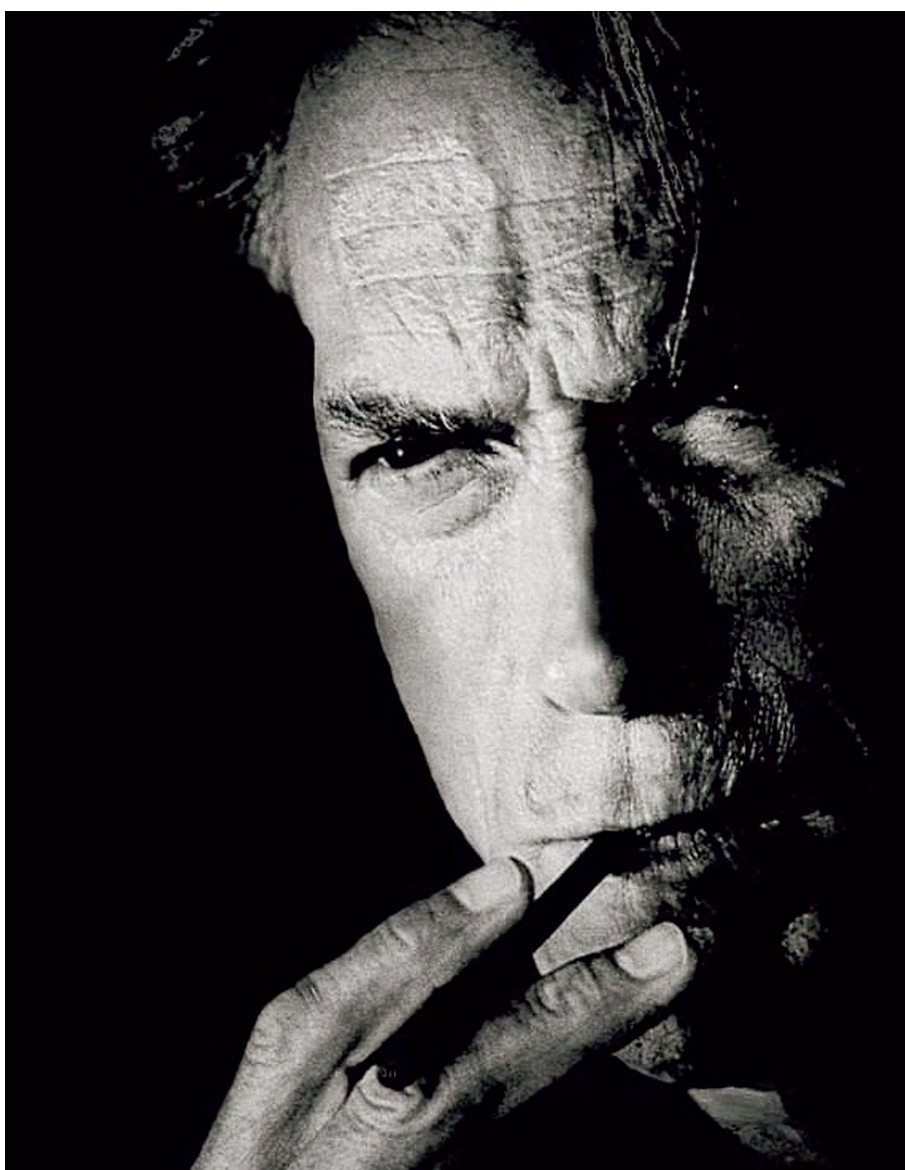
Il cinema è una forma d'arte elevatissima e la sensibilità che Civita ha verso la valorizzazione dei beni culturali si estende sia al cinema come arte, sia al cinema come moderna forma di espressione culturale di cui la società di oggi, e ognuno di noi, dovrebbe nutrirsi.

Abbiamo cominciato molti anni fa organizzando rassegne a tema e scegliendo siti eccezionali come cornice alle proiezioni: musei, grandi siti archeologici, monumenti, ville storiche e la magnifica terrazza della nostra sede di Piazza Venezia a Roma.

Grazie alle nostre Associate Medusa Film e Warner Bros Pictures Italia, il programma dedicato al cinema si è arricchito di serate esclusive con anteprime cinematografiche di ottimo valore artistico, mentre le proiezioni sulla terrazza costituiscono un appuntamento serale estivo in un'atmosfera un po' magica, molto atteso dai possessori di Civita Card.

La rassegna cinematografica 2011 è dedicata a Clint Eastwood che è ufficialmente un attore, un regista, un produttore cinematografico nonché un autore di colonne sonore.

