

I MARCHI DELLA NOSTRA VITA **di Angelo Allegri**

Quest'azienda è (diventata) un museo

Le raccolte conservano la memoria delle imprese che hanno fatto la storia della nostra economia. Sono 68 in tutta Italia

Volendo semplificare a ogni costo si potrebbe dire che da qualche settimana in Italia ci sono 68 musei «ufficiali» in più. Nessuno tra di loro corrisponde all'immagine, polverosa e un po' libresca, che si ha dei musei tradizionali. Parlano di tutto un po': moda, motori, calzature, macchine per il caffè, trattori e perfino attrezzature per il calcestruzzo. Sono i musei aziendali raccolti nell'Associazione Museimpresa e ai primi di dicembre hanno firmato un accordo di collaborazione con il Ministero dei beni culturali. L'obietti-

LA GALLERIA CAMPARI

I manifesti di Depero e Munari e il primo spot da bere firmato Fellini

A Sesto San Giovanni, ex capitale industriale dell'hinterland milanese, lo stabilimento che ospitava un tempo la Davide Campari è stato inglobato in un complesso di grattacieli modernissimi firmati dall'archistar Mario Botta: è la nuova sede di un gruppo ormai diventato multinazionale. Parte del vecchio edificio in mattoni rossi, una palazzina Liberty del 1904, è stato però riutilizzato per la Galleria Campari, il museo dell'azienda.

I protagonisti sono gli artisti che dagli anni Venti del secolo scorso hanno contribuito a rendere popolare l'immagine del Campari. Si inizia con Fortunato Depero, rappresentante del cosiddetto «Secondo Futurismo», pittore e disegnatore pubblicitario dal tratto incon-

fondibile; si prosegue con Bruno Munari, uno dei protagonisti della grafica del XX secolo; si arriva a Ugo Nespolo che per la società guidò la campagna pubblicitaria legata ai mondiali del 1990. In mezzo c'è il primo spot dell'azienda, realizzato nel 1984 da Federico Fellini.

Tra installazioni digitali, video-walls ed esperienze interattive la mostra permanente, inaugurata nel 2010, in occasione dei 150 anni dalla fondazione, prosegue con un'esperienza che viene definita «polisensoriale», in cui il visitatore è accompagnato da suoni, immagini e profumi. L'ultima sezione è invece quella dei bar virtuali. A farla da padrone sono le insegne pubblicitarie di due periodi d'oro: gli anni Trenta e Cinquanta del '900.



LA FONDAZIONE MANSUTTI

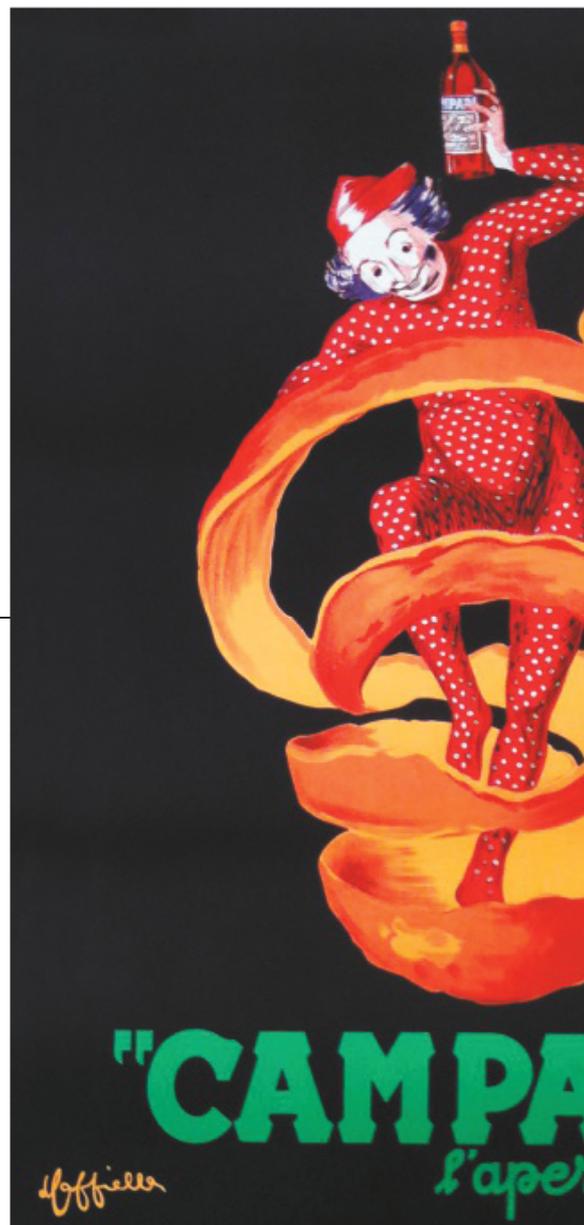
Quando era vietata l'assicurazione sulla vita ma non quella sulla vita degli schiavi

Alla fine del Seicento Luigi XIV approvò un'ordinanza in cui vietava le assicurazioni sulla vita, considerata un dono di Dio e per questo non suscettibile di essere oggetto di transazioni economiche. Se però la vita era quella di uno schiavo il divieto non valeva: trattandosi di un bene patrimoniale le polizze erano ammesse e regolamentate.

Chi volesse vedere uno di quei contratti, in cui la salute di ogni singolo schiavo e i relativi premi venivano meticolosamente valutati, può visitare un elegante palazzo nel centro di Milano, a due passi dalla Torre Velasca. Qui ha sede la Fondazione Mansutti, che ospita una sorprendente esposizione-museo sul mondo delle assicurazioni: migliaia di antiche polizze

(dal 1500 in poi) e volumi, una raccolta di stampe e manifesti pubblicitari. A raccogliere tutto il materiale è stato Francesco Mansutti, 85 anni, esponente di una famiglia da tre generazioni nel settore (la Mansutti Spa è uno dei più importanti broker milanesi).

Nelle sale della Fondazione scorrono i capitoli di una fetta di storia dell'economia: dalle assicurazioni marittime, inventate in Italia nel Medio Evo, alle polizze anti-incendio, nate dopo il grande incendio di Londra del 1666 e poi via via diffuse nel mondo. Quanto alla galleria di manifesti pubblicitari, c'è un pezzo di storia del costume del nostro Paese: tra gli autori delle opere figurano, in mezzo a molti stranieri, gli italiani Marcello Dudovich e Gino Boccasile.



Ogni giovedì in edicola un libro inedito

Idee e Firme fuori dal coro

Un punto di vista controcorrente, libero dal pensiero dominante



il Giornale