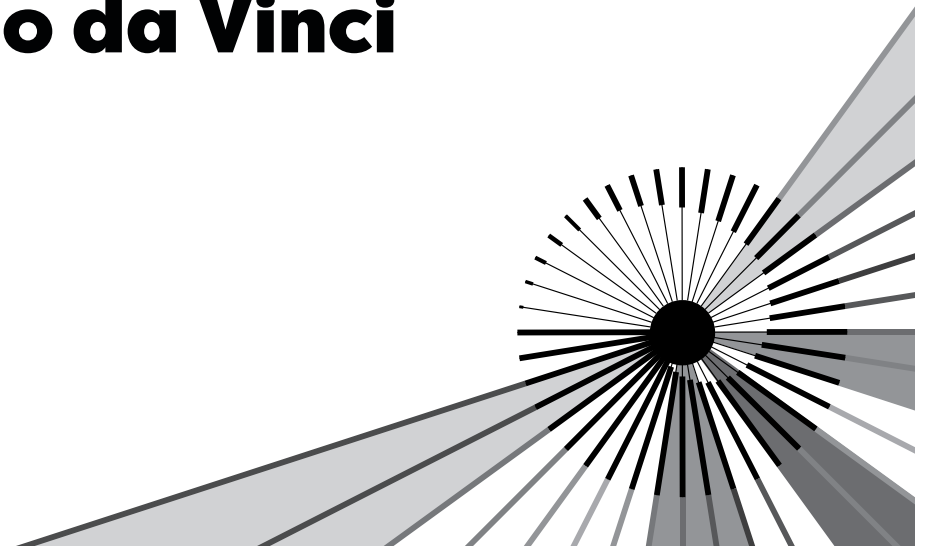




Immaginando il futuro.

Leonardo da Vinci:
l'anima del genio italiano

Confindustria inaugura la sede di Washington con la prima mostra monografica in USA dedicata al Codice Atlantico di Leonardo da Vinci



MAIN PARTNER



OFFICIAL CARRIER

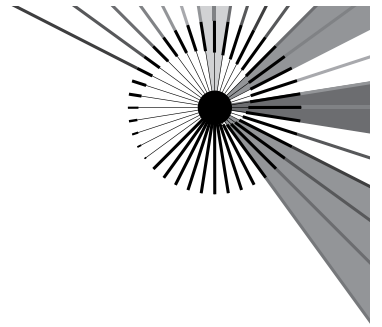


PARTNERS



DOLCE & GABBANA





Milano, 7 giugno 2023

Le tensioni geopolitiche in atto, l'evoluzione degli equilibri socio-economici, la volontà di consolidare e potenziare la presenza delle imprese italiane all'estero sono alla base del progetto **“Confindustria nel mondo”**, che ha l'obiettivo di estendere la rappresentanza imprenditoriale italiana ben oltre i confini nazionali. Dopo aver aperto **le sedi di Kiev e Singapore**, Confindustria inaugurerà i propri uffici a **Washington**, per imprimere ulteriore **impulso alle relazioni transatlantiche** e fare da **ponte tra le imprese italiane e il mercato americano**.

In questo contesto, **Confindustria, con la curatela** del direttore della Pinacoteca Ambrosiana **Monsignor Alberto Rocca**, e insieme a **Intesa Sanpaolo, ITA Airways, 24 ORE Cultura, Dolce&Gabbana, Dompé, Pirelli e Trenitalia**, ha scelto di **portare in America il simbolo del genio italiano: Leonardo da Vinci**. Padre anticipatore di innovazioni nei campi dell'arte, della conoscenza, della scienza e della ricerca Leonardo celebra la capacità di **“saper fare”** che contraddistingue le nostre imprese.

Una mostra monografica, dal titolo “Imagining The Future. Leonardo da Vinci: In The Mind Of An Italian Genius”, aprirà le porte al pubblico il 20 giugno alla Martin Luther King JR Memorial Library di Washington D.C., simbolo di aggregazione sociale che, con la sua vocazione pubblica, è diventato il centro nevralgico delle istituzioni statunitensi. Saranno esposti fino al **20 agosto 12 disegni autografi, selezionati tra i 1119 fogli che compongono il Codice Atlantico**. Le opere, custodite in Italia presso la Veneranda Biblioteca Ambrosiana, testimoniano la vita intellettuale di Leonardo per oltre quarant'anni, dal 1478 al 1519. Le 12 tavole originali saranno per **la prima volta accessibili al pubblico negli Stati Uniti per raccontare l'impresa italiana attraverso una raccolta di progetti avveniristici in cui ricorrono temi che vanno dalla ricerca, alla meccanica, dall'ingegneria e al volo**.

Imagining The Future vuole celebrare **“l'intrapresa”** con l'obiettivo di contribuire a diffondere lo spirito imprenditoriale come motore della crescita economica, sociale e civile di ogni Paese. Leonardo, infatti, è tra le figure che meglio incarnano il desiderio di fare impresa, che ha guidato il grande artista nella trasformazione delle sue più illuminate intuizioni in progetti concreti e rivoluzionari. La stessa tensione che accompagna chi è alla guida di un'azienda, costantemente alla ricerca dell'equilibrio tra tradizione e innovazione, visione, sogno e senso pratico. Dimensioni che trovano la loro perfetta sintesi nella grande mostra di Washington, che costituisce un tassello fondamentale nella divulgazione della conoscenza del patrimonio identitario italiano.

