

Con il sostegno:



Nell'ambito:



In collaborazione:



Torino, 22 agosto 2011

Quasi 19 mila visitatori al 21 agosto 2011

I love IT: 100% Stile ITaliano **Food Fashion Wood, l'artigianato che sorprende**

*Torino, Museo Nazionale dell'Automobile – Sala dei 150
26 luglio – 25 settembre 2011*

Dal giorno dell'inaugurazione, il 26 luglio scorso, la mostra I LOVE IT accolta nella corte di ingresso del Museo nazionale dell'automobile è stata vista da quasi 19 mila visitatori. Un risultato lusinghiero che supera ogni aspettativa delle tre associazioni torinesi dell'artigianato - CNA Confartigianato Casartigiani – che ricordano che è possibile visitare la mostra fino al prossimo 25 settembre.

L'artigianato piemontese e italiano sarà in mostra dal 26 luglio al 25 settembre 2011 nella prestigiosa sede del Museo nazionale dell'Automobile di Torino, inaugurata dal Presidente della Repubblica Giorgio Napolitano lo scorso 19 marzo. Si tratta di un grande risultato ottenuto grazie all'impegno congiunto della CNA Torino insieme a Casartigiani Torino e Confartigianato Torino, e grazie al determinante sostegno finanziario della Camera di commercio di Torino e al supporto del Comitato Italia 150, nell'ambito delle celebrazioni del 150° anniversario dell'Unità d'Italia.

La mostra "I Love IT: 100% Stile ITaliano", verrà allestita nella grande corte che accoglie i visitatori del Museo, su uno spazio di circa 900 metri quadrati.

Di ogni azienda espositrice, selezionata da un comitato tecnico-scientifico unitario espresso dalle tre Confederazioni dell'artigianato, il visitatore potrà apprezzare un paio di prodotti di assoluta eccellenza, prodotti che nascono dalla passione degli artigiani, sapienti interpreti del made in Italy, dal loro ingegno e dalla loro capacità tecnologica.

L'obiettivo della mostra è testimoniare in questo modo, attraverso il lavoro di 131 imprese artigiane e piccolo industriali, soprattutto torinesi e piemontesi, e in alcuni casi di altre regioni (per l'esattezza si tratta di dieci aziende provenienti da Veneto, Lombardia, Emilia-Romagna, Sicilia e Friuli-Venezia Giulia), la qualità del made in Italy e il gusto italiano a tavola, nella moda e nell'arredamento in legno, ma con importanti concessioni agli accessori per l'arredo realizzati con tutti i materiali (vetro, ceramica, ferro, resine, etc).

Food, Fashion e Wood sono senza dubbio i tre grandi settori che rendono visibile e tangibile il gusto italiano e che soprattutto a partire dalla Seconda guerra mondiale hanno reso famosa l'Italia nel mondo. Non è un

caso che il made in Italy subisca innumerevoli tentativi, spesso commercialmente riusciti, di imitazione. Il gusto italiano non è solo testimoniato dalle grandi griffe. E' spesso il prodotto del lavoro di artigiani e piccole e medie imprese che non di rado operando in ristrette nicchie di mercato e hanno saputo, pazientemente, radicare i propri prodotti all'estero, pur in presenza di condizioni di mercato non sempre favorevoli. Queste aziende che frequentemente operano anche conto terzi, per importanti marchi, risultano sconosciute al grande pubblico. Aziende che sono più note per il loro prodotto che per il loro nome.

Sapreste per esempio elencare i primi cinque produttori di mozzarella di Bufala campana? Eppure la mozzarella di Bufala è una delle grandi eccellenze del made in Italy alimentare, esportata in molti paesi stranieri, Stati Uniti in testa.

