

la Repubblica delle Donne



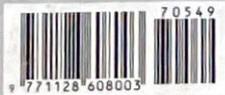
Cina
QUESTI ARTISTI
SARANNO
UN BUSINESS?

di **Francesco Bonami**
e **Federico Rampini**

Inchiesta
NEL CAVEAU
DEGLI EMBRIONI

Derrick de Kerckhove
IMMAGINO
IL FUTURO TECNO
DELLA MENTE

Ecocosmetica
FORMULE SOSTENIBILI
E COLORI SENSIBILI



FESTA DI COMPLEANNO

Nel 2007 molti marchi cult italiani celebrano l'eccellenza di **Laura Taccani**

Blasonati oppure icone pop. Ultracentenari o fieri di avere scalato, in corsa, le vette del mercato. Tra food e beverage, sono diversi i marchi italiani che quest'anno festeggiano un anniversario simbolico. Per sottolineare il successo, qualcuno organizza manifestazioni in grande stile, mentre altri puntano solo sui numeri. Il nome più altisonante è quello dei marchesi fiorentini Antinori: sono passati 500 anni da quando si insediaron nel palazzo rinascimentale che tuttora è il loro quartier generale. Proprio in quelle sale, fino al 13 luglio, è allestita la mostra *Per Bacco!*: raccoglie le opere di 21 artisti contemporanei ispirate al connubio tra vino (che la famiglia produce da 26 generazioni), pittura e scultura. Il marchese Piero Antinori ha inoltre firmato il volume *Futuro antico* (ed. Alinari), in cui si raccontano le imprese e i traffici degli illustri antenati. Al 1827 risale la nascita del brand Buitoni, frutto dell'intraprendenza di Giulia Boninsegni e del marito Giovanni Battista Buitoni. I due trasformarono un piccolo pastificio di Sansepolcro in un'impresa che potesse commerciare pasta ben fuori dai confini di Arezzo. Alla semola e alle fette

biscottate, in 180 anni si sono aggiunti parecchi prodotti freschi e surgelati esportati all'estero. Un secolo esatto è quello che compie la Perugina, discendente di un laboratorio per la produzione di confetti nel centro storico di Perugia. Oggi dalla fabbrica di San Sisto escono più di 35mila tonnellate l'anno tra cioccolatini e dolci assortiti. Se, tra le 147 linee di produzione, spiccano ancora celebrità come il Bacio (che, quando nacque, nel 1922, fu battezzato Cazzotto, a causa della forma), negli ultimi anni i vertici Perugina hanno puntato molto sull'innovazione, dalla Scuola di Cioccolato con master per i consumatori al Baci Tour, per coinvolgere il pubblico nella creazione dei nuovi spot. Decisamente più giovane, ma non meno agguerrito, è il marchio Fonti di Vinadio, che produce l'acqua Sant'Anna: ha appena spento 10 candeline, affermandosi come unica impresa leader interamente italiana in un mercato dominato dalle multinazionali. Con i suoi 500 milioni di bottiglie vendute nel 2006, quest'azienda familiare tiene molto al primato tecnologico e all'approccio self made: dagli stabilimenti all'avanguardia, che hanno attirato l'attenzione di un colosso come la Coca-Cola, a scelte di comunicazione come la pubblicità comparativa, che Sant'Anna è stata la prima acqua nostrana a utilizzare.

Silenzio, si cucina!

Tra i corsi culinari della scuola La Maggiorana di Rivoli, in provincia di Torino, ce n'è uno dedicato agli audiolesi. «Questo è il terzo anno che tengo lezioni a chi ha problemi di udito», spiega la chef Erica Maggiora, «quindi posso proporre piatti di alta cucina. Per i principianti, sto pensando alla formazione di nuovi gruppi».

Il corso - già iniziato, ma in cui è tuttora possibile inserirsi - durerà un anno, esclusa la pausa estiva tra giugno e settembre. Le lezioni si tengono ogni due lunedì, dalle 18.30 alle 21.30, e costano 28 euro l'una. Per informazioni: tel. 011.958.7631 oppure www.lamaggiorana.it. A.R.