

COMPANY LANDS

LA CULTURA INDUSTRIALE COME VALORE PER IL TERRITORIO

Cultura industriale e identità territoriale sono indissolubilmente legate in una relazione di reciproco valore. Quale tipo di rapporto le lega così strettamente? Attraverso una panoramica di casi esemplari e di testimonianze di autorevoli esponenti del mondo della cultura e dell'impresa, l'autore **Marco Montemaggi** in questo libro vuole illustrare la natura peculiare di tale dialogo e come esso rappresenti una risorsa per il nostro Paese.

Nuovi termini come *Brandscape* sono ormai divenuti ricorrenti per riferirsi a questo affascinante fenomeno all'interno del quale è mutata anche la percezione dei cosiddetti "luoghi" della cultura industriale. Il ruolo dei musei e degli archivi d'impresa, dei siti di archeologia industriale e, in generale, di tutte le realtà legate alla valorizzazione del patrimonio storico aziendale, non è quasi mai riconducibile esclusivamente al valore di un singolo brand, ma a una cultura territoriale condivisa. Questi spazi divengono così custodi di un'identità sociale, cuore di progetti di turismo industriale, di rivalutazione architettonica e di tante altre iniziative, il cui portato è sempre più evidente: l'Italia mostrata attraverso la lente affascinante delle sue **COMPANY LANDS**.



MARCO MONTEMAGGI è ' uno dei massimi esperti in Italia sul tema dell'Heritage Marketing ed è membro del board dell'Associazione Nazionale "Museimpresa" fin dalla sua fondazione. Professore al Cuoia e al Polimoda su questa tematica, Montemaggi lavora e ha lavorato per molte aziende del Made in Italy su progetti di Corporate Identity fra cui Diesel spa, Misano World Circuit, Borsalino spa, Riva Yacht, inoltre è stato curatore scientifico di progetti di Marketing territoriale come "Motor Valley" per la regione Emilia Romagna. Ha iniziato il suo percorso professionale nel 1996 come Ideatore e Direttore del Museo Ducati e Responsabile degli Eventi Speciali per Ducati Motor Holding Spa. Montemaggi ha scritto e curato (da solo ed insieme ad altri) alcuni saggi, video e libri sulla Cultura Industriale italiana fra cui il libro "Heritage Marketing. La storia dell'impresa come vantaggio competitivo" (Franco Angeli editore), "Emilia Romagna: Terra di Motori" (Giunti

editore) ed il saggio "I Musei d'impresa: un'opportunità per il Paese" (Economia della Cultura - Il Mulino).



MARCO MARI imprenditore, è co-fondatore ed amministratore delegato di Italia Innovation Srl e California Innovation Works Inc. Le due aziende si occupano, nei rispettivi contesti, di alta formazione e progetti di impresa nel campo della manifattura. Amico del Guanxinnet.

Evento del