L'esposizione di Leonardo in America verrà raccontata in un docufilm disponibile a partire da settembre e ripercorrerà i momenti più significativi di tutto il viaggio. L'obiettivo è quello di trasmettere al pubblico un modello a cui ispirarsi per la sua profondità di pensiero e per l'operosità instancabile a favore del progresso umano attraverso lo studio.

Infine, per i bambini sarà allestita una mostra interattiva sviluppata da Carnegie Science Center, che consentirà loro di esplorare alcuni dei progetti e delle idee del grande artista attraverso attività di costruzione, disegno e sperimentazione.



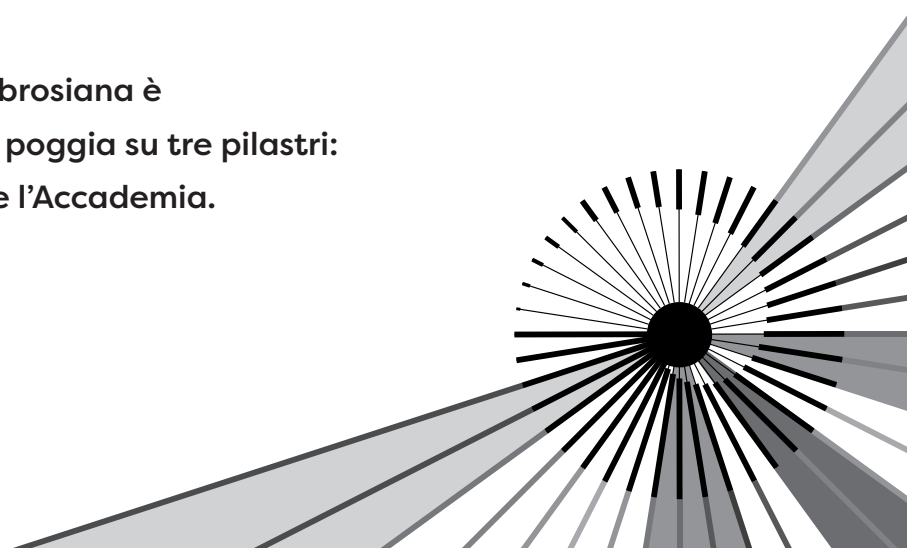
Immaginando il futuro.

Leonardo da Vinci:
l'anima del genio italiano

Veneranda Biblioteca Ambrosiana

Sin dalla sua fondazione l'Ambrosiana è un laboratorio di conoscenza e cultura, di spiritualità, di dialogo e confronto, con "l'intento continuo nella ricerca e nell'esercizio del meglio" come ebbe a scrivere Alessandro Manzoni descrivendo l'intrapresa culturale di Federico Borromeo.

La Veneranda Biblioteca Ambrosiana è un'istituzione integrata, che poggia su tre pilastri: la Biblioteca, la Pinacoteca e l'Accademia.



MAIN PARTNER



OFFICIAL CARRIER

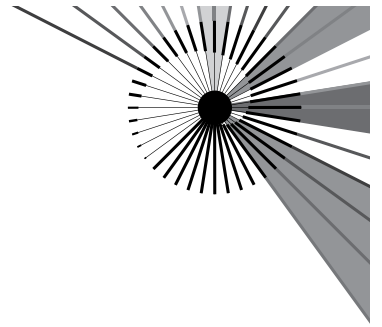


PARTNERS



DOLCE & GABBANA





Biblioteca

La Biblioteca Ambrosiana, fondata dal cardinale Federico Borromeo il 7 settembre 1607 ed inaugurata l'8 dicembre 1609, fu tra le prime in Europa a consentire l'accesso a chiunque fosse in grado di leggere e scrivere. Venne concepita dal fondatore come un centro di studio e di scambio culturale: egli volle che fiorissero in essa altre istituzioni come il Collegio dei Dottori (1604), la Pinacoteca (1618), l'Accademia del Disegno (1620).

Ricca di oltre un milione di stampati (tra cui migliaia di incunaboli, cinquecentine e preziose prime edizioni), quasi quarantamila manoscritti (tra i quali il Codice Atlantico di Leonardo da Vinci, il Virgilio appartenuto a Petrarca, il De divina proportione di Luca Pacioli) in italiano, latino, greco, arabo, siriano, etiopico, copto, cinese (e molte altre lingue), dodicimila disegni (di Raffaello, Pisanello, Dürer, Rubens e altri illustri maestri), ventiduemila incisioni e altre rarità (mappe antiche, manoscritti musicali, pergamene e papiri), la biblioteca è una delle più importanti a livello mondiale. Già il Cardinal Federico la volle con una impronta multiculturale e orientata al dialogo: egli infatti scriveva che anche i libri appartenenti a culture e fedi diverse dalla cristiana "possono a noi recare diversi giovamenti e farci venire in cognizione di molte cose belle e giovevoli molto". La straordinaria ricchezza del patrimonio librario fa dell'Ambrosiana uno scrigno votato alla ricerca del Vero, votato ad edificare ponti tra diversi popoli e società attraverso il linguaggio universale della cultura.