I cinque film della rassegna del prossimo luglio sono tutti successivi agli anni novanta ed esaltano la straordinaria capacità di Clint Eastwood di interpretare ruoli differenti e individui dalle diverse personalità mentre come regista affronta con acume e rigore temi complessi quali l'eutanasia, gli abusi di potere, la pena di morte, il razzismo, il bullismo, la sfera dell'infanzia. Nei suoi film i temi difficili sono trattati con lucidità, eleganza e, soprattutto, con estrema consapevolezza: sono queste le ragioni del nostro omaggio a un grande artista.



A2A
ACCADEMIA NAZIONALE DELLE SCIENZE
ACCENTURE
ACEA
ACQUIRENTE UNICO
ALD AUTOMOTIVE
ALINARI 24ORE
ALLIANZ
AMERICAN EXPRESS
ANAS
ANSA
A.P.A.
API
APICE
ARTERIA
ASSOCARTA
ASSOCIAZIONE INDUSTRIALI
DELLA PROVINCIA DI VITERBO
ASSOCIAZIONE NAZIONALE
FRA LE BANCHE POPOLARI
ASSOCIAZIONE PROVINCIALE
DEGLI INDUSTRIALI DI SIRACUSA
ATM
AUTOSTRADE
AVIO
AV SET PRODUZIONI
AXA ART
BANCA DELLA CIOCIARIA
BANCA ESPERIA
BANCA FIDEURAM
BANCA MEDIOLANUM
BANCA POPOLARE DI VICENZA
BARTOLINI CORRIERE ESPRESSO
B.E.E. TEAM
BLUEFIN
BMW ITALIA
BNL - GRUPPO BNP PARIBAS
BORGHI
BOSCOLO 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
CASSA LOMBARDA
CBS OUTDOOR
CENTRO SERENA
CLEAR CHANNEL AFFITALIA
CNR
COLACEM
COMPAGNIA DI SAN PAOLO
CONFUTURISMO
CONSORZIO CBI
CONSORZIO MILES
CORNERSTONE INTERNATIONAL
COSMIT
COSTA EDUTAINMENT
D'AMICO SOCIETÀ DI NAVIGAZIONE
DATA MANAGEMENT
DATA MEDICA
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
FINMECCANICA
FINWORLD
FONDAZIONE BANCO DI SICILIA
FONDAZIONE CASSA DEI RISPARMI
DI FORLÌ
FONDAZIONE CASSA DI RISPARMIO
DELLA PROVINCIA DELL'AQUILA

FONDAZIONE CASSA DI RISPARMIO
DI ALESSANDRIA
FONDAZIONE CASSA DI RISPARMIO
DI ORVIETO
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
INAREA STRATEGIC DESIGN
INDUSTRIA & SVILUPPO
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
MEDIABANCA
MEDIASET
MEDUSA

MERLONI FINANZIARIA
NEC ITALIA
OPUS PROCLAMA
PALOMAR NEW MEDIA
PAVIA E ANSALDO
POSTE ITALIANE
PRELIOS
PRESTIGE HOTELS
PROGRESS INSURANCE BROKER
PROMOS COMUNICAZIONE
QUI! GROUP
RADIO DIMENSIONE SUONO
RAI
RCS MEDIAGROUP
RELAIS LE JARDIN
RED POINT
ROTTAPHARM - MADAUS
SAC
SACE
SCALA GROUP
SCOCCO & GABRIELLI
SIDI
SILVANA EDITORIALE
SIT
SOGIN
SOPAF SGR
SORGENTE SGR
STANDARD CHARTERED BANK
STUDIO LEGALE PESSI E ASSOCIATI
STUDIUM ARTIS
TEATRO DELL'OPERA DI ROMA
TELECOM ITALIA
TELEPERFORMANCE ITALIA
TELESIA SISTEMI
TENUTA CAPARZO
TERNA
THE ADAM SMITH SOCIETY
TIPOGRAFIA OSTIENSE
TRA.VI.S.
UBS ITALIA
UNICAB ITALIA
UNICREDIT
UNIVERS
UNIVERSITÀ DELLA TUSCIA
UNIVERSITÀ LA SAPIENZA - ROMA
VERONA 83
VODAFONE
WARNER BROS. PICTURES ITALIA
WIND
ZETAGAS



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,
Stefano Baia Curioni, Armida Batori,
Marco Cammelli, Paolo Galluzzi, Adriano La Regina,
Davide Rampello, Pietro A. Valentino

Coordinamento

Alberto Rossetti, Dario Zerboni

Caporedattore

Maria Rita Delli Quadri

Redazione

Arianna Diana, Rachele Mannocchi

Progetto grafico ed impaginazione
Claudio Zito