

DOF OLIO OFFICINA FESTIVAL 2019

#oof2019

ottava edizione

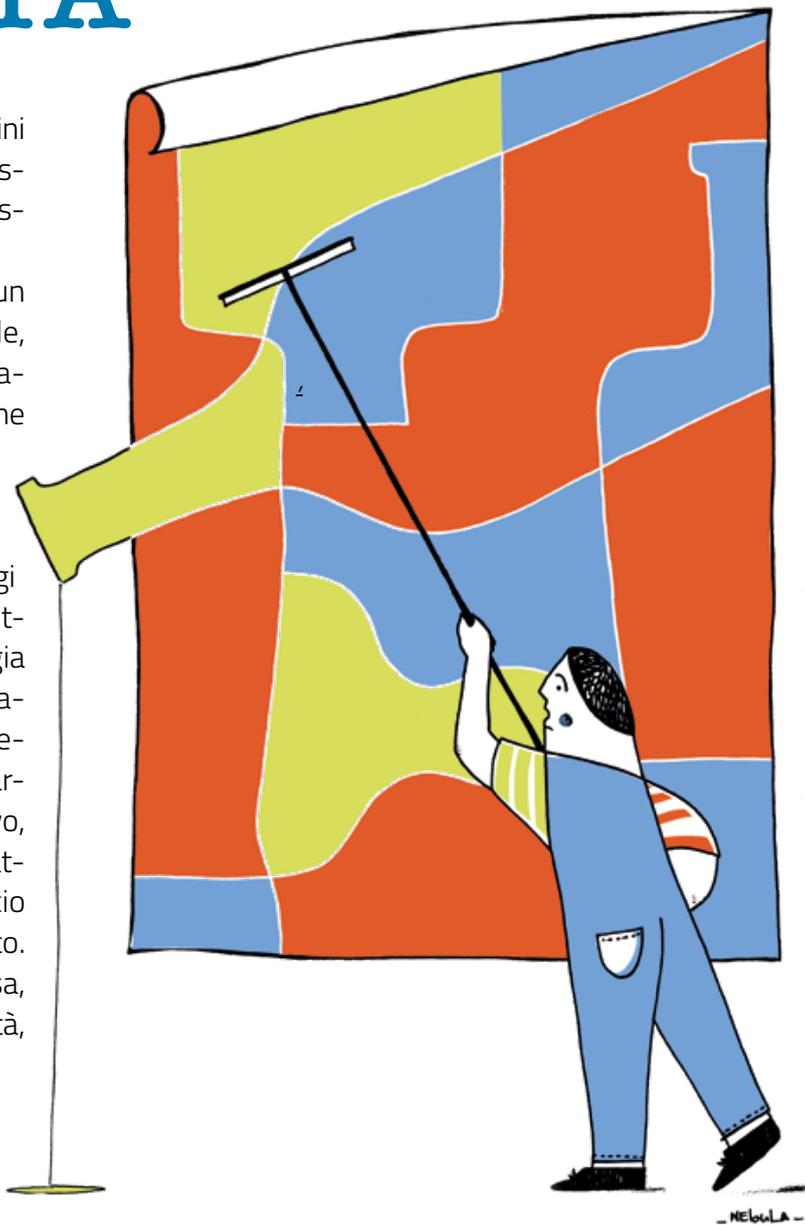
NOSTRA SIGNORA PUBBLICITÀ

La pubblicità è l'apoteosi della creatività a fini commerciali. Occorre un grande genio per essere efficaci e raggiungere l'obiettivo. È difficilissimo indovinare una strategia comunicativa. L'olio ricavato dalle olive, nonostante sia un alimento che si associa a qualcosa di naturale, che fa bene alla salute, ricco di profumi e sapori variegati, non riesce a emergere e viene compreso a fatica.

Occorre svecchiare l'immagine, per ricavarne una nuova, proiettata al futuro. Il prodotto è sì antico e millenario, ma l'olio di oggi non è paragonabile all'olio di ieri. È un prodotto diverso, migliore, frutto di una tecnologia che lo ha perfezionato e reso fruibile diversamente. Oggi l'olio è più versatile, negli impieghi a crudo e in cottura. Bisogna pertanto partire da un approccio estremamente positivo, individuando gli elementi di fascino, che attraggono di più, sviluppando un approccio emotivo e insieme razionale con il prodotto. Non una visione edonistica fine a se stessa, ma un avvicinamento all'olio che crei curiosità, stupore, desiderio di appagamento.

Luigi Caricato

ideatore e direttore di Olio Officina Festival



MILANO PALAZZO DELLE STELLINE / CORSO MAGENTA 61

31 GENNAIO / 1 - 2 FEBBRAIO 2019

CONDIMENTI PER IL PALATO & PER LA MENTE

ANNULLO FILATELICO

LA CATTEDRA AMBULANTE E IL COFANETTO DEGLI OLI



Venerdì 1 e sabato 2 febbraio, nel chiostro di Palazzo delle Stelline, dalle ore 11 alle ore 17, è possibile fruire degli annulli ideati da *Olio Officina Festival*. I bozzetti sono stati realizzati da Giulia Serafin per conto di *Olio Officina* e sono dedicati il primo all'invenzione della cattedra ambulante, il secondo alla prima operazione promozionale della storia: il cofanetto degli oli dato in omaggio a Caterina II, l'imperatrice di tutte le Russie. I due bozzetti, realizzati nel formato tondo, con due differenti immagini dell'illustratrice Giulia Serafin, riproducono nel primo caso un rimando alle *cattedre ambulanti*, uno strumento operativo che, nel passato, ha reso un encomiabile servizio di formazione itinerante per gli agricoltori, mentre, in quello che verrà utilizzato nella giornata di sabato, vi è invece un omaggio all'opera *Memoria sui saggi diversi di olio e sulla raga di ulivo della penisola Salentina*, presentata insieme con trenta campioni di olio a Sua Maestà Imperiale Caterina II delle Russie (1786) dal medico Giovanni Presta, autore di numerosi saggi sulle tecniche di coltivazione dell'olivo e di produzione dell'olio, un chiaro esempio di una prima forma moderna di comunicazione, informazione e pubblicità degli oli.

