PIEMONTE ECONOMIA
la Repubblica
MARTEDÌ 22 NOVEMBRE 2016 | XIII

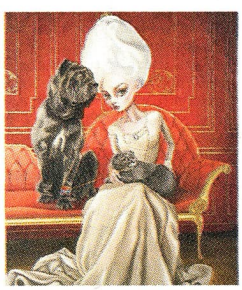
La Repubblica, 22 novembre 2016

L'arte contemporanea scelta come testimonial dal "made in Piemonte"

Sedici aziende storiche hanno ingaggiato altrettanti artisti Obiettivo: rappresentarle nella mostra "Art for Excellence"

MOSSOTTO
Si è scoperto che i giovani abbinano Galup a un rapper e non ai nostri panettoni: è ora di attualizzarci

BOSCA
La nostra ditta si rivolge ai creativi da 40 anni. Abbiamo ospitato opere di Baj, Casorati e Guglielminetti



REYNALDI
E' stato mio figlio a spingere: l'ho trovata una bella idea che può servire a rinnovare la nostra immagine tra i clienti

MARINA PAGLIERI

C'È chi intende sposare artigianato e arte, chi vuole dare un tocco di modernità a un marchio un po' datato, chi semplicemente lo fa per passione o per aiutare il settore della creatività, in un momento in cui i finanziamenti pubblici latitano. Sedici aziende campioni del "made in Piemonte" hanno scelto come testimonial dei loro prodotti gli artisti, chiedendo loro di rappresentarli. E' nata così la mostra "Art for Excellence", giunta alla seconda edizione e allestita sino al 1° dicembre all'Archivio di Stato, in piazzetta Mollino.

Ma perché le aziende partecipano a una mostra? «Guardi, per noi il sapore dell'arte si sposa con quello dell'artigianato, un ambito in cui ci distinguiamo perché seguiamo tutti i passaggi della tradizione e usiamo solo prodotti naturali – dice Alberto Mossotto, direttore marketing di Galup -.Volevamo inoltre attualizzare il marchio, perché ci siamo accorti che i più giovani accostavano il nome Galup non ai nostri panettoni, ma al rapper che porta questo nome. Così ci siamo rivolti a Max Ferrigno, che ha creato un manifesto in stile tra pop e manga».

Pensa ai giovani, soprattutto a quelli dell'azienda, anche la Dott.ssa Reynaldi, che 35 anni fa ha legato il suo nome a un laboratorio di cosmetica naturale di 200 metri quadrati, che oggi a Pianezza ne occupa 7500: «E' stato mio figlio a suggerirmi di partecipare all'iniziativa: l'ho trovata una bella idea che può servire a rinnovare la nostra immagine, pur restando ferma la fedeltà alla storia e identità dei prodotti» dice Grazia Reynaldi, che ha portato in mostra un video di Marco Mulas.

Per Polina Bosca, titolare con i fratelli dell'azienda di Canelli, il connubio tra arte e spumante è un valore aggiunto, ma non una novità: «La nostra ditta si rivolge ai creativi da 40 anni, abbiamo già ospitato nei nostri spazi e nelle cantine opere di Casorati, Baj, Paulucci, persino dello scenografo Eugenio Guglielminetti. Nel caso di questa mostra, si sono dati degli input agli artisti, perché creassero qualcosa di inerente ai prodotti: noi siamo stati felici della scultura realizzata da Luisa Valentini».

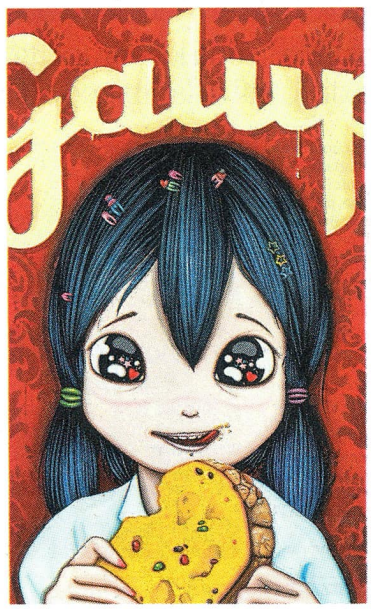
Manfredi Cusmano, amministratore delegato di Monviso, azienda di Andezeno leader nel campo dei prodotti da forno, è convinto che arte e produzione artigianale un po' si assomiglino, anche nella ricerca di suoni e colori: «Luca Saini ha realizzato un video in cui un gruppo di ragazzi addenta croccanti fette biscottate al ritmo della musica: ci ha colpito talmente che si è deciso di portarlo nelle fiere e usarlo come pubblicità».

«Partiamo dalla passione, da quello che piace a noi: in passato abbiamo sponsorizzato il jazz, oggi ci rivolgiamo all'arte» dice Andrea Chiusano, titolare della Chiusano & C. Immobiliare. Loro hanno commissionato un'opera all'anglo italiano Jonathan Guaitamacchi, che ha risposto con una "visione" metaforica di Londra, tra fotografia e pittura: «Nelle aziende non c'è solo il business, ci sono le persone con le loro emozioni. Intendiamo continuare a lavorare con Guaitamacchi e a promuovere gli artisti, perché ne hanno bisogno. Proprio ora, con il settore pubblico in difficoltà, le medie imprese, e non solo le fondazioni bancarie, devono avviarsi su questa strada».

Se le Arti grafiche Parini hanno scelto una fotografia di Andrea Piotto, l'Azienda agricola Chialva di Pancalieri è presente con la scultura di una pianta di menta di Annalù, mentre la biellese Birra Menabrea ha affidato a Max Petrone un coloratissimo manifesto. Tra le altre aziende – sono tutte selezionate da Sabrina Sottile – Borbonese espone un "quadro" con cornice dorata di Stjepan Sandrk, al centro una borsa, e Harridge dei Mille, concept store per uomini un po' dandy, in via Giolitti 45, esibisce un dipinto di Mattia Luparia. Tra le altre realtà, la rivista "Estetica" (Mark Cooper), i gioielli di Ippocampo (Carla Secco), i prosciutti di Lenti (Silvano Pupella), le grappe di Mazzetti d'Altavilla (Xel), Nobis Compagnia di assicurazioni (Massimo Sirelli) e i Fratelli Sommo(Nazareno Biondo).

©RIPRODUZIONE RISERVATA

LE AZIENDE INTERPRETATE
Da Galup a Menabrea, a Bosca: ecco quattro opere realizzate per raccontare alcuni dei marchi ospiti di Art of excellence



L'INDAGINE DI MANAGERITALIA

Contratti di rete, è qui la regione leader

LE aziende piemontesi aderenti a contratti di rete, con riferimento ai dati dell'ultimo anno (ottobre 2015 su ottobre 2016), crescono passando da 553 a 818 (+48%), con un tasso di crescita superiore a quello riscontrato a livello nazionale (+33%); Torino fa la parte del leone con 348 aziende in rete. E' quanto emerge dai risultati di un'indagine realizzata a livello nazionale da Manageritalia (Federazione manager del terziario) e Obiettivo 50 (Associazione di servizi alle Pmi) su un campione di centinaia di aziende che hanno dato vita a un totale di 92 contratti di rete localizzati in Piemonte, Lombardia, Emilia Romagna, Trentino Alto Adige, Lazio, Molise, Abruzzo, Umbria, Sardegna e Sicilia. L'indagine è stata presentata in occasione dell'appuntamento «Il manager del business collaborativo. Indagine sui contratti di rete», a Torino Incontra. L'indagine offre una fotografia su quanto successo con la legge sui contratti di rete del 2009.

©RIPRODUZIONE RISERVATA