Expo, il futuro si chiama Mind. Accordo con le università

Scelto il nome del Parco della scienza e innovazione, affidata agli studenti la promozione dell'area

Acronimo

- L'area Expo si chiamerà Mind, acronimo di Milano Innovation District
- Il logo è stato scelto da Arexpo, proprietaria dei terreni

«Andiamo al Mind». La speranza di chi ha inventato il nuovo nome dell'area di Rho Pero che ha ospitato l'Esposizione universale 2015 è che non si continui a definirla come il sito Expo, ma che entri nel gergo comune la parola Mind: sta per *Milano Innovation District*. L'acronimo che di per sé ha già un suo significato — mente — identificherà il luogo dove sorgerà il Parco della Scienza, del Sapere e dell'Innovazione, lì dove nel giro di dieci anni sorgeranno l'Human Technopole, il campus scientifico della Statale, l'ospedale Galeazzi e multinazionali del farmaco e di biotecnologie (della costruzione e occupazione di queste ultime si occuperà Lendlease, la società che ha vinto la gara per la concessione di 99 anni di una parte del sito; per un'operazione che vale 4 miliardi di euro).

Gli attori dell'intesa Da sinistra Angelo Miglietta (Iulm) Gianluca Vago (Statale), Gianfelice Rocca (Humanitas), Ferruccio Resta (Politecnico), Livia Pomodoro (Brera), Francesco Micheli, Giovanni Azzone, Pietro Romano, Giuseppe Bonomi e Marco Carabelli

Il logo, presentato ieri, è scelto da Arexpo, la partecipata pubblica proprietaria dei terreni: «Il progetto doveva avere un nome che lo identificasse e caratterizzasse per il futuro — afferma l'amministratore delegato di Arexpo, Giuseppe Bonomi —. Mind ci è sembrato giusto perché richiama Milano, il baricentro dell'idea che stiamo realizzando, ma evoca anche l'innovazione e la ricerca».

E adesso gli atenei milanesi si metteranno al lavoro per promuovere Mind: gli studenti del Master in Brand Communication del Politecnico si concentreranno sullo sviluppo di un'identità del Parco, i 140 della laurea in Strategic Communication e del Master in Corporate Communication dello Iulm individueranno le strategie di comunicazione; mentre l'Accademia di Brera svilupperà installazioni, sculture e oggetti di design destinati a caratterizzare il luogo.

S. Rav.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'intervista

di **Francesca Bonazzoli**

«Pronto il progetto del ponte su Brera Ma prima la svolta di Palazzo Citterio»

Bradburne: riallestite 36 sale della Pinacoteca

La riapertura Il direttore della Pinacoteca James Bradburne nelle Sale Napoleoniche accessibili dal 29 marzo

Non è ricco come il catalogo delle conquiste di Don Giovanni, ma anche l'elenco del direttore della Pinacoteca di Brera James Bradburne, dopo due anni e mezzo, vanta già un cospicuo numero di obiettivi raggiunti: 715.234 i visitatori dei primi cinque «Dialoghi»; tre milioni e ottocentomila quelli online dal lancio del sito nel marzo 2016; un bookshop; nuove didascalie e arredi; l'apertura di una porta; un ballo, una rosa e un profumo istituiti ex novo; concerti e due opere liriche per bambini. Giovedì prossimo, con l'inaugurazione del sesto «Dialogo» dedicato a Camillo Boccaccino, torneranno visitabili le sette Sale napoleoniche riallestite: con 36 stanze su 38 il rinnovamento del museo è in dirittura d'arrivo.

715

Mila
I visitatori del museo per i primi cinque «Dialoghi»

La passerella Il progetto esecutivo è stato preparato da ingegneri e architetti dello studio Front

Ma nel bilancio va messa anche la clamorosa défaillance dell'impianto di condizionamento che aveva fatto temere per una quarantina di opere.

Direttore, si è più divertito o stressato?

«È stato un lavoro enorme a ritmi sostenuti, ma sono contento di essere andato così veloce perché se avessi optato per una tempistica più lenta non sarei riuscito a finire. Devo ringraziare lo staff che mi ha seguito. Il 14 giugno concluderemo tutto il riallestimento della Pinacoteca e non nascondo che dopo vorrei prendermi tre settimane di vacanza».

Ma come? Proprio quando le verrà consegnato Palazzo Citterio?

«Certo, perché sono già pronto. Il 22 novembre apriremo la mostra "Brera ascolta". Chiederemo al pubblico di darci suggerimenti attraverso dispositivi touch sull'allestimento delle opere e avremo una postazione radio dove tutti potranno lasciare incise le testimonianze di come ricordano la loro Brera».