Per l'occasione sono state realizzate delle cartoline da Olio Officina, sulle quali sarà possibile apporre gli annulli speciali per farne degli oggetti da collezione filatelica. La scelta dei francobolli da abbinare, come sempre accurata, è ricaduta sull'emissione del 2014 dedicata alla giornata della filatelia che, illustrando il viaggio di una lettera, ci riporta al tema della comunicazione. Nei sessanta giorni successivi alla manifestazione, gli annulli saranno depositati presso lo sportello filatelico dell'ufficio postale di Milano Palazzo della Regione, per soddisfare le richieste dei collezionisti. Trascorso tale periodo i piastrini filatelici saranno depositati presso il Museo della Comunicazione in Roma.

MAPPA PALAZZO DELLE STELLINE

OLIO OFFICINA FESTIVAL



NEGLI ORARI DEL FESTIVAL

LA LIBRERIA DEL FESTIVAL

Vi si trovano tutti i libri degli autori presenti alla manifestazione, insieme con altri titoli selezionati da *Olio Officina*, in collaborazione con *Unicopli* e *Libreria Il Domani*. La *Libreria del Festival* è gestita in piena autonomia dalla *Libreria Il Domani* di Milano.

L'OLEOTECA DEL FESTIVAL

Una selezione degli oli presenti a *Olio Officina Festival 2019*, oltre a gadget e altro, sono disponibili nell'apposita area shop gestita in autonomia dalla *Libreria Il Domani*.

IL CAFFÈ A SUPPORTO DEL FESTIVAL

In prossimità della *Sala Bramante*, dove è collocata l'area letteraria del festival, è a disposizione dei visitatori uno spazio ristoro gestito, in autonomia, da *Larky Restaurant Caffè* di Milano.

LE MOSTRE

Le mostre di Olio Officina Festival 2019 si possono visitare solo nei giorni della manifestazione. Le opere sono esposte nel chiostro del Palazzo delle Stelline.

OLIO: PUBBLICITÀ DA INDOSSARE. MOSTRA IN MOVIMENTO

Mostra ideata da **Ornella Piluso**, con la curatela di **Monica Scardecchia**

"L'auto-réclame non è vana, inutile o esagerata espressione di megalomania, ma bensì indispensabile necessità per far conoscere rapidamente al pubblico le proprie idee e creazioni"

Fortunato Depero

L'Associazione e Movimento Arte da mangiare mangiare Arte mette in atto una mostra in movimento, d'impronta dadaista, invitando gli artisti a creare un'opera fra arte e pubblicità come manifesti viventi. Durante l'inaugurazione del Festival gli artisti indosseranno e vivranno i loro manifesti d'autore dando vita a una mostra coinvolgente che, attraverso il linguaggio universale dell'arte, racconti l'olio e le sue proprietà, in un contesto ludico e festante.

Venerdì 1 febbraio, a conclusione delle attività della giornata, presso la *Sala Leonardo* si svolge la performance dell'artista *Alex Sala "pH 7.4"*

Sabato 2 febbraio alle ore 11, in *Sala Agnesi*, è in programma un laboratorio (su prenotazione) per bambini dai 5 ai 10 anni *"Macchie d'olio: un nuovo linguaggio creativo"*.

Artisti presenti: **Clara Bartolini, Ornella Bonomi, Gianfranco Brambati, Tegi Canfari, Silvia Capiluppi, Carmine Caputo, Marisa Cortese, Li Ding, Gretel Fehr, Rossana Fiorini, Saman-**

tha Gandin, Elmar Giacommo, Vito Giacommo, Daniela Gorla, Gruppo forMe (Zhenru Liang, Geremia Renzi, Liuchang Li), Mario Massari, Paola Moretti, Mariele Nova, Edy Persichelli, Antonella Prota Giurleo, Etta Rossi, Eugenia Scaglioni, Carlo Spoldi, StudioPace10, topylabrys, Micaela Tornaghi, Yukoh Tsukamoto, Ada Eva Verbena, Franco Vertovez.

Per l'ottava edizione di *Olio Officina Festival Arte da mangiare* ha coinvolto gli studenti della classe 3[^] ALG del *Liceo Artistico IIS Majorana di Cesano Maderno*, coordinati dalla Prof.ssa **Enza Clapis**, e gli studenti della classe 4[^] B del *Liceo Artistico Ambrogio Alciati di Vercelli*, coordinati dai Proff. **Diego Pasqualin, Isabella Vitti e Vincenzo Zucchetto.**

Gli studenti della classe 3[^] ALG hanno progettato e realizzato manifesti pubblicitari sull'olio da olive. Gli studenti della classe 4[^] B hanno realizzato modellini di oliere accompagnati da pieghevoli pubblicitari.

NUOVI STILI, NUOVI LINGUAGGI

Campagne stampa, spot e allestimenti a cura degli allievi della Fondazione Accademia di Comunicazione di Milano, con la direzione creativa di **Antonio Mele.**

Nel chiostro di *Palazzo delle Stelline*, durante i tre giorni del grande happening, gli occhi del pubblico potranno contemplare in tutti i lati, sulle traversine in alto, le creatività per una modulata serie di campagne pubblicitarie realizzate attraverso affissioni: *Oil is not the same; Less is more; Scopri la vera essenza del gusto; Extra Vergine. Extra Terrestre; Extra Vergine. Extra Experience; Amplifica i tuoi sensi; Extra Explosion; Il tempo ha sempre dei nuovi sapori da raccontare; Be Extra; Equilibrio; Less is More; Is not always the same; ...*

IL MIO OLIO PROGETTATO

Il percorso dell'olio attraverso il design

Il designer **Mauro Oliveri** racconta con una installazione il percorso forse meno argomentato e con ogni certezza mai svelato in tutta la sua evidenza, compiuto dall'olio ogni volta che viene posto in commercio e chiuso in un contenitore, pronto per essere veicolato nelle cucine domestiche e professionali di ogni angolo del mondo.

