



comunicato stampa

Sei imprese del Trevigiano protagoniste di un percorso di valorizzazione del proprio patrimonio culturale, fattore di competitività del “made in Veneto”.

Grazie al progetto PIC, del centro Aiku - Arte Impresa Cultura di Ca' Foscari, la cultura d'impresa si manifesta nei musei d'impresa e in forme nuove di narrazione, che rafforzano valore e identità aziendale, storia del brand, legame con il territorio.

Venezia, 10 dicembre 2021 – Sei imprese del Trevigiano sono le protagoniste di un percorso di incontro e contaminazione con l'arte e la cultura, che le ha formate e accompagnate nel potenziare la valorizzazione della loro identità aziendale e della storia del brand, del loro impatto sociale e legame con il territorio. Sono **Keyline, Dersut, Grafica Antiga, Arper, Irinox e Villa Sandi**, coinvolte nel progetto “PIC-Patrimonio industriale contemporaneo”, finanziato dalla Regione del Veneto tramite il Por FSE 2014-2020, che ora giunge a conclusione restituendo i suoi risultati attraverso alcuni **eventi aperti al pubblico, presso le sedi delle aziende coinvolte, dal 13 al 15 dicembre**.

Il progetto ha generato **nuovi racconti dei luoghi della produzione e del lavoro centrati sul patrimonio culturale delle imprese della nostra regione, in particolare nel territorio trevigiano**. È promosso da **Aiku-Arte Impresa Cultura**, il centro dell'Università Ca' Foscari Venezia dedicato alle interazioni tra cultura, processi creativi e mondo delle imprese. Attraverso la progettazione di musei d'impresa e interventi artistici in azienda, Aiku attiva la creatività di artisti e professionisti della cultura per stimolare il cambiamento e l'innovazione strategica all'interno delle imprese, traducendo i risultati della ricerca universitaria in progettualità concrete di incontro e contaminazione tra i due mondi.

«Le imprese sono culture e hanno culture, perché fanno comunità di persone e conoscenze, sono parte di un contesto sociale e costruiscono la loro storia assieme al territorio che le ospita» spiega il **coordinatore scientifico di Aiku, Fabrizio Panozzo**, docente di management culturale a Ca' Foscari, che aggiunge: *«È un sistema, quello del “made in Veneto”, fatto non solo di efficienza ed eccellenza produttiva, di capacità tecnica e know-how avanzati, ma anche di bellezza e cultura, elementi che hanno necessità di essere riscoperti come **fattore di generazione di valore e driver di competitività per le imprese**, che qui devono trovare la chiave di una loro nuova narrazione. Ne possono essere il format efficace proprio i **musei d'impresa**, capaci di offrire nuove potenzialità e prospettive di riscoperta e valorizzazione del patrimonio culturale aziendale»*.

È un tema, peraltro, che come annunciato di recente vedrà proprio nella **macroarea Padova-Rovigo-Treviso-Venezia la capitale italiana 2022 della cultura d'impresa**, nell'ambito del progetto lanciato da Confindustria.

Delle sei imprese protagoniste, tutte di media dimensione e solida tradizione imprenditoriale, alcune hanno già avviato forme di patrimonializzazione della cultura industriale nella forma del “museo d'impresa” – come Dersut (Museo del caffè), Keyline (Museo della chiave) e Grafiche Antiga (Tipoteca, Museo della stampa e del design tipografico) – o intendono farlo – ed è il caso di Arper – con la costituzione di un archivio che possa essere uno strumento di storytelling evoluto dell'identità aziendale. Ad esse si aggiunge Villa Sandi che ha scelto come sede una villa veneta, gioiello d'architettura e di storia, e Irinox, da sempre attenta all'arte contemporanea, tanto da ospitare nei suoi spazi la *“Irinox art collection”* e promuovere un premio dedicato ai giovani artisti emergenti.

In linea con l'approccio *art&business* sviluppato da Aiku, il progetto si è declinato in **interventi di artisti** (anche in forma di residenza), **nuove narrazioni visive e strategie di marketing digitale del patrimonio culturale aziendale**. Grazie allo **sguardo creativo degli artisti** e all'**utilizzo dei linguaggi e degli strumenti dell'arte e del digitale**, si è dunque innovata la proposta di valorizzazione della cultura d'impresa trasformandola in una **vera esperienza immersiva ed emozionale** per i visitatori, ispirata anche alle nuove modalità di fruizione dei più moderni musei europei; e ancora, con l'apporto delle tecniche e del linguaggio del teatro, nello specifico, si sono formate competenze per **rendere più attuale il modo di pensare e di fare museo d'impresa**, sfruttandone al meglio il potenziale. Il progetto ha così innescato nuove visioni e sollecitato la sperimentazione di soluzioni innovative nell'allestimento come nello storytelling di qualsiasi forma di esposizione e valorizzazione del patrimonio aziendale.

Gli eventi nelle aziende, in calendario dal 13 al 15 dicembre, sono aperti al pubblico su prenotazione tramite i canali social di Aiku.

“PIC - Patrimonio Industriale Contemporaneo” è un progetto finanziato dalla Regione del Veneto attraverso la DGR n. 254 del 02/03/2020 “Il lavoro si racconta - Botteghe e Atelier aziendali. Itinerari alla scoperta dei Patrimoni d'impresa”. Il progetto si pone all'interno dell'Asse I Occupabilità del POR FSE 2014-2020.





PROGRAMMA DEGLI EVENTI E PROGETTUALITÀ DELLE AZIENDE

13/12 GRAFICHE ANTIGA - TIPOTECA ore 14.30 - 16.30 Via Canapificio 3, 31041 Cornuda (TV)

Tipoteca | Museo della Stampa e del Design Tipografico è, dalla sua inaugurazione, uno spazio vitale di lavoro e condivisione, crocevia di esperti designer ed appassionati, un luogo di sapere e di cultura fortemente voluto dai fratelli Antiga. Grazie al progetto PIC, Tipoteca ha affrontato un percorso di consapevolezza della sua identità come fulcro strategico di convergenza tra cultura, didattica e strategie d'impresa. Partendo dalle competenze, dal know-how e dalle relazioni strategiche che Grafiche Antiga ha saputo sviluppare negli anni, con il supporto dei professionisti di Marketing Arena, Tipoteca ha sviluppato una proposta educational distintiva e specifica per il suo target di pubblico, veicolata attraverso nuovi strumenti digitali e una strategia comunicativa ad hoc. Il progetto mette a sistema le due facce del museo d'impresa contemporaneo: quella che considera il patrimonio in chiave attrattiva e lo spazio come un luogo vivo, un hub di creazione e apprendimento, e quella imprenditoriale legata allo sviluppo di modelli di business caratterizzanti e sostenibili.

14/12 DERSUT ore 14.30 - 16.30 Via Tiziano Vecellio 2, 31015 Conegliano (TV)

Il Museo del Caffè Dersut a Conegliano, emblema della passione della famiglia Caballini di Sassoferato per il caffè, le sue origini e la sua convivialità, si avvale di inediti strumenti narrativi per raccontare il patrimonio culturale industriale di cui è custode. L'evento sarà occasione di confronto sulle modalità con cui è stato possibile impiegare nuove storie e nuove forme di narrazione visiva nella trasmissione dei valori aziendali, con l'obiettivo di trasferire concretamente ed emozionalmente allo spettatore l'idea di un museo vivo e dinamico dove viene custodito il "sapere del caffè". Grazie al supporto tecnico e creativo di Alessandro Baratto, videomaker e appassionato di documentaristica, si è concretizzato un progetto volto a raccontare il Museo del Caffè Dersut, un luogo dove la lunga storia della torrefazione Dersut si incrocia con quella della famiglia Caballini di Sassoferato e con quella della città di Conegliano, attraverso un vero e proprio rituale di preparazione dell'espresso. Per farlo sono state selezionate 3 macchine da caffè storiche conservate nel Museo del Caffè che rappresentano le pietre miliari da inizio '900 fino ai nostri tempi. Il "sapere del caffè" viene così trasmesso emozionalmente allo spettatore finale attraverso il fascino della manifattura italiana e ai sapienti ed esperti gesti dei professionisti dell'espresso.

14/12 VILLA SANDI ore 17.30 - 19.30 Via Erizzo 113/a, 31035 Crocetta del Montello (TV)

Villa Sandi, patrimonio storico e artistico delle terre trevigiane risalente al 1622, è oggi sede di rappresentanza della cantina omonima di proprietà della famiglia Moretti Polegato. L'imprescindibile elemento culturale è parte integrante nella restituzione di senso che lega l'azienda alla storia e al territorio. L'evento sarà occasione di studio e riflessione sulle potenzialità generate dalla narrazione audio-visiva come strumento strategico per nuove forme di promozione dell'heritage. Partendo da un approccio emozionale e interattivo, integrato con le più moderne soluzioni digitali, è stato possibile innovare la narrazione degli spazi delle cantine della Villa, fulcro dell'identità e del patrimonio culturale dell'azienda. Con l'obiettivo di creare dei canali comunicativi in grado di coinvolgere lo spettatore, grazie all'intuizione artistica e alla direzione creativa di D20 Art Lab, è stato quindi ripensato il modo di narrare gli spazi delle secolari cantine sotterranee dove riposa Metodo Classico Opere Trevigiane.

Durante l'evento sarà mostrata l'installazione audiovisiva site-specific che prende vita con l'intento di rendere visibile la stratificazione di tempo e di saperi che coinvolgono l'ecosistema della produzione del vino. L'immagine che si riflette e si moltiplica, ispirata a uno dei maestri della videoarte come Bill Viola, esprime il prendere forma del prodotto finito attraverso le successive fasi: dal territorio al calice.

15/12 ARPER ore 11.00 - 13.00 Via Lombardia 16, 31050 Monastier di Treviso (TV)

Fin dai primi anni duemila - momento del suo ingresso nel settore del design per l'arredo - Arper ha considerato la cultura come strumento e fine per la realizzazione della propria visione. In Arper la variabile culturale è infatti essenziale per l'evoluzione della progettualità e dell'identità del marchio, rappresentando un fattore chiave per guidare il dialogo interno della comunità aziendale e creare relazioni forti con gli stakeholder ed il territorio. Il progetto PIC ha supportato Arper nello sviluppo di una riflessione nuova, volta ad integrare il fattore culturale nel business aziendale in chiave sistemica, così da renderlo un elemento di competitività distintiva. La creazione dell'archivio aziendale si configura quindi come strumento fondamentale di racconto dell'identità e stimolo all'innovazione evolutiva del brand. Proprio con l'intento di approfondire l'indagine sul ruolo dell'archivio aziendale e la sua centralità per confermare i valori fondativi, PIC ha inoltre contribuito ad attivare la prima esperienza di residenza artistica con Alessandro Calabrese, ospitata presso "Villa Filanda Antonini" (VFA). (segue)



Quanto nato dalla collaborazione con Keyline e Irinox sarà restituito in ulteriore e prossima occasione.

KEYLINE

La narrazione visiva inedita e immersiva e il digitale come strumento strategico nella promozione della cultura e dell'impresa sono posti al centro del dialogo in Keyline. È messo in luce il percorso di valorizzazione del patrimonio culturale industriale della famiglia Bianchi che opera ininterrottamente nella produzione di chiavi dal 1770. L'obiettivo primario emerso durante il percorso di PIC è quello di creare una comunicazione parallela a quella tradizionale, interattiva, per raggiungere, coinvolgere e informare anche un pubblico nuovo, che difficilmente sarebbe stato coinvolto dall'esperienza tradizionale, oltre a fidelizzare quello già acquisito. Grazie al supporto tecnico e creativo di Ivan Frattina, videomaker, fotografo ed esperto VFX, si è realizzato un virtual tour del Museo della Chiave Bianchi 1770 e della Showroom aziendale, accessibile dal sito di Keyline. Lo scopo è quello di creare un ponte tra passato, la vasta e preziosa collezione di chiavi, lucchetti e serrature della famiglia Bianchi e futuro, il progresso tecnologico rappresentato dalle macchine duplicatrici meccaniche ed elettroniche progettate e prodotte in Italia da Keyline.

IRINOX

Quello di Irinox è un percorso di oltre vent'anni di successi, innovazioni e momenti che hanno contraddistinto progressi culturali e tecnologici, in cui l'impresa fin dall'inizio si è mostrata sensibile ai linguaggi artistici contemporanei, alla bellezza e alla creatività, considerati veri e propri motori di stimolazione di pensieri laterali e innovativi. Grazie al progetto PIC, e alla visione strategica del suo management, l'azienda ha ospitato in residenza l'artista Matteo Attruia, che ha potuto restituire, attraverso la sua personale poetica, un'opera d'arte in grado di far riflettere, grazie a un gioco di parole, sui temi della sostenibilità e della neutralità climatica, da sempre molto cari a Irinox.