

Finestre sull'Arte

ARTE ANTICA E CONTEMPORANEA

Identitalia: a Roma la mostra sui marchi che hanno fatto la storia del Made in Italy

Questo articolo è gratuito per te fino al 01/04/2024

di **Andrea Laratta**, scritto il 17/03/2024

Categorie: **Mostre**



“

Una mostra per celebrare i marchi che hanno fatto e stanno facendo la storia del made in Italy. È Identitalia, The Iconic Italian Brands ed è promossa dal Ministero delle Imprese e come sede espositiva ha proprio la sede del ministero a Roma: Palazzo Piacentini.

Una **mostra per celebrare i marchi che hanno fatto e stanno facendo la storia del made in Italy**. È *Identitalia, The Iconic Italian Brands* ed è promossa dal **Ministero delle Imprese** e come sede espositiva ha proprio la sede del ministero a **Roma: Palazzo Piacentini**, anch'esso degno di nota con i suoi 90 anni. La mostra è curata dai professori **Carlo Martino** e **Francesco Zurlo**, docenti di Design all'Università La Sapienza di Roma e al Politecnico di Milano, ed è visitabile gratuitamente fino al 6 aprile 2024 con ingresso da in via Veneto 33, nelle sole giornate di venerdì pomeriggio (dalle 17:00 alle 20:00), sabato e domenica (dalle 10:00 alle 20:00) senza necessità di prenotazione.

L'iniziativa, alla quale hanno aderito **oltre 100 aziende per un totale di 113 marchi di tutti i settori**, nasce per celebrare i 140 anni dell'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi, che nel 2019 si è arricchito del "Registro Speciale dei Marchi Storici di Interesse Nazionale", contenente i brand iscritti da più di cinquant'anni e ancora attivi. Brand che si identificano nell'immaginario collettivo italiano con i prodotti nati dal nostro sistema food e non food e che si sono elevati per il grande valore aggiunto di design e innovazione.

Lo scopo della mostra è quello di **valorizzare un patrimonio industriale, progettuale e materiale** di inestimabile valore per il Paese, fatto di storie imprenditoriali di successo e di designer che hanno cambiato il modo di comunicare l'immagine aziendale dei prodotti. Attraverso disegni originali, pezzi rappresentativi, fotografie, documenti storici, manifesti pubblicitari, proiezione di spot e video, l'osservatore viene accompagnato, nelle fasi della giornata (risveglio, mattinata, pomeriggio, sera, notte) dai marchi che fanno parte del vivere quotidiano e celebrano il Made in Italy.

“Questa mostra, dal titolo volutamente evocativo”, ha sottolineato il Ministro Adolfo Urso durante l'inaugurazione lo scorso 13 febbraio, “ha il grande pregio di celebrare i marchi di impresa che accompagnano, e hanno accompagnato, la crescita del nostro Paese. Siamo profondamente orgogliosi della capacità creativa del nostro tessuto produttivo perché il successo dei nostri imprenditori e la passione, che mettono nel loro lavoro, sono il fiore all'occhiello del Sistema Italia e il biglietto da visita del nostro Made in Italy nel mondo”.



Allestimenti della mostra



Allestimenti della mostra

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

013706



Allestimenti della mostra



Allestimenti della mostra

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

013706

Massimo Caputi, presidente dell'Associazione Marchi Storici d'Italia si è detto soddisfatto e onorato "di essere stati coinvolti dal Ministero quale partner di questa bellissima esposizione che, partendo dalla valorizzazione del patrimonio economico, industriale e culturale rappresentato dai Marchi Storici, si concretizza oggi in un vero e proprio manifesto celebrativo di una parte del saper fare italiano. I Marchi Storici hanno promosso nel corso dei decenni una cultura d'impresa unica e identitaria che li ha resi l'Albero Madre del Made in Italy".