NOSTRA SIGNORA PUBBLICITÀ

Una installazione di **Davide Montagna, Gardening & Landscaping**

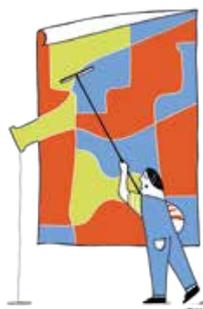
SALA LEONARDO SABATO 2 FEBBRAIO ORE 17.00

STORIA DI UN SUCCESSO POCO CONOSCIUTO: COME ABBIAMO SCONFITTO LA MALARIA

Conferenza spettacolo di **Antonio Pascale**

La bella addormentata: ovvero, l'Italia nel 1882. Almeno a considerare la carta geografica della malaria, quella delineata dal senatore Carlo Torelli: delle 69 province della penisola solo Imperia e Macerata non erano colpite. Degli allora 25 milioni di abitanti, 11 erano costantemente a rischio, di questi ultimi, 2 milioni ogni anno contraevano il morbo e 15 mila morivano. Un disastro. Ma allora, come abbiamo sconfitto

la malaria? Una delle storie italiane di successo più belle e meno raccontate, quasi sconosciute: un'intera comunità mobilitata per sconfiggere la malattia, e trasformare un paese costantemente addormentato in uno sveglio e vigile. Una storia appassionante dove cultura umanistica e scientifica si fondono per aprire uno sguardo a un'impresa del passato e per affrontare i problemi del presente.



L'ANTICAMERA

oof

ORE 16.00

TUTTE LE EVOLUZIONI DELL'OLIO

Un viaggio, per immagini, attraverso gli spot pubblicitari e le molteplici forme del packaging e del visual design

In attesa dell'inizio dei lavori, è possibile prendere posto in sala e assistere alle proiezioni, in sequenza, degli spot realizzati per *Olio Officina Festival* dagli allievi dell'*Accademia di Comunicazione di Milano* sotto la direzione creativa di **Antonio Mele**. Inoltre, sarà passata in rassegna anche la selezione dei premiati della sesta edizione del concorso *Le Forme dell'Olio* e della prima edizione delle *Forme dell'Aceto*, competizioni espressamente dedicate al *packaging* e al *visual design*.

A cura di **Olio Officina**

NOSTRA SIGNORA PUBBLICITÀ. SALUTO DI APERTURA

Luigi Caricato, ideatore e direttore della manifestazione, introduce l'ottava edizione di Olio Officina Festival

**L'OLIO
IMMAGINARIO,
L'OLIO
IMMAGINATO**

oof

ORE 16.30

ITALIAN BRAND

Il racconto di una identità attraverso il commercio delle latte d'olio. In un video la storia di un popolo

L'OLIO IN LATTA

Dario Cimorelli, ad di Silvana Editoriale; Manuela Guatelli, Museo Guatelli; Daniela Lauria, Museo Guatelli

La Collezione Storica di Lattine per Olio diventa un libro per i tipi di Silvana Editoriale: Lattine italiane per olio di oliva: 1860-1960

Si tratta di una raccolta unica al mondo, dove sono riunite oltre sei mila contenitori per l'olio realizzati tra la fine Ottocento e prima metà del Novecento da importanti designers per esportare il prezioso ingrediente alle comunità di emigrati Italiani. Ogni lattina costituisce una vera opera d'arte e mostrava un pezzo di storia dell'Italia di cui andare fieri nel mondo: dalla lirica alla politica, dai santi ai grandi personaggi della storia...

**PERSONALITÀ
DEL NOSTRO
TEMPO**

oof

ORE 17.00

PREMIO OLIO OFFICINA - CULTURA DELL'OLIO

Consegna premi e conversazione con i premiati

Marco Bonaldo, imprenditore oleario, Galateo & Friends; **Anna Cane**, master blender e chimica dell'olio, presidente gruppo oliva *Assitol*; **Chiara Coricelli**, imprenditrice olearia, ad *Pietro Coricelli Spa*; **Antonio Mele**, direttore creativo; **Antonisa Perrone**, imprenditrice olearia, amministratore unico *Masserie di Sant'Eramo*; **Paolo Giordano**, narratore (ritirerà il premio sabato 2 febbraio)

SAPERI

oof

ORE 18.00

GABRIELE D'ANNUNZIO, L'OLIO, LA PUBBLICITÀ

Conversazione con Giordano Bruno Guerri, scrittore e storico, presidente della Fondazione Vittoriale degli Italiani

Con la presentazione di *Oleum Vatis*, l'olio extra vergine di oliva ottenuto dai 395 olivi presenti nella tenuta del *Vittoriale*, recuperati a opera dell'azienda agricola *Il Cavaliere*, con l'intento di svolgere un'azione sociale che insegni l'autoimprenditorialità a giovani desiderosi di dare una svolta alla propria vita.

OLIO: PUBBLICITÀ DA INDOSSARE. MOSTRA IN MOVIMENTO

A cura di **Arte da Mangiare**

ORE 18.30

ALDOUS HUXLEY E L'ALBERO DI OLIVO

Presentazione del volume L'Albero di olivo, di Aldous Huxley, Edizioni Henry Beyle

Giuseppe Barbera, scrittore, professore di Colture arboree all'*Università di Palermo*;

Vincenzo Campo, bibliofilo, fondatore *Edizioni Henry Beyle*;

Stefano Salis, giornalista culturale del quotidiano *Il Sole 24 Ore*; **Ferdinando Scianna**, fotografo



L'ANTICAMERA



ORE 9.00

TUTTE LE EVOLUZIONI DELL'OLIO

Un viaggio, per immagini, attraverso gli spot pubblicitari e le molteplici forme del packaging e del visual design.

In attesa dell'inizio dei lavori, è possibile prendere posto in sala e assistere alle proiezioni, in sequenza, degli spot realizzati per Olio Officina Festival dagli allievi dell'Accademia di Comunicazione di Milano sotto la direzione creativa di **Antonio Mele**.
A cura di **Olio Officina**

ORE 9.15

NOSTRA SIGNORA PUBBLICITÀ. SALUTO DI APERTURA DEI LAVORI

Luigi Caricato, ideatore e direttore della manifestazione, introduce l'ottava edizione di Olio Officina Festival

ITALIAN BRAND

Il racconto di una identità attraverso il commercio delle latte d'olio. In un video la storia di un popolo

Con **Manuela Guatelli**, *Museo Guatelli*

COMUNICAZIONE



ORE 9.30

PUBBLICIZZARE L'OLIO EXTRA VERGINE DI OLIVA. LA GRANDE SFIDA. PARTE PRIMA

La comunicazione è come un'etichetta attaccata al prodotto: deve riuscire a trasmettere in maniera semplice e incisiva quali siano le qualità di ciò che vogliamo pubblicizzare. Nella ricerca dei concetti creativi, è fondamentale trovare contenuti distintivi e avere un punto di vista interessante. Il vero media deve riuscire a catturare il consumatore e farsi ricordare.

