Quando le aziende raccontano la storia di un'Italia che crea

Alla Civica il volume di «Museimpresa»

Memoria Festival della narrazione industriale

» In uno spot pubblicitario dei primi anni Ottanta, un imbianchino percorre in bici una trafficata via milanese, rallentando sensibilmente il flusso di veicoli perché trascina un enorme pennello. Fermato da un vigile, l'uomo si giustifica sostenendo che «per dipingere una parete grande, ci vuole un pennello grande». La réclame fu commissionata dall'azienda «Pennelli Cinghiale », storica realtà del mantovano specializzata in rulli e vernici per l'edilizia. A Cicognara, all'interno dello stabilimento, ha sede un museo dedicato alla storia del marchio.

La vicenda è uno dei tanti aneddoti riportati nel libro «Il vocabolario della cultura d'impresa. Le parole di archivi e musei per raccontare il saper fare italiano», presentato all'Oratorio novo della biblioteca Civica per la terza edizione del Festival della narrazione industriale. Il saggio, strutturato come un vocabolario, raccoglie 129 lemmi che rimandano ad altrettanti istituti museali e archivistici promossi da importanti realtà imprenditoriali.

Nato in occasione dei 25 anni di «Museimpresa», il libro è stato redatto in collaborazione con la scuola di scrittura creativa Holden di Torino e illustrato da Sebastiano Urcioli. A discuterne i contenuti sono stati proprio il presidente di «Museimpresa» Antonio Calabrò e uno degli autori, Raffaele Riba, in un incontro moderato dalla giornalista Mara Pedrabissi. L'evento è stato introdotto dall'intervento di Andrea Belli, responsabile delle relazioni esterne del Gruppo Barilla, che sottolinea quanto «abbiamo bisogno di ascoltare le voci degli intellettuali e di tessere rapporti interpersonali, non solo digitali ».

Il vocabolario, come evidenzia Calabrò, nasce dal convincimento che «le imprese, nel fare, producono cultura, anche se spesso non lo dicono». È fondamentale, quindi, «insistere sugli elementi della conoscenza, che vuol dire sapere perché si fa una cosa, rimarcarne i valori politici e culturali ». Ogni oggetto, infatti, «nella sua apparente semplicità rivela progetti, ambizioni e sogni» e raccontarlo in maniera fruibile «rende giustizia al suo significato simbolico».





Incontro In alto, da sinistra, Antonio Calabrò, Mara Pedrabissi e Raffaele Riba. Sotto, un momento della presentazione.

All'Archivio storico Barilla è dedicato il vocabolo «alimentare », nella sua duplice funzione di aggettivo e verbo. Come mette in luce Riba, narrarne la genesi gli riporta in mente «quando mia mamma accostava ai fornelli le confezioni di pasta con il marchio blu». Un'epifania proustiana che inerisce al senso «del nutrimento, non solo del corpo, ma anche dello spirito».

Al testo è accostato il disegno di una mongolfiera: come si può leggere nella descrizione, «nel 1949 una mongolfiera provava a infondere speranza al dopoguerra italiano» e «per festeggiare il 145° compleanno Barilla ha riportato quel pallone aerostatico nel presente come soggetto del francobollo emesso da Poste Italiane». Un invito quindi a volare, a spingersi sempre più in alto. L'appuntamento è stato anche un'occasione per discutere del ruolo dell'imprenditoria femminile: come rammenta Calabrò, «l'evoluzione degli ultimi tempi ci ricorda che se non valorizziamo le capacità femminili, perdiamo valore in termini di ricchezza economica».

Giovanni Andrioli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il volume

Il vocabolario raccoglie 129 parole per raccontare la storia, la cultura e l'ingegno delle aziende italiane.

Copyright (c)2026 Gazzetta di Parma, Edition 25/11/2026
Powered by TECNAVIA

Copyright (c)2026 Gazzetta di Parma, Edition 25/11/2026