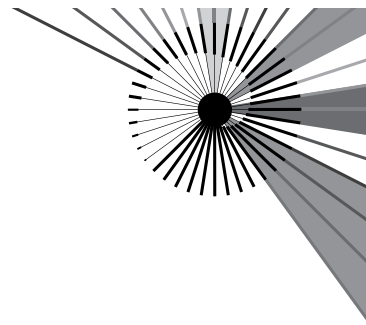
Pinacoteca

La Pinacoteca Ambrosiana fu istituita nell'aprile del 1618, quando il Cardinale Federico Borromeo donò la sua collezione di dipinti, statue e disegni alla Biblioteca Ambrosiana, da lui stesso fondata nel 1607. Lungo il percorso espositivo della Pinacoteca, articolato in 24 sale, si possono ammirare alcuni dei più straordinari capolavori di tutti i tempi, come il Musicista di Leonardo, la Canestra di frutta di Caravaggio, il Cartone preparatorio per la Scuola di Atene di Raffaello, l'Adorazione dei Magi di Tiziano, la Madonna del Padiglione di Botticelli e lo splendido Vaso di fiori di Jan Brueghel il Vecchio. Oltre a opere di epoca rinascimentale, il museo annovera tra le sue collezioni importanti autori del Seicento lombardo (Morazzone, Giulio Cesare Procaccini, Daniele Crespi e Carlo Francesco Nuvolone), del Settecento (Giandomenico Tiepolo, Fra Galgario, Francesco Londonio), e un notevole nucleo di autori ottocenteschi e del primo Novecento (Andrea Appiani, Francesco Hayez, Mosè Bianchi, Emilio Longoni. ..).

Passeggiando tra una sala e l'altra si possono scoprire anche delle vere e proprie curiosità, come i guanti indossati da Napoleone a Waterloo, gli astrolabi e le sfere armillari della collezione Settala, o la teca contenente una ciocca di capelli di Lucrezia Borgia, davanti ai quali vennero a ispirarsi illustri poeti come Gabriele D'Annunzio e Lord Byron.

Accademia

Situata nel cuore di Milano e dell'Europa, l'Accademia Ambrosiana è l'ultimo frutto del lungimirante progetto di Federico Borromeo: essa fu eretta dal cardinale Dionigi Tettamanzi, che ne approvò lo Statuto il 20 marzo 2008. Coordinata dal Collegio dei Dottori, ha come scopo di fare dell'Ambrosiana una agorà contemporanea, un luogo dedicato a promuovere l'incontro e il dialogo tra diversi popoli e culture, dell'Oriente e dell'Occidente. Gli Accademici - affermati studiosi e promettenti ricercatori dei cinque continenti - hanno come finalità lo studio, la custodia e la promozione dello straordinario patrimonio culturale dell'Istituzione attraverso convegni internazionali - chiamati Dies Accademici a cadenza annuale -, pubblicazioni e scambi che costituiscono una comunità scientifica di livello mondiale.



La Cripta di San Sepolcro

La Cripta di San Sepolcro è un luogo di intensa sacralità nel quale si può ripercorrere la storia di Milano dall'epoca romana fino ai giorni nostri. Eretta nei primi decenni dell'anno 1000 sull'antico Foro di Mediolanum, nel vero centro e umbilicus della città. La Cripta è stata oggetto di un importante e attento restauro finanziato dal MIC, concluso nella primavera del 2019, che ha riportato al recupero delle superfici decorate delle volte.

Nel Cinquecento, la cripta venne scelta da san Carlo Borromeo come personale luogo di preghiera: egli vi si recava ogni mercoledì e venerdì pomeriggio. Non era infrequente vederlo passare intere notti in quella che lui stesso definì "la palestra dello Spirito Santo", in contemplazione della riproduzione trecentesca del sepolcro di Cristo. Per questo motivo, dopo la sua canonizzazione nel 1610, venne qui collocata una statua in terracotta policroma raffigurante il santo inginocchiato davanti al sepolcro. La cripta, inoltre, consente ai visitatori di entrare in contatto con una delle testimonianze più antiche della storia della città. La pavimentazione, costituita da grandi lastre di pietra bianca "di Verona", proviene, infatti, dal lastricato dell'antico foro romano, la piazza principale della civitas romana, dove si svolgevano le maggiori attività civili e religiose.

Mons. Alberto Rocca, Direttore della Pinacoteca

Nato nel 1967 e prete dell'Arcidiocesi di Milano dal 1992, Alberto Rocca ha compiuto gli studi teologici presso i seminari arcivescovili di Milano; si è laureato in Storia Moderna presso l'Università degli Studi di Milano e ha frequentato un corso di master presso la facoltà di Relazioni internazionali dell'Università di Cambridge. Rientrato in Italia, ha conseguito un Dottorato di Ricerca all'Università degli Studi di Milano, specializzandosi sul concetto di supremazia regia in epoca Tudor, con l'analisi particolare delle Laws of Ecclesiastical Polity di Richard Hooker (1553/4-1600). Assai ampliato, il lavoro di tesi dottorale è stato pubblicato (L'ideale politico religioso di Richard Hooker: supremazia regia ed ecclesiastical dominion, Bulzoni Editore, Roma, 2010).