Antonio Mele, creative director, con gli allievi dell' *Accademia di Comunicazione di Milano*

ORE 10.00

COMUNICARE CON EFFICACIA NELLA GIUNGLA DEL WEB

Comunicare, raccontare, creare, qualificare, misurare. Ovvero, come cambia il modo di comunicare e fare pubblicità nell'era dei social.

Oggi per le imprese la vera sfida è raggiungere le generazioni più giovani, *Millennial* e *Z Generation*.

La domanda di contenuti informativi si fa crescente ed è alla base di fenomeni come *Influencer Marketing* e gli *Sponsored*.

Paolo Lottero, fondatore e ceo di *Struttura Fine*, esperto di Strategie Digitali e Social Media

ORE 10.30

QUEL CHE LE AZIENDE NON OSANO. PERCHÉ SI FA POCA PUBBLICITÀ NEL SETTORE OLEARIO, E PERCHÉ SI È POCO CONVINCENTI ED EFFICACI?

Andrea Carrassi, direttore *Assitol*; **Tullio Forcella**, direttore *Federolio*;

Juan A. Peñamil Alba, editore *Mercacei e Olivatessen*

ORE 11.00

LA FAKE NEWS SUL PREZZO DELLE BOTTIGLIE D'OLIO IN COMMERCIO. TUTTA LA VERITÀ, SOLO LA VERITÀ

Troppo spesso si sostiene, a torto o a ragione, che il costo di un kg di olio extra vergine di oliva non possa essere inferiore ai 6-8 euro. È proprio così? Il noto esperto di marketing presenta uno studio del *Consiglio oleicolo internazionale* che chiarisce in via definitiva i reali costi dell'olio in Italia confrontati con quelli del resto del mondo, secondo le varie tipologie di olivicoltura. Ne esce un quadro molto esplicito e inequivocabile.

Massimo Occhinegro, esperto di marketing

ORE 11.30

INDAGINE SUI CONSUMI DI OLIO EXTRA VERGINE DI OLIVA PRESSO LE FAMIGLIE MILANESI

Misurare la vera esperienza di consumo dell'olio extra vergine di oliva, è l'iniziativa di *Olio Officina* in collaborazione con la società di ricerca *Amagi-ForSurvey* e in collaborazione con *Chemiservice*. L'obiettivo di tale ricerca è documentare le opinioni, gli usi, le abitudini e il gradimento delle varie marche di extra vergini.

Daniele Tirelli, fondatore di *Amagi* e presidente del *Retail Institute Italy*,

con la testimonianza di **Valentina Cardone**, *Chemiservice*

COMUNICAZIONE

oof

ORE 12.00

COMUNICARE CON IL CONSUMATORE. LA SFIDA CHE APPARE IMPOSSIBILE

La presentazione della guida vademecum *Olio extra vergine di oliva: un tesoro da custodire*, voluta e realizzata da Assitol e Unione Nazionale Consumatori, è un utile supporto pensato per fornire informazioni essenziali a chi acquista l'olio con l'intento di salvaguardare le qualità dell'olio da olive attraverso una serie di regole da rispettare a casa, ma anche nei ristoranti e negli esercizi commerciali.

Anna Cane, presidente Gruppo oliva Assitol; **Massimiliano Dona**, direttore generale Unione Nazionale Consumatori; **Sonia Re**, direttore generale Apci, Associazione professionale cuochi italiani

ORE 12.30

SALUTE & GUSTO. CON QUALI EXTRA VERGINI COMUNICARE

L'olio extra vergine di oliva è la versione base di una categoria in cui è la tipologia di optional a fare la vera differenza. Il valore nutraceutico e la ricchezza sensoriale che un extra vergine riesce ad esprimere è la misura degli optional che il produttore ha deciso di inserire. Peccato solo che il consumatore non abbia modo di saperlo. Resta da comprendere come si debba comunicare l'alta qualità degli oli.

Maria Grazia Minisci, presidente Ceq, Italia; **Soledad Serrano**, presidente QV Extra!, Spagna; **Mariana Matos**, direttore generale Casa do Azeite, Portogallo; **Lisa Paglietti**, economista Fao; **Claudio Truzzi**, responsabile qualità Metro Italia

Con la presenza di **Mauro Meloni**, direttore Ceq, e **Francesco Tabano**, presidente Federolio

ORE 13.30

COMUNICARE BENE E IN MODO EFFICACE.

TUTTO SI GIOCA SU UNA PAROLA CHIAVE: FORMAZIONE

La prima edizione del concorso "Ricette Evo", pensata per valorizzare l'olio extra vergine di oliva quale ingrediente primario e centrale a tavola e in cucina, vede al centro dell'attenzione i giovani. È una iniziativa voluta da Santagata 1907 in collaborazione con l'Istituto alberghiero Nino Bergese di Genova e l'Istituto alberghiero Bonaldo Stringher di Udine. Una competizione per giovani talenti con due sezioni: ricette tradizionali rivisitate e ricette creative.

Intervengono **Cristina Santagata**, Santagata 1907 Spa, con i docenti e gli allievi delle scuole partecipanti

ORE 14.15

PREMIO LE FORME DELL'OLIO, PREMIO LE FORME DELL'ACETO

Presentazione dei due concorsi dedicati al packaging e al visual design. Alcuni tra i componenti della giuria intervengono per fare il punto della situazione e capire le nuove tendenze intraprese dalle aziende olearie.

