



Corporate Heritage Art; Strega Alberti tra migliori su arte della comunicazione



In Confindustria Roma, nell'ambito della XXII settimana della Cultura d'Impresa, si è tenuta la cerimonia di premiazione della terza edizione dei Corporate Heritage Awards, promossa e organizzata da Leaving Footprints, spinoff accademico dell'Università degli Studi del Sannio e dell'Università degli Studi di Napoli Parthenope, specializzato nell'heritage marketing.

Sono state premiate 6 aziende che si sono distinte per aver valorizzato il proprio patrimonio storico e culturale, grazie all'utilizzo di strumenti e metodologie diverse di comunicazione. Ecco i nomi:

Poltrona Frau - Narrazione attraverso parole, immagini e suoni

Lavazza Group - Narrazione digitale attraverso parole, immagini e suoni

Salvatore Ferragamo - Narrazione attraverso luoghi

Carpenè Malvolti - Narrazione attraverso prodotti e brand

Fondazione Pirelli - Narrazione attraverso eventi

Assicurazioni Generali - Narrazione per il sociale

Hanno inoltre ricevuto una menzione speciale l'azienda La Marzocco, che si è distinta per la migliore strategia integrata di heritage marketing, e l'Azienda Agricola Ricci Curbastro come piccola impresa.

Tre aziende infine sono state premiate per aver utilizzato sapientemente il linguaggio universale dell'arte nella comunicazione del proprio patrimonio storico e culturale: Fondazione Piaggio, Fabbri 1905 e Strega Alberti.

“Il premio nasce con la finalità di dare voce alle imprese del nostro Paese” le parole di **Maria Rosaria Napolitano**, professoressa di Marketing e Strategia presso l’Università degli Studi di Napoli Parthenope e Responsabile Scientifico di Leaving Footprints. *“E’ il prodotto di eccellenza del nostro spinoff: Leaving Footprints. Fin dal nome è chiara la nostra mission di porre al centro l’impresa e il suo patrimonio storico e culturale. Vogliamo che la storia delle imprese sia ricordata e tramandata e diventi consapevolezza del nostro Paese”*.

“Il premio di quest’anno dimostra che tra le imprese italiane cresce la consapevolezza che la storia e la sua valorizzazione sono un fondamentale asset di competitività non solo per le imprese ma per tutto il Paese” aggiunge Antonio Calabrò, presidente del Comitato che ha selezionato i vincitori, direttore della Fondazione Pirelli e presidente di Museimpresa. *“Guardare alla storia come strumento di innovazione non è un controsenso, ma un punto di forza. Per questo il premio va raccontato innanzitutto alle giovani generazioni”*.

Comunicato - 09/11/2023 - Roma - www.cinquerighe.it