Dal 1 settembre 2008 è Dottore della Veneranda Biblioteca Ambrosiana, designato al coordinamento della classe di studi storici (Classe di Studi Borromaici) e dal settembre 2014 è Direttore della Pinacoteca. È stato Capo Progetto dell'imponente restauro del Cartone preparatorio della Scuola di Atene di Raffaello la cui nuova Sala è stata inaugurata il 26 marzo 2019. In virtù di queste cariche, ha organizzato e curato numerosi convegni internazionali di argomento storico e ha allestito e curato mostre in numerose sedi italiane ed estere. Dal 2013 si dedica anche allo studio della lingua Giapponese e delle tradizioni religiose giapponesi, motivo per il quale trascorre gran parte dell'estate nella Terra del Sol Levante. Dal 2018 è stato Canonico Ordinario del Duomo di Milano.

INFO UTILI PINACOTECA AMBROSIANA

Informazioni:

Tel. 02.806921 | E-mail: contatti@ambrosiana.it | www.ambrosiana.it

Ufficio stampa Veneranda Biblioteca Ambrosiana

Marta Menegon | Cell. 347 5810150 | E-mail: press@ambrosiana.it



Immaginando il futuro.

Leonardo da Vinci:
l'anima del genio italiano

I Partner

Confindustria ed i suoi Partner hanno l'onore di portare a Washington i manoscritti originali di Leonardo da Vinci, visionario campione di ricerca e sperimentazione, padre di straordinarie innovazioni e anticipatore di tante altre, universalmente consacrato come simbolo del "genio" e del "saper fare" italiano. Una rosa ristretta di aziende e istituzioni italiane in linea con i valori e i temi del progetto, i cui marchi parlano di ingegno, creatività e innovazione ma anche delle radici e dei saperi del nostro Paese, che affiancano Confindustria nello sviluppo del progetto.

Tra le più iconiche espressioni imprenditoriali dell'eccellenza del Made In Italy, i Partner concorrono a valorizzare il legame tra genio e impresa, facendo emergere le caratteristiche di innovazione, sperimentazione e rischio, di ispirazione leonardesca, ma anche l'impegno culturale e mecenatesco delle imprese italiane.

MAIN PARTNER:

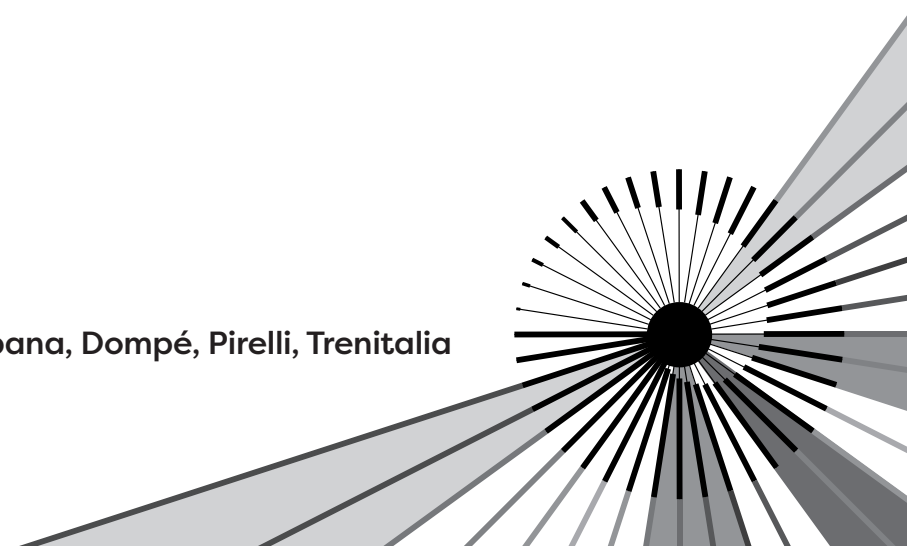
Intesa Sanpaolo

OFFICIAL CARRIER:

ITA Airways

PARTNER:

24 ORE Cultura, Dolce&Gabbana, Dompé, Pirelli, Trenitalia



MAIN PARTNER

INTESA  **SANPAOLO**

OFFICIAL CARRIER

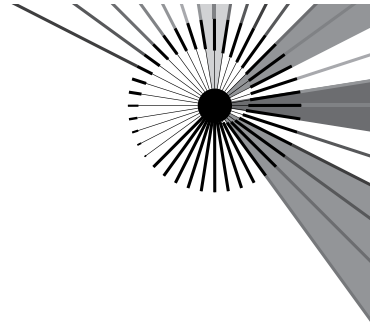


PARTNERS



DOLCE & GABBANA





Intesa Sanpaolo

COMPANY PROFILE

Intesa Sanpaolo è il maggior gruppo bancario in Italia – punto di riferimento di famiglie, imprese e dell’economia reale – con una significativa presenza internazionale e un forte impegno in ambito ESG. Leader a livello europeo nel Wealth Management, Protection & Advisory con un forte orientamento al digitale e al fintech, è capogruppo di fabbriche prodotte nell’asset management e nell’assicurazione. Convinta sostenitrice della cultura italiana, ha sviluppato una rete museale, le Gallerie d’Italia, sede espositiva del patrimonio artistico della banca e di progetti artistici di riconosciuto valore.

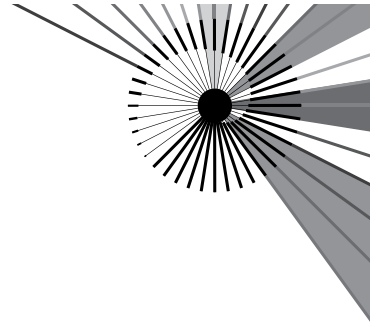
group.intesasanpaolo.com

CORE BRAND MESSAGE

Intesa Sanpaolo è Main Partner del significativo progetto di Confindustria che, dal 21 giugno al 20 agosto 2023, porta per la prima volta negli Stati Uniti tavole originali del Codice Atlantico di Leonardo da Vinci a Washington DC.

La forza dell’eredità del patrimonio leonardiano, soprattutto la passione per l’approfondimento scientifico, la curiosità produttiva, l’audacia del pensiero – oltre naturalmente alle sue scoperte e alle sue opere artistiche – rimane di grande fascino nel tempo e supera i confini nazionali. Nessuno più di Leonardo da Vinci con la sua eclettica intelligenza ha avuto così ampio raggio di studio – anatomia, astronomia, botanica, chimica, geografia, matematica, meccanica, aeronautica (il volo degli uccelli), architettura –, interessi che possono ritrovarsi tutti nel Codice Atlantico, la più ampia raccolta di suoi scritti e disegni, conservato presso la Biblioteca Ambrosiana di Milano.

Nel periodo complesso in cui viviamo, Leonardo da Vinci è un modello a cui oggi più che mai è necessario ispirarsi per la sua profondità di pensiero e per l’operosità instancabile a favore del progresso umano attraverso lo studio. L’iniziativa presentata oggi è un tassello fondamentale nella divulgazione della conoscenza del patrimonio identitario italiano, dove Intesa Sanpaolo, come prima banca del Paese, ritiene di avere un ruolo distintivo. Proprio Leonardo è stato il primo dei tre grandi maestri celebrati dal Trittico dell’ingegno italiano – oltre a lui, Dante e Raffaello – a cui l’Accademia dei Lincei ha dedicato quattro mostre fondamentali nel 2019 in occasione del cinquecentesimo anniversario della morte. Con lo stesso spirito, il sostegno a questa nuova meritoria iniziativa di rendere i Fogli di Leonardo disponibili a un ampio pubblico internazionale rappresenta per la nostra Banca un momento di profondo significato e valore.



ITA Airways

COMPANY PROFILE

ITA Airways è la compagnia aerea italiana di riferimento, attiva dal 15 ottobre 2021 con l'obiettivo di creare un vettore aereo efficiente, innovativo e che garantisca all'Italia una connettività di qualità sia all'interno del Paese che, soprattutto, con destinazioni internazionali, per incentivare il turismo e il commercio con l'estero, ponendo al centro della propria strategia il miglior servizio ai clienti con particolare attenzione alla sostenibilità (ambientale, economica e sociale).

www.ita-airways.com

CORE BRAND MESSAGE

Sin dall'inizio delle proprie attività ITA Airways ha perseguito l'obiettivo di essere ambasciatrice del Made in Italy, scelta dai passeggeri e dalle aziende per le proprie necessità di mobilità e di trasporto in Italia e verso il mondo e per i viaggi dai mercati internazionali al nostro meraviglioso Paese, a supporto dei flussi turistici e commerciali da e per l'Italia. I pilastri dell'identità di ITA Airways sono la soddisfazione del cliente mediante servizi personalizzati e una forte spinta alla digitalizzazione e la sostenibilità declinata nel suo aspetto ambientale, con l'obiettivo di diventare la compagnia più green d'Europa, economico e sociale, con un'attenzione sempre maggiore all'uguaglianza e all'inclusione. ITA Airways mette al servizio dei propri clienti individuali e aziendali una flotta all'avanguardia, un network di destinazioni servite con frequenze studiate per ottimizzare i tempi di viaggio, servizi distintivi e di qualità e una elevata specializzazione per il trasporto di merci sensibili quali le opere d'arte. ITA Airways è ambasciatore delle eccellenze italiane nel mondo, contribuendo ad esportare lo stile e l'immagine di un'Italia riconosciuta a livello internazionale come la culla di una cultura ispirata alla bellezza dei suoi paesaggi, della sua arte e delle sue tradizioni. Alla luce di tale naturale inclinazione e posizionamento di ITA Airways e delle elevatissime competenze tecniche, siamo orgogliosi di essere stati scelti da Confindustria come Official Carrier dell'evento legato all'apertura della loro sede di Washington. Per la nostra Compagnia è un onore poter offrire il proprio contributo a questa straordinaria manifestazione, che supporteremo trasportando sui voli ITA Airways dall'aeroporto Leonardo da Vinci di Roma Fiumicino a Washington Dulles, inaugurati lo scorso 2 giugno, la delegazione di Confindustria e le Tavole di Leonardo, opere di ineguagliabile valore artistico, storico e simbolico.