Mauro Olivieri, designer, presidente ADI Liguria Associazione per il disegno industriale e presidente della Giuria del Premio Le Forme dell'Olio e Le Forme dell'Aceto; **Alessia Cipolla**, architetto, designer e giornalista;

Marisa Fumagalli, giornalista del Corriere della Sera; **Antonio Mele**, direttore creativo;

Maria Zemira Nociti, specialista in food packaging ed etichettatura;

Sara Gecchelin, Packaging&Design per la rivista *Imbottigliamento*

ORE 14.30

Roberto Bazzano, Anna Gioria, Serena Mela

L'ETICHETTA IN BRAILLE

Comunicare l'olio a tutti, senza alcuna distinzione

Valentina Cardone

ETICHETTE IMPERFETTE

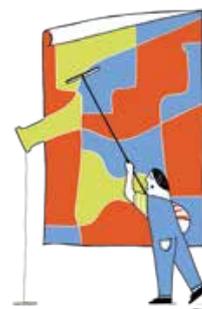
Troppe restrizioni per il settore olio da olive. È possibile uscirne indenni?

Le etichette presenti su una bottiglia d'olio non sempre consentono di esprimere tutto il valore degli oli da olive. Un eccesso di legislazione imbriglia un prodotto che ha invece molto da raccontare. Sono allo studio alcune soluzioni per contrastare tale fenomeno. L'obiettivo è rendere gli oli da olive più competitivi sul mercato.

ORE 15.00

PREMIAZIONE DEI VINCITORI. PRIMA PARTE

Consegna dei premi e presentazione di alcuni concept.



COMUNICAZIONE



ORE 15.30

PERCHÉ PUNTARE SUL PACKAGING? UNA CASE HISTORY

A volte la scelta di cambiare abbigliamento può rimodulare il mercato.

Micol Valle, Business Development Manager di Arconvert, **Mario Cavallaro**, direttore Creativo di nju:comunicazione, **Sabino Basso**, Olio Basso; **Rossana Del Bon**, Bruni Glass

ORE 16.00

PREMIAZIONE DEI VINCITORI. SECONDA PARTE

Consegna dei premi e presentazione di alcuni concept.

ORE 16.30

Vanni Codeluppi

STORIA DELLA PUBBLICITÀ ITALIANA

Un sociologo rende omaggio al genio e alla creatività degli italiani, attraverso le pagine di un libro edito da *Carocci*, *Storia della pubblicità italiana*, a partire dal quale si ripercorre un secolo e mezzo di campagne pubblicitarie create e diffuse nel nostro Paese. Una storia, quella della pubblicità italiana, che s'intreccia inevitabilmente con l'evoluzione dei costumi, del gusto e delle correnti artistiche del momento.

ORE 17.00

PREMIAZIONE DEI VINCITORI. TERZA PARTE

Consegna dei premi e presentazione di alcuni concept.

ORE 17.30

PUBBLICIZZARE L'OLIO EXTRA VERGINE DI OLIVA. LA GRANDE SFIDA. PARTE SECONDA

Antonio Mele, creative director, con gli allievi dell'*Accademia di Comunicazione di Milano*;

Lorenzo Marini, creative director (interviene in collegamento Skype da Los Angeles)

DALLA MATITA AL MOUSE

Uno storico protagonista della pubblicità italiana incontra la generazione 3.0.

Considerazioni a margine di un libro scritto da **Badiani** insieme con **Gianfranco Marabelli** per *Fausto Lupetti Editore*.

Maurizio Badiani, creative director

ORE 18.00

LISCIO COME L'OLIO

La saga dell'Olio Sasso, la storia di un'eredità. A raccontarla **Guido Novaro**, figlio di Cellino, ultimo discendente in linea diretta di Agostino Novaro, che nella seconda metà dell'Ottocento creò la *Sasso*, forse la più nota delle aziende olearie italiane. La vicenda, complicata e affascinante, di una famiglia di imprenditori, uomini di lettere e collezionisti. Le peripezie, ricche di colpi di scena, di un'eredità evaporata. Un memoir sincero, dolente ma sereno, fra scuole svizzere e agguati terroristici, pubblicità e conti offshore. L'autore lavora nelle aree marketing e comunicazione di diverse società multinazionali e agenzie pubblicitarie. La presentazione del libro *Liscio come l'olio*, edito da 1000 e una notte.

L'autore, **Guido Novaro**, ne parla con l'editore **Roberto Casalini**

ORE 18.30

LO STATO DELL'ARTE DELLA PUBBLICITÀ IN ITALIA

Come si è evoluta in questi anni e in che direzione sta andando la pubblicità, soprattutto dopo la grande crisi degli ultimi anni, con la chiusura di molte agenzie. Quali sono le nuove tendenze in atto? Tra i vari committenti, il settore dell'olio si presenta tra i più deboli e meno motivati, poco incline a investire. Quali soluzioni sono possibili per spingere il comparto oleario a investire in comunicazione pubblicitaria?

Aldo Tanchis, creative director

ORE 19.00

PH 7.4

Performance dell'artista Alex Sala

L'ANTICAMERA

oof

ORE 9.00

TUTTE LE EVOLUZIONI DELL'OLIO

Un viaggio, per immagini, attraverso gli spot pubblicitari e le molteplici forme del packaging e del visual design

A cura di **Olio Officina**

COMUNICAZIONE

oof

ORE 9.30

**A CHE SERVE L'ALTO VALORE SIMBOLICO DELL'OLIO SE A BENEFICIARNE
NON È IL COMPARTO OLEARIO?**

C'è tutto un valore che si disperde, a vantaggio di tutti tranne che dell'olio stesso.

L'olio da olive si pone sempre in uno stato di perenne cavalier servente. È possibile uscire da questo stato di impasse?

Gabriella Stansfield, presidente *Donne dell'Olio*

COMUNICAZIONE ESTERNA E COMUNICAZIONE INTERNA. NON SONO MONDI SEPARATI

Noi siamo ciò che comunichiamo, ma cosa avviene all'interno delle aziende? Sono tutti consapevoli di ciò che viene trasmesso al di fuori? È fondamentale la coerenza del messaggio interno ed esterno.