E se vi dicessimo che il 99% delle aziende italiane, in tutti i settori, ha meno di 50 dipendenti? Si tratta senz'altro di un dato statistico poco noto all'opinione pubblica, ma assolutamente reale. Parliamo di oltre 4 milioni di partite Iva che ogni giorno producono e danno lavoro, spesso a tempo indeterminato. Un mondo tutto da scoprire, sorprendente come solo sa essere il lavoro delle migliaia di donne e uomini che operano nelle piccole imprese italiane mettendoci la propria passione e il proprio talento per contribuire, ogni giorno, ad affermare "il miracolo italiano": la creatività e l'ingegno che diventano prodotto e poi business. Perché le aziende artigiane e piccolo-industriali sono ovunque, in Italia e nel mondo, dietro ai grandi eventi e ai grandi progetti, all'innovazione come alla difesa della tradizione. E attenzione: artigianato e innovazione non sono parole antitetiche. L'artigianato utilizza sempre di più la tecnologia per raggiungere l'eccellenza, nel settore alimentare come nel legno-arredo, senza dimenticare la moda. Perché l'innovazione di processo e di prodotto non sono una prerogativa delle grandi imprese, ma un percorso avviato da migliaia di aziende artigiane e piccolo industriali che con l'ausilio della tecnologia riescono ad ottimizzare la produzione, prototipare nuovi prodotti e ad arrivare meglio laddove la mani e la testa dell'imprenditore desiderano arrivare, sempre con l'obiettivo di spingersi un passo oltre al limite conosciuto.

Il manifesto della mostra intende evocare attraverso una elegante silhouette che simboleggia l'Italia le radici e il futuro dell'artigianato, oggi sospeso tra la difesa delle competenze e del saper fare tramandati di bottega in bottega e l'innovazione tecnologica e commerciale che il mercato impone per assicurare alle imprese la loro sopravvivenza e il loro sviluppo. In tal senso, questa immagine anticipa in modo emblematico i contenuti della mostra che propone al grande pubblico l'eccellenza dell'artigianato e della piccola impresa in una chiave non autocelebrativa, con uno sguardo positivo e propositivo verso un futuro che se certamente imporrà nuovi sacrifici e una ristrutturazione dei tempi e dei modi del lavoro, non deluderà chi saprà dimostrare impegno, sacrificio e voglia di arrivare. Una curiosità. Forse i lettori più attenti avranno riconosciuto nel volto di questa donna i lineamenti della celebre serie filatelica detta "Italia Turrita" o "Siracusana", una delle più longeve della storia delle emissioni filateliche della Repubblica Italiana e quindi anche simboliche della nostra identità nazionale: sopravvisse a se stessa per ben trent'anni, unendo idealmente l'Italia attraverso le spedizioni postali, dal 6 giugno 1953, data di nascita ufficiale, agli inizi degli anni Ottanta del secolo scorso quando fu superata dalla serie dedicata ai Castelli d'Italia, ma ancora oggi sopravvive, pur graficamente rivisitata, sul retro delle Carte d'Identità degli italiani e qui invitiamo i lettori a mettere mano ai portafogli per controllare. Questa celebre serie filatelica rappresenta un'allegoria dell'Italia con il capo cinto da una corona muraria, omaggio alla civiltà comunale che ha preceduto storicamente lo spirito repubblicano e la nascita della Repubblica Italiana. La serie Italia Turrita ebbe un grande successo ed è certamente scolpita nella memoria collettiva di chi oggi ha almeno 40 anni: sono i francobolli della memoria, quelli delle prime collezioni, di quella generazione che oggi è chiamata ad assumersi responsabilità di governo e di gestione della Cosa pubblica, ma anche a raccogliere l'eredità dei genitori nel difficile passaggio generazionale delle nostre imprese oppure nell'ancora più arduo compito di inventare nuovi modi di creare e ridistribuire ricchezza attraverso il lavoro autonomo e dipendente, le professioni liberali e tutte le esperienze imprenditoriali. Quella generazione, in una frase, che deve condurre o prepararsi a condurre l'Italia unita verso il duecentesimo anniversario.

L'allestimento di tutti i prodotti è stato articolato in tre differenti sezioni, idealmente tre Case Italia, caratterizzate dai colori della bandiera italiana e contenenti ciascuna, in varia misura, i prodotti delle categorie Food, Fashion, Wood che rappresentano tre distinti life style tipicamente italiani e contemporanei:

- **Verde:** i prodotti biologici, ecologici, ecosostenibili, a basso impatto ambientale, realizzati con materiali naturali, a chilometro zero o a filiera corta;

- **Bianco:** l'artigianato nella casa contemporanea, sospeso tra innovazione e tradizione; il lusso; il prodotto di design; il prodotto esclusivo, in serie numerata; il pezzo unico al confine con l'arte
- **Rosso:** l'artigianato della tradizione, il restauro ligneo, la sartoria teatrale.

Ciascuno dei tre grandi settori della mostra, come abbiamo accennato, racconta il made in Italy attraverso i prodotti artigianali appartenenti alle categorie del Food, del Fashion e del Wood:

- **Food**, il cibo, raccontato attraverso il packaging alimentare, oppure le materie prime non deperibili come pasta secca, caffè o fave di cacao sfuse, scenograficamente presentate anche attraverso modelli in resina o gesso dipinto per sopravvivere al caldo dell'estate; in questa sezione trovano però anche posto prodotti non alimentari ma appartenenti al settore alimentare in senso ampio, relativi alla conservazione e trasformazione del cibo, realizzati da aziende artigiane o piccolo industriali;
- **Fashion**, la moda, intesa come sartoria, maglieria, pellicceria, abbinata agli accessori in pelle, alle scarpe, alle sciarpe, alle cravatte, alle borse, ai bijoux e agli occhiali; in questa sezione vengono ospitati anche la sartoria teatrale e il tessile per la casa;
- **Wood**, il legno, inteso come arredamento e restauro ligneo, talvolta contaminato dall'arte e dal design; questa sezione viene però estesa agli oggetti in legno di varia natura e destinazione d'uso e ai prodotti espressione dell'artigianato artistico che possono contribuire all'arredo della casa e che sono realizzati nei materiali più vari, dal legno alla ceramica di Castellamonte, dal ferro al vetro; qui trovano posto tutti gli articoli di complemento all'arredo della casa, realizzati in qualsiasi materiale e le trionfali stufe in ceramica che contribuiscono a scaldare la casa non solo attraverso il calore che emanano.

L'allestimento della mostra è stato studiato in modo da potersi ben integrare con il Museo dell'Automobile, senza invadere la grande corte di ingresso. A questo scopo, i visitatori troveranno degli ambienti appena delineati da pareti in legno realizzate dalla falegnameria artigiana Luigi Chiodo di Torino che in prossimità dei passaggi richiamano i colori della bandiera italiana e che accolgono informazioni sulla mostra e pregevoli decorazioni artistiche realizzate da artigiani torinesi. In linea con lo spirito di questa mostra i legnami utilizzati sono tutti a filiera corta e provengono in larga parte dalla provincia di Torino e comunque dal territorio nazionale.

Agli artigiani della "decorazione artistica" e agli artisti è stato chiesto di realizzare opere d'arte e raffigurazioni a tema con le tre sezioni della mostra e quindi con i colori della bandiera italiana su pannelli opportunamente trattati, contribuendo a sottolineare il valore di questa mostra- vetrina sulla bellezza dei prodotti realizzati in piccole serie e sulla competenza a tutto tondo degli artigiani. A questo proposito deve essere sottolineato il particolare impegno dei professionisti della decorazione artistica torinese, in prevalenza donne in un settore, quello edile, tipicamente maschile, che hanno interpretato le tre sezioni della mostra (Verde, Bianco e Rosso) rappresentando temi liberty (in omaggio all'Esposizione universale di Torino 1911) e neoclassici, composizioni a mosaico e macro particolari e anche due meridiane, di quelle che segnano da millenni il tempo che scorre, anche quello dell'Italia preunitaria e unitaria: temi tipici della espressione della loro professionalità. Otto artisti torinesi hanno infine interagito con l'allestimento e con le imprese espositrici realizzando opere d'arte ispirate ai colori della bandiera italiana, al mondo delle automobili e ai temi risorgimentali: Daniela Baldo (Bussoleno), Alberto Bongini (Torino), Marcello Gobbi (Chieri), Mimmo Laganà (Balangero), Luigi Sabatino (Moncalieri), Gianna Tuninetti (Torino), Varré (Chieri), Silvio Vigliaturo (Chieri).

Un grazie sentito da parte dell'organizzazione della mostra va al Direttore, Rodolfo Gaffino Rossi, e al Presidente, Giuseppe Alberto Zunino, del rinnovato Museo nazionale dell'Automobile per aver accolto "I Love IT" con tanto entusiasmo e per i mille consigli che sono stati dati per una migliore riuscita di questo importante progetto espositivo.

Si ricorda, infine, a tutti i visitatori di "I Love IT" che la visita della mostra sarà possibile con il solo biglietto di ingresso al Museo dell'Automobile (lun. 10-14; mart. 14-19; merc. giov. dom. 10-19; ven. sab. 10-21) e che per tutti gli artigiani iscritti alle tre Confederazioni artigiane la tariffa è ridotta a 6 euro.