MAIN PARTNER



OFFICIAL CARRIER

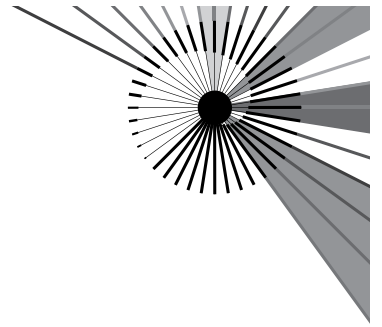


PARTNERS



DOLCE & GABBANA





24 ORE Cultura

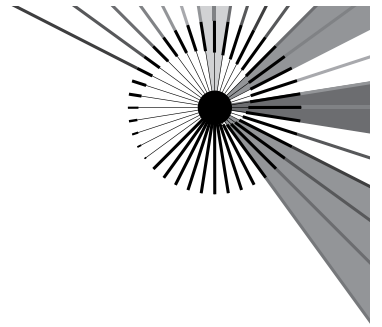
COMPANY PROFILE

Da venticinque anni 24 ORE Cultura - Gruppo 24 ORE è una delle realtà italiane più importanti nel mercato della produzione e organizzazione di mostre in Italia e all'estero e nella pubblicazione di cataloghi e libri d'arte, fotografia, architettura, design, moda. Collabora con i maggiori musei internazionali, supporta istituzioni pubbliche e private, nazionali e internazionali, nella promozione e nella valorizzazione del loro patrimonio culturale, gestisce a Milano il MUDEC - Museo delle Culture, un polo interculturale e multidisciplinare dedicato alle culture dei cinque continenti, per il quale ha organizzato dal 2015 più di 30 grandi mostre.

www.24orecultura.com

CORE BRAND MESSAGE

Il Gruppo 24 ORE, gruppo multimediale leader in Italia nell'informazione e formazione economica, finanziaria, professionale e culturale, è impegnato quotidianamente nel raccontare e valorizzare le eccellenze italiane. Un impegno ribadito attraverso l'adesione all'importante iniziativa di Confindustria, che celebra il genio di Leonardo in occasione dell'inaugurazione della sede americana, con l'obiettivo di promuovere i valori della cultura d'impresa italiana. Una grande responsabilità sociale svolta sia attraverso i media del gruppo sia attraverso la società 24 ORE Cultura, principale player nel mercato della produzione e organizzazione di mostre in Italia e all'estero e nella pubblicazione di cataloghi e grandi libri d'arte. 24 ORE Cultura offre un costante supporto a istituzioni pubbliche e private, nazionali e internazionali, nella promozione e nella valorizzazione del loro patrimonio culturale e si pone al fianco delle aziende italiane per raccontare i loro valori e la loro storia d'impresa attraverso progetti culturali che ne esprimono l'eccellenza. Fare dell'arte e della cultura il proprio business d'azienda è un costante esercizio di equilibrio tra come comunicare il prodotto mirabile della mente umana, la tensione a sognare e guardare oltre e l'importanza di essere concreti nella propria visione imprenditoriale: una visione positiva e pragmatica di futuro che parte dalla nostra cultura e dalla memoria, una capacità di fare innovazione aziendale attraverso il coraggio di sperimentare parlando d'arte. Il genio tutto italiano di Leonardo da Vinci, le cui opere 24 ORE Cultura ha portato in più mostre nel corso degli anni e a cui ha dedicato preziosi volumi d'arte, rappresenta perfettamente questo equilibrio tra il sapere come cultura e il saper-fare con la cultura, in cui l'azienda ritrova il suo DNA; una identità valoriale - quella della cultura dei fatti - pienamente condivisa con Il Sole 24 Ore e con il Gruppo 24 ORE, che insieme a 24 ORE Cultura, sosterranno il progetto di Confindustria in tutto il suo percorso e la sua declinazione. Perché "fare impresa è fare cultura".



Dolce&Gabbana

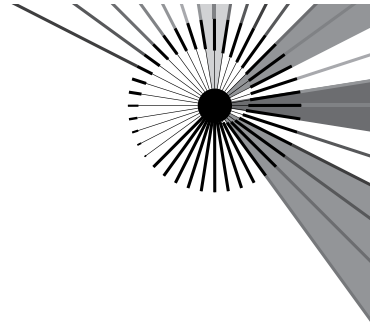
COMPANY PROFILE

Nato nel 1985, Dolce&Gabbana è leader internazionale nel settore della moda e del lusso. I fondatori, Domenico Dolce e Stefano Gabbana, sono da sempre la fonte creativa di tutte le attività del brand, nonché i primi registi delle strategie di sviluppo. Espressione di italianità, il Gruppo crea, produce e distribuisce abbigliamento, accessori, fragranze e cosmetici, orologi e gioielli, ed è presente nei segmenti delle collaborazioni Lifestyle, dell'arredamento e delle creazioni uniche di Alta Moda.

www.dolcegabbana.it

CORE BRAND MESSAGE

Fin dalla sua fondazione, Dolce&Gabbana supporta la valorizzazione del patrimonio artistico, culturale e storico d'Italia, riconoscendo e promuovendo nel mondo l'eccellenza delle tante maestranze del territorio e il loro istinto innovatore: un tesoro dal valore inestimabile da preservare dall'usura del tempo, che inevitabilmente si intreccia con la storia, la cultura e le tradizioni della penisola. In occasione della grande mostra Immaginando il futuro – Leonardo da Vinci: l'anima del genio italiano, Dolce&Gabbana varca ancora una volta i confini italiani per portare oltreoceano – in una terra da sempre così culturalmente ricettiva e storicamente votata al progresso – la bellezza del Belpaese, il suo coraggio di sperimentare e lo spirito d'impresa, il saper fare della migliore tradizione e l'anelito a un moderno Rinascimento, in una grande celebrazione del Genio per antonomasia, Leonardo. Eccezionalmente in prestito dalla Biblioteca Ambrosiana, che lo ha ricevuto in dono in occasione del quinto centenario dalla morte di Leonardo, verrà esposto in mostra l'orologio da torre Chiaravalle, creazione unica di Dolce&Gabbana Alta Orologeria ispirata alla complessa macchina astronomica dell'abbazia di Chiaravalle completata secondo le intuizioni del genio rinascimentale illustrate tra le pagine del suo Codice Atlantico. Accanto a quest'opera dall'alto valore artistico e culturale, altre creazioni orologiere Dolce&Gabbana ispirate alla storia italiana, a Leonardo e ai suoi studi di meccanica e astronomia faranno eco alla meraviglia delle tavole del Codice: un legame di senso tra intuito e maestria, a sottolineare, una volta in più, che ci sarà sempre qualcosa che la mente e le mani dell'uomo sapranno fare meglio di qualunque macchina: creare una bellezza che duri, che nutra, che germogli.



Dompé Farmaceutici

COMPANY PROFILE

Dompé è una società biofarmaceutica globale privata in rapida crescita fondata a Milano, con un'eredità di 130 anni di innovazione medica. Il dipartimento di ricerca e sviluppo dell'azienda sta sfruttando EXSCALATE, una piattaforma di screening virtuale basata su struttura sviluppata internamente e attualmente una delle più potenti piattaforme di supercalcolo e intelligenza artificiale. Dompé impiega più di 800 dipendenti in tutto il mondo e mantiene un hub per le operazioni commerciali negli Stati Uniti nella San Francisco Bay Area, nonché una presenza di ricerca e sviluppo a Boston.

www.dompe.com/it

CORE BRAND MESSAGE

La Curiositas che ha spinto Leonardo da Vinci a immaginare invenzioni in anticipo sul suo tempo è ancora oggi uno stimolo per chi fa ricerca scientifica. È ispirandoci a questa sua instancabile voglia di conoscere e migliorare che siamo saliti a bordo del progetto di Confindustria. La ricerca e il coraggio di sperimentare, anche rischiando di fallire, sono infatti ciò che da più di un secolo ci guida a impegnarci nelle Life Sciences per migliorare la vita delle persone. È proprio questo che ci ha guidati a investire nell'intelligenza artificiale e nel supercomputing e a trasformare il Nerve Growth Factor scoperto dai Nobel per la medicina Rita Levi Montalcini e Stanley Cohen in un farmaco "breakthrough" per il trattamento di una malattia rara e orfana di cura.

MAIN PARTNER



OFFICIAL CARRIER

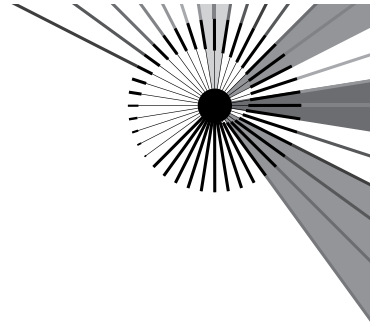


PARTNERS



DOLCE & GABBANA





Pirelli

COMPANY PROFILE

Fondata nel 1872, Pirelli è una multinazionale dalle profonde radici italiane, riconosciuta in tutto il mondo per le sue tecnologie, la sua capacità di innovazione e i suoi prodotti. Con 18 stabilimenti in 12 Paesi e oltre 31 mila dipendenti, è tra i principali produttori mondiali di pneumatici e l'unico focalizzato sul mercato Consumer (auto, moto e bici), in particolare sui prodotti High-Value. Negli USA, Pirelli è presente a Rome (Georgia), con una fabbrica robotizzata e incentrata sulla produzione di alta gamma.