Ludovico Pasini, formatore esperienziale

ORE 10.00

LA CYBER PROPAGANDA, OVVERO LA PROMOZIONE NELL'ERA DEI SOCIAL

Oggi siamo di fronte a un nuovo processo di alfabetizzazione, l'unico in grado di rendere il cittadino consapevole e protagonista di un afflusso comunicativo e informativo tanto ampio da permettergli di essere anche figura di primo piano in senso pluridirezionale. Ma cosa accade veramente con la digitalizzazione delle nostre vite?

Possiamo sentirci al sicuro da intromissioni e condizionamenti? I creatori degli algoritmi, che di fatto rappresentano le nuove vestali dell'informazione, controllano tutto.

Alfonso Pascale, presidente del *Ceslam*, Centro di sviluppo locale in ambiti metropolitani, è autore per *Olio Officina* del libro *La cyber propaganda. Ovvero la promozione nell'era dei social*

ORE 10.30

IL NASO DEL MARKETING: LA COMUNICAZIONE OLFATTIVA NEI PROCESSI D'ACQUISTO

Se fino a qualche decennio fa per soddisfare le richieste dei consumatori bastava offrire buoni prodotti e migliorare la qualità dei servizi, oggi questo non sembra più sufficiente: le esigenze dei consumatori sono cambiate e lo schema cognitivo bisogno-acquisto-beneficio cui si ispirava il marketing tradizionale ha ceduto il posto a nuove strategie mirate a procurare al potenziale cliente un'esperienza emozionale, facendo leva sulla stimolazione sensoriale.

Rosalia Cavalieri, docente di filosofia e teoria dei linguaggi all'*Università di Messina*

SCIENZA

oof

ORE 11.00

LA SORPRESA OLIO DI SANSÀ: FONTE DI ANTIOSSIDANTI

È un olio che sugli scaffali dei negozi italiani quasi non si trova più, ma si produce, esiste e ricopre un ruolo molto importante, per il grande successo riscontrato nei mercati esteri, in aperta concorrenza con gli oli da seme e gli altri grassi alimentari, vincendo di gran lunga sul fronte nutrizionale. "Sansa ed oli di sansa fonti di antiossidanti" è il titolo di uno studio che la Pantaleo Spa ha commissionato all'Università di Udine e da cui emerge un dato sorprendente e sensazionale: il contenuto in tocoferoli si assesta su livelli paragonabili a quelli degli oli vergini.

Nicola Pantaleo, ad *Pantaleo Spa*; **Lanfranco Conte**, già ordinario di Chimica e alimenti *Università di Udine*;

Massimo Occhinegro, esperto di marketing;

Michele Martucci, presidente *Gruppo olio di sansa Assitol* e amministratore *Saio Spa*

Incursione gastronomica dello chef **Cesare Marretti**

NON PARLO NON SENTO NON VEDO, MA MANGIO

Biscotti all'olio in tre tipologie di extra vergini diversi, in omaggio ai presenti



RISTORAZIONE



ORE 11.45

OLI DI INTRATTENIMENTO

Cosa significa "olio di intrattenimento"? Perché avanzare una simile proposta per guadagnare spazio e valore nei ristoranti? Può essere davvero funzionale e utile una simile proposta? Verrebbe accettata?

Il ruolo strategico della ristorazione è fondamentale e costituisce la chiave di volta per valorizzare gli oli da olive.

Con l'occasione si presenta il volume di **Giuseppe Capano**, *Semplicità in cucina*, edito da *Tecniche Nuove*.

Tony May, presidente *Italian Culinary Foundation New York*;

Antonello Maietta, presidente *Associazione Italiana Sommelier*; **Carlo Romito**, presidente *Solidus*;

Silvio Poletto, Segretario generale associazione pizzaioli *Apes*; **Giuseppe Capano**, chef

ORE 12.30

QUANDO I PESCI (DELLA BASILICATA) NUOTANO NELL'OLIO (LUCANO)

La presentazione dello speciale dedicato ai pesci e agli oli lucani, edito da Olio Officina.

Luca Braia, assessore alle Politiche agricole e forestali della Regione Basilicata;

Valentina Tepedino, direttrice del periodico *Eurofishmarket*;

Michele Bruccoli, marketing e comunicazione *Dipartimento Agricoltura Regione Basilicata*;

Nicola Mastromarino, presidente *Flag "Coast to Coast" FEAMP 2014/2020 - Basilicata*

ORE 13.00

IL MAIALE E L'OLIO DA OLIVE

Due alimenti che nutrono la salute, molto importanti e sui quali c'è molto ancora da riflettere e indagare. Sia l'olio da olive, sia la carne di maiale sono ricchi di acido oleico, elemento cruciale nella prevenzione della malattia ischemica cardiovascolare, con un effetto inibitorio anche sui vari aspetti della funzione piastrinica, che potrebbe essere associato a un ridotto rischio di malattie cardiache.

Massimo Cocchi e **Francesco Sardo**, Dipartimento di Scienze Mediche Veterinarie dell'*Università di Bologna*

TURISMO



ORE 13.30

DOP GARDA. L'OLIO E IL SUO LAGO

Creare attenzioni e concentrare l'interesse verso un territorio, già di successo sul fronte del turismo, senza tuttavia trascurare il suo entroterra, che rende il paesaggio del Garda bello e affascinante proprio per i suoi olivi.

Presentazione dell'annuario *Olio Officina Almanacco 2019*, interamente dedicato all'olio *Dop Garda* e al suo territorio.

Laura Turri, presidente *Consorzio olio Dop Garda*

ORE 14.00

RIVIERA LIGURE DOP EXPERIENCE

Concepire una nuova forma di turismo, valorizzando l'olio extra vergine di oliva del territorio, quello a marchio *Dop*.

Una brillante idea che ha dato luogo a un progetto-pilota di turismo esperienziale e a pacchetti turistici che il *Consorzio di tutela dell'olio Dop Riviera Ligure* ha realizzato insieme a *Ligucubario®* (marketing enogastronomico) e a *Volver Tour Liguria* (tour operator), al fine di valorizzare, nella Liguria di Ponente e Levante, i valori sapienziali e organolettici degli extra vergini a denominazione di origine protetta.