Per chi si trovasse a Roma dunque è uno spunto per una visita attraverso la **storia sociale italiana** fatta ripercorrendo l'evoluzione di prodotti di largo consumo con brand storici che hanno accompagnato la nostra vita. "La mostra", spiegano gli organizzatori, "è un mosaico composto dalle storie dei brand che ci accompagnano nella quotidianità e che hanno modellato un'identità, una cultura, un linguaggio, un immaginario compiutamente italiano. È un mosaico che combina, volutamente e per la prima volta, le tessere di cui è composto: settori, merci, messaggi, funzioni. L'immagine che emerge, però, è unica, coerente, unitaria - in altre parole una dimensione identitaria - che consente di cogliere, attraverso i brand, l'energia straordinaria di un Paese che sperimenta, innova, sfida convenzioni, risolve con passione e capacità problemi. Il concept della mostra organizza questi diversi brand seguendo la routine quotidiana di una persona tipo nei vari momenti della sua giornata. È, invero, il simulacro di un viaggio nella vita di ognuno di noi, caratterizzato da fasi e attività che sono proprie delle varie fasce orarie e dunque la cronaca dell'incontro con tanti brand differenti".

E da qui il ritmo della mostra sugli orari della giornata, con la sezione *Risveglio*, dove ci si nutre, ci si cura, ci si muove per raggiungere il luogo di lavoro. Quella denominata *Mattino* che mostra prodotti e marchi degli oggetti che ci servono o ci sono serviti per formarsi o in lavori domestici o in ufficio, mentre usiamo gli strumenti del lavoro o, in pausa, per un caffè o a pranzo con i colleghi. Il *Pomeriggio* è tempo dedicato a sé, utile per svagarsi, fare sport, vedere gli amici per una merenda o un aperitivo. La sezione *Sera* è dedicata ai prodotti del nutrimento e intrattenimento che diventa Preludio alla notte quando, nel dopo cena, ci si sposta per raggiungere luoghi di socialità, teatri, cinema, bar o quando ci si dedica alla propria serie televisiva seduti su un comodo divano. La *Notte* è relax, calma, quiete. Ma anche sogno: di una crociera nei mari caraibici o di oggetti del desiderio.

A questi sei momenti della giornata si accompagnano gli **andamenti musicali**, quelli che segnano il ritmo in bpm, e che si pronunciano in italiano ovunque nel mondo: andante, presto, allegro, adagio, larghetto, largo. La selezione raccoglie alcune tessere tra le tante, seguendo criteri come la forza iconica dei brand, la memorabilità di slogan e caroselli, la persistenza nel tempo dei messaggi e delle storie, i valori veicolati, l'autorevolezza della cultura del progetto che li alimenta e che si esprime in touch-point visuali, come logotipi, immagini pubblicitarie, packaging, prodotti, che raccontano di una diffusa bellezza, nelle sue varie espressioni, declinata in merci e contesti differenti.

Questo l'elenco completo dei brand presenti nella mostra: Alce Nero, Alfaromeo, Algida, Alpitour, Amarelli, Amarena **Fabbi**, Aperol, Artemide, Auricchio, Aurora, B&B Italia, Baci Perugina, Baglietto, Barilla, Bassetti, Bauli, Bialetti, Bio-Presto, Borotalco, Brunello Cucinelli, Bticino, Buccellati, Bulgari, Campari, Cantine Florio, Casa Ricordi, Cassina, Cirio, De Cecco, De Nigris, De Rosa, Diesel, Disaronno, Dolce & Gabbana, Ducati, Eataly, Eko, Enel, Eni, Esselunga, Fabriano, Fandango, Fantoni, Fazioli, Felce Azzurra, Feltrinelli, Ferrarelle, Ferrari, Ferrero Rocher, Ferrovie dello Stato, FIAT, Flos, Flou, Fratelli Rossetti, Galbani, Giotto, Granarolo, Ichnusa, Kartell, Kiton, La Gazzetta dello Sport, Lancia, Lavazza, Leonardo, Lines, Martini, Marvis, Maserati, Mediaset, Modiano, Moleskine, Mondadori, Motta, Marchesi Antinori, MSC, Mulino Bianco, Negroni, Nexi, Nonino, Nutella, Oluce, Panini, Parmigiano Reggiano, Persol, Pirelli, Poste Italiane, Proraso, Pupa, Rai, Rana, Rinascente, Riva, Robe di Kappa, RTL 102.5, Sammontana, San Carlo, San Pellegrino, Sanlorenzo, Stone Island, Sugar, Superga, Tassoni, Technogym, Telepass, Terme di Saturnia, TIM, Trudi, United Colors of Benetton, Vespa, Wudy, Yomo, Zanotta, Zucchi.