www.pirelli.com

CORE BRAND MESSAGE

Pirelli è tra le aziende protagoniste della storia della cultura d'impresa italiana, fondata su ricerca, qualità, innovazione e internazionalità. Da sempre cosciente dell'importanza del legame tra mondo dell'industria e mondo della cultura, l'azienda è impegnata in molteplici attività che mirano a creare interrelazioni tra cultura e produzione, arte e tecnologia: testimonianza esemplare di "umanesimo industriale". La sua lunga storia si è più volte incrociata con quella di Leonardo da Vinci: già nel 1920 Leonardo è protagonista di una campagna pubblicitaria della P lunga dove un suo ritratto mostra "La miglior gomma per disegno", come recita lo slogan associato alle gomme per cancellare, prodotte dall'azienda a partire dal 1875. L'influenza vinciana è evidente anche negli affreschi della Bicocca degli Arcimboldi, edificio quattrocentesco oggi luogo istituzionale del Gruppo, che dà il nome al quartiere in cui ha sede l'Headquarters Pirelli. La "Sala dei Nodi", infatti, presenta un motivo decorativo che si rifà al mudéjar, tipico elemento dell'ultima fase dell'Andalusia araba, spesso utilizzato nelle opere di Leonardo da Vinci, come il celebre Codice Atlantico. L'adesione al progetto di Confindustria conferma il ruolo di Pirelli di multinazionale che porta il Made in Italy nel mondo, con un costante impegno nel coniugare memoria e futuro.

MAIN PARTNER



OFFICIAL CARRIER

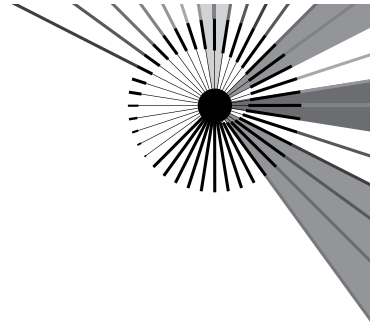


PARTNERS



DOLCE & GABBANA





Trenitalia

COMPANY PROFILE

Trenitalia, società capofila del Polo Passeggeri del Gruppo FS, muove le persone e le connette alla cultura, nel pieno rispetto della sostenibilità sociale, ambientale e della promozione turistica grazie al proprio network di oltre 7mila treni al giorno. Leader italiano del trasporto passeggeri, con i collegamenti Alta Velocità, Intercity e Regionale serve tutto il territorio italiano, coprendo percorsi di breve, media e lunga distanza fino a raggiungere, con Trenitalia France, città d'oltralpe come Lione e Parigi. All'estero Trenitalia è presente, oltre che in Francia, anche in Gran Bretagna con Trenitalia UK, in Germania con Netinera, in Grecia con Hellenic Train e, dall'autunno 2022, anche in Spagna con ILSA. Trenitalia è stata pioniera nell'avvio di collegamenti alta velocità in Italia con le Freccie, risultando la prima azienda al mondo ad operare in regime di concorrenza nel settore. L'azienda è impegnata nel consolidare la propria competitività nel mercato dell'alta velocità incrementando i collegamenti e proiettandosi sui mercati ferroviari europei.

www.trenitalia.com

CORE BRAND MESSAGE

Trenitalia, società capofila del Polo Passeggeri del Gruppo FS, ha come obiettivo, sancito dal nuovo piano industriale del Gruppo FS al 2032, la creazione di una proposta di business multimodale il cui vantaggio è quello di sfruttare i pregi delle varie modalità, per avere un trasporto integrato, economico, affidabile e sostenibile con un'offerta sempre più personalizzata e attenta alle esigenze dei singoli passeggeri secondo i principi di sostenibilità ambientale, sociale e di governance. Innovazione e digitalizzazione sono leve strategiche per raggiungere gli ambiziosi obiettivi del Piano e Trenitalia è costantemente impegnata nel potenziare i propri mezzi e offrire ai clienti un servizio sempre più door-to-door. Spiccano, in tal senso, gli investimenti per i mezzi ad Alta Velocità, per i treni notte degli Intercity, che coprono le lunghe distanze dal Nord al Sud della penisola italiana, e per il rinnovo della flotta regionale per il trasporto passeggeri. Il Blues, ad esempio, ultimo arrivato in casa Trenitalia, è il nuovo treno a tecnologia ibrida, con pantografo elettrico e batterie, che consente di garantire una riduzione fino al 50% del consumo di carburante. Interpretare lo spirito "Leonardesco", per Trenitalia significa non solo puntare su treni sempre più efficienti, ma anche migliorare l'esperienza del viaggio nelle soste, nei movimenti in stazione e nei luoghi limitrofi, per la prenotazione e la gestione dei biglietti, nel rapporto tra il viaggiatore e tutto ciò che ruota intorno ai suoi spostamenti. In quest'ottica Trenitalia sta investendo anche negli impianti di manutenzione, puntando sullo sviluppo delle tecnologie di manutenzione predittiva per garantire elevati livelli di affidabilità, produttività ed efficienza. Trenitalia ha come punta di diamante il Frecciarossa: eccellenza del Made in Italy che grazie a elementi quali l'allestimento interno, opera della carrozzeria italiana Bertone Design, e al servizio di ristorazione a bordo che offre il meglio dell'accoglienza e della cucina italiana, Frecciarossa non è solo un treno, ma rappresenta un'esperienza tipica dell'Italian lifestyle, del "vivere all'italiana". Trenitalia è, infatti, protagonista della mobilità del futuro: connette il Paese e l'Europa in maniera sostenibile e sicura, accompagnando le persone con un'esperienza unica.