Com'è questa faccenda dell'apertura al pubblico di Palazzo Citterio l'11 aprile che non coincide con la consegna alla Pinacoteca?

«La Sovrintendenza finisce i lavori per l'11 e mostra il palazzo alla città. Per quanto riguarda invece il passaggio di consegne a noi, non ci è ancora stata fornita una data. Abbiamo proposto un calendario per effettuare verifiche, collaudi, certificazioni, e aspettiamo una risposta. Noi siamo pronti».

Philippe Daverio ha bocciato il restauro. E lei?

«A me interessano i fatti, e non entrare nei 40 anni di polemiche che hanno accompagnato il progetto della Grande Brera. La Sovrintendenza ha portato a termine il suo compito di restaurare il palazzo che per statuto era destinato alla Pinacoteca. Finalmente siamo a pochi mesi dalla consegna e il mio lavoro ora è fare in modo che diventi un museo d'arte moderna».

Il polo bis
Siamo ormai vicini alla consegna: devo fare in modo che diventi un museo d'arte moderna

Il progetto della passerella di vetro è morto?

«Al contrario. Abbiamo anche il progetto esecutivo fatto da ingegneri e architetti italiani dello studio Front, ma aspetto a presentarlo alla Sovrintendenza dopo la consegna di Palazzo Citterio».

L'impianto di riscaldamento e umidificazione è stato rinnovato?

«Abbiamo fatto tutte le migliorie possibili sul vecchio impianto e preparato i documenti per la gara del nuovo. I tempi italiani sono molto lunghi ma contiamo per il prossimo gennaio di finire l'installazione. Voglio però ribadire che, grazie all'intervento tempestivo dei nostri restauratori, tutti i quadri sono stati da subito messi in salvo».

È ancora convinto che non servano le grandi mostre?

«Nella Pinacoteca non c'è spazio e il museo va oltre la banalità dei numeri. Vedremo per Palazzo Citterio, ma tutto quello che faccio non ha lo scopo di rendere Brera più attrattiva, ma di restituire l'identità alla città di cui il museo è il cuore».

Il suo mandato scadrà nell'ottobre 2019: resterà?

«Questo non è proprio il momento giusto, senza governo e ministro, per pensare alla permanenza. Per fortuna l'autonomia del mandato mi permette di terminare i progetti in corso senza rimanere paralizzato. Poi ci rifletterò».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

KIA
The Power to Surprise

Kia Sportage. Simply the SUV.
Kia Sportage supera se stesso e le tue aspettative, grazie al suo design mozzafiato, ai nuovi prestigiosi interni, alle tecnologie all'avanguardia che innalzano comfort e sicurezza ai massimi livelli. Prova l'emozione di viaggiare a bordo di un'auto unica, progettata per sorprendere.
Fino al 31 marzo tuo a partire da 18.000 euro¹ in caso di permuta o rottamazione.
Ti aspettiamo in Concessionaria.

MI AUTO
Viale F. Testi 60
Milano, 20125
Tel 02 66104590 – www.mobility.it

Limitazioni garanzia* e dettagli offerta promozionale valida fino al 31.03.2018¹
*Garanzia 7 anni o 150.000 km escluso parti e/o componenti che hanno un limite naturale legato alla loro deperibilità temporale come: batterie (2 anni chilometraggio illimitato), sistemi audio, video, navigazione (3 anni / 100.000 km). Taxi o vetture destinate al noleggio con conducente (NCC): 7 anni o 150.000 Km, escluso il chilometraggio illimitato per i primi tre anni. Condizioni valide su ogni vettura Kia venduta dalla Rete Ufficiale di Kia Motors nel territorio della UE. Dettagli, limitazioni e condizioni su www.kia.com e nelle Concessionarie.
Consumo combinato (lx100 km): da 4,6 a 6,7. Emissioni CO_2 (g/km): da 119 a 166. ¹Annuncio pubblicitario con finalità promozionale. **Sportage 1.6 GDi Urban** da € 18.000. Prezzo promo chiavi in mano, IVA e messa su strada incluse, I.P.T. e contributo Pneumatici Fuori Uso (PFU) ex D.M. n. 82/2011 esclusi. Listino € 21.500, meno € 3.500, grazie al contributo Kia e delle Concessionarie a fronte di permuta o rottamazione di un veicolo di proprietà del Cliente da almeno 3 mesi. Offerta valida per vetture acquistate entro il 31.03.2018, non cumulabile con altre iniziative in corso. L'immagine è inserita a titolo indicativo di riferimento.

http://digitaledition.corriere.it - Per info: corriere.de@rcsdigital.it
Codice cliente: null
Copyright 2013 © RCS Mediagroup Spa - TUTTI I DIRITTI RISERVATI