Giorgio Lazzaretti, direttore *Consorzio Dop Riviera Ligure*;

Umberto Curti, docente e saggista di marketing enogastronomico

COMUNICAZIONE



ORE 14.30

LA STORIA DELLA PUBBLICITÀ VISTA ATTRAVERSO GLI ARCHIVI

Il mondo della pubblicità è stato raccolto e custodito in tre archivi presenti nelle sale della *Fondazione Mario Novaro* a Genova. Si tratta dei fondi *Sasso*, *Mario Medici* e *Azienda Liguria*, una ricca miniera di utili informazioni, fonti imprescindibili per quanti vogliono approfondire e indagare il tema.

Maria Novaro, *Fondazione Mario Novaro*

COMUNICAZIONE ORE 15.00

oof

QUALI POSSIBILI SCENARI FUTURI PER LA PUBBLICITÀ

Ovunque pubblicità, anche sugli smartphone. Cosa succede in un mondo che cambia rapidamente e con tutti gli schemi del passato che crollano a uno a uno? In che direzione è possibile muoversi per essere più efficaci e credibili nella comunicazione pubblicitaria?

Antonio Mele, creative director, docente *Fondazione Accademia di Comunicazione*

ORE 15.30

LE MACCHINE OLEARIE: DAL BREVETTO ALLA PUBBLICITÀ DEL PRODOTTO

Le macchine rappresentano i mezzi attraverso i quali avviene il processo di produzione dell'olio. Non si può pertanto considerare un frantoio senza concentrarsi sugli "oggetti" del lavoro magistralmente orchestrati dall'uomo. Con l'avvento dell'età industriale venne data grande importanza, tanto che le numerose ditte che brevettarono e produssero le macchine, sentirono la necessità di pubblicizzarle su giornali, almanacchi, annuari, riviste e cataloghi.

Antonio Monte, ricercatore *Cnr-Ibam*

ORE 16.00

È LAMPANTE!

La presentazione di una grande mostra in programma dal 25 aprile al 3 novembre nel Salento, dal titolo *Lampante. Gallipoli città dell'olio*, in cui si celebra "l'oro liquido" che dall'inizio del XVI secolo permise a Gallipoli di divenire la maggiore piazza europea per la produzione e commercializzazione di olio lampante, "illuminando" le grandi capitali europee e intrattenendo ricchi commerci e scambi culturali.

Raffaella Zizzari, architetto, direzione artistica Castello di Gallipoli

ORE 16.30

SUPERARE LE ANTICHE LOGICHE. BASTA CONCETTI COME TRADIZIONE, FAMIGLIA, LUOGO. SI FACCIANO VALERE CULTIVAR E TECNOLOGIA

Nell'ambito della vasta e composita comunità degli oleari, non si dismettono mai i soliti approcci basati sulle consuete e abusate formule. Forse è la volta buona per voltare pagina e cambiare registro e stile comunicativo.

Domenico Fazio, agronomo e oleologo; **Adamo Balestrieri**, giornalista

ORE 17.00

STORIA DI UN SUCCESSO POCO CONOSCIUTO: COME ABBIAMO SCONFITTO LA MALARIA

Conferenza spettacolo di Antonio Pascale

Una storia appassionante dove cultura umanistica e scientifica si fondono per aprire uno sguardo a un'impresa del passato e per affrontare i problemi del presente.

ORE 18.00

CONSEGNA DEL PREMIO OLIO OFFICINA A PAOLO GIORDANO

Le stagioni, la vita, il radicamento alla terra

Presentazione del romanzo *Divorare il cielo* di **Paolo Giordano** (Einaudi). Una storia ambientata in una masseria pugliese al tempo della *Xylella fastidiosa*.

Ne discutono con l'autore, **Luigi Caricato** e lo scrittore **Antonio Pascale**

ORE 19.00

L'OLIO A FUMETTI

Presentazione dello speciale dedicato ai fumetti, pubblicato nel numero 7 della rivista OOF International Magazine. Ne discutono con il direttore **Luigi Caricato**: **Mario Greco**, direttore artistico «FuoriAsse - Officina della cultura»; **Riccardo Rama De Tisi**, fotografo e cuoco; **Manfredi Toraldo**, sceneggiatore e docente presso la Scuola Internazionale di Comics di Torino e Genova.

IL CONGEDO DALLA OTTAVA EDIZIONE DI OLIO OFFICINA FESTIVAL

Un ringraziamento al pubblico, ai relatori e ai sostenitori, con l'annuncio della nona edizione in programma dal 7 al 9 febbraio 2020, con tema portante *L'olio dei popoli*.



**GIOVEDÌ
31 GENNAIO**

ORE 19.15

VERNISSAGE E APERTURA

MOSTRA CARAPELLI FOR ART IL GUSTO PREMIA L'ARTE

Arte dell'extra vergine e arte contemporanea

L'iniziativa di *Carapelli Firenze* all'insegna della qualità per celebrare i 125 anni di fondazione dell'azienda, con le opere della prima edizione del *Premio Carapelli for Art* esposte nel chiostro di *Palazzo delle Stelline*.

Con la partecipazione di: **Federica Boràgina**, Giuria *Carapelli For Art*, *Carapelli Firenze Spa*

**VENERDÌ
1 FEBBRAIO**

ORE 11.45

CARAPELLI – LE ORIGINI. STORIE DI MAESTRI OLEARI

Le Origini raccontano le eccellenze olearie nostrane attraverso le storie di selezionati Maestri Oleari e delle tradizioni legate ai loro territori: storie di qualità, di territorialità, di arte olearia e di vita, che aggiungono il valore umano a quello dell'olio extra vergine italiano.

ORE 12.30

TOSCANO IGP, TERRA DI BARI DOP E OLIO DI CALABRIA IGP

ASSAGGIO IN PUREZZA DEGLI OLI LE ORIGINI

Presentazione prodotti e degustazione guidata dei tre prodotti Carapelli Le Origini

Con la partecipazione di: **Igor Boccardo**, Direttore Generale *Carapelli Firenze Spa*;

Matteo Sala, Direttore Marketing *Carapelli Firenze Spa*; **Anna Cane**, Master Blender *Carapelli Firenze Spa*;

Marzia Migliorini, Capo Panel *Carapelli Firenze Spa*; **Maestri Oleari Carapelli**

ORE 13.00

GLI OLI CARAPELLI LE ORIGINI INTERPRETATI IN RICETTE INEDITE

Show Cooking e degustazione ricette a cura dello chef Fabrizio Rivaroli, con buffet conclusivo.

EVENTO RISERVATO: MASSIMO 30 PERSONE

**SABATO
2 FEBBRAIO**

ORE 10.00

A TU PER TU CON I TERRITORI. GLI OLI DELLA BASILICATA

Sessione di assaggio dedicata agli oli lucani, con presentazione dello speciale *I pesci nuotano nell'olio*.

A cura della *Regione Basilicata*, con la presenza dell'assaggiatore **Giovanni Lacertosa**

ORE 11.30

A TU PER TU CON I TERRITORI. OLI DAL MONDO

Sessione di assaggio di oli provenienti da Spagna, Grecia, Tunisia, Marocco, Turchia, Cile, Argentina, Australia, California, Giappone, Taiwan

A cura di **Marcello Scoccia**, Capo panel e vicepresidente *Onaoo*

ORE 14.30

SAPORI, PROFUMI E PAROLE. GLI OLI DI FAMIGLIA, GLI OLI RESPONSABILI

Tre sessioni di assaggio

A cura di **Mimmo Lavacca**, *Associazione Terrasud* e **Antonio Giampietro**, *Associazione Olio ResponsAbile*

Orari delle tre sessioni: ore 14.30 – 16.00 – 17.30

VENERDÌ

1

FEBBRAIO

SABATO

2

FEBBRAIO

**SALA
CHAGALL**

SALA SAGGI ASSAGGI

A cura di **Francesco Caricato**, oleologo, direttore del *Centro culturale Casa dell'Olio*

Non mancano, come di consueto a *Olio Officina Festival* gli **assaggi guidati**, programmati secondo un ricco calendario di degustazioni in un intenso non stop. Per iscriversi, è necessario indicare il proprio nome al desk di ingresso, dove è possibile prenotarsi, fino a esaurimento dei posti. La programmazione delle degustazioni, con gli oli da degustare, può subire variazioni. Ogni seduta di assaggio ha la durata di un'ora, salvo indicazione contraria. Al termine di ciascun assaggio la sala va liberata affinché possa essere allestita per la seduta successiva.

PRENOTAZIONI Qualora non espressamente indicato, il calendario dei singoli oli degustati è disponibile all'ingresso della sala e al desk di accoglienza. Oppure si possono prenotare scrivendo a posta@olioofficina.com

La *Sala Saggi Assaggi* è dedicata anche, **sabato 2 febbraio**, alla degustazione guidata delle olive da tavola a cura di **Roberto De Andreis**. Le sessioni di assaggio, qualora non specificato diversamente, sono tutte a cura della *Casa dell'Olio*.

**VENERDÌ
1 FEBBRAIO**

L'OLIO NEL BICCHIERE

Sette sessioni di assaggio di oli in purezza

L'inizio degli assaggi è fissato per le **ore 10**. La durata di ciascuna sessione è di un'ora.

Massimo 25 persone per seduta di assaggio.

Calendario sedute di assaggio: ore 10.00 - 11.15 - 12.30 - 15.15 - 16.30 - 17.45 - 19.00

ORE 13.30

PANE & OLIO

Il progetto di *Assitol*, l'Associazione italiana per l'industria olearia, e di Fippa, la *Federazione italiana panificatori e affini*, uniti per la valorizzazione della merenda all'italiana.

**SABATO
2 FEBBRAIO**

L'OLIO NEL BICCHIERE

Tre sessioni di assaggio di oli in purezza

A cura di **Francesco Caricato**, oleologo, *Casa dell'Olio* L'inizio degli assaggi è fissato per le **ore 10**. La durata di ciascuna sessione è di un'ora. **Massimo 25 persone** per seduta di assaggio.

Calendario sedute di assaggio degli oli: ore 10.00 - 11.15 - 12.30

LE OLIVE DA TAVOLA DELLA CULTIVAR TAGGIASCA E LE ALTRE OLIVE SIMILARI

Due sessioni di assaggio di olive da tavola

Riservate a **sole 25 persone** e della durata complessiva di un'ora e mezzo per ciascuna seduta.

Al centro dell'attenzione le celeberrime olive liguri, in confronto dialettico, e sensoriale, con altre olive da mensa, con prove di assaggio a confronto.

Prima sessione: ore 14.30 **Seconda sessione:** ore 16.30

Roberto De Andreis, esperto internazionale di analisi sensoriale, membro del *Gruppo olive da tavola del Consiglio oleicolo internazionale*, autore del volume *L'assaggio delle olive da tavola*, edizioni *Olio Officina*.

GIOVEDÌ

31

GENNAIO

VENERDÌ

1

FEBBRAIO

SABATO

2

FEBBRAIO

**SALA
AGNESI**

SALA PROIEZIONI

ORE 16.00 - 20.30

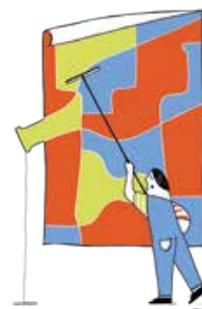
ORE 9.00 - 20.30

ORE 9.00 - 20.30

TUTTE LE EVOLUZIONI DELL'OLIO

Un viaggio, per immagini, attraverso una serie di spot pubblicitari del passato, del presente e del futuro

Le proiezioni, in sequenza, di una serie di spot aziendali tra i più celebri. Gli spot realizzati dagli allievi dell'*Accademia di Comunicazione di Milano* per *Olio Officina Festival* sotto la direzione creativa di **Antonio Mele**.



**VENERDÌ
1 FEBBRAIO**

ORE 11.00

A TU PER TU CON I TERRITORI. GLI OLI DELLA BASILICATA

Sessione di assaggio dedicata agli oli lucani, con presentazione dello speciale I pesci nuotano nell'olio
A cura della Regione Basilicata, con la presenza dell'assaggiatore **Giovanni Lacertosa**

ORE 12.30

RISPETTO E AMORE PER LA TERRA.

WORKSHOP "QUANDO L'OLIO FINISCE IN BARATTOLO E INCONTRA ALTRI ALIMENTI"

Sessione di assaggio guidato e ragionato di creme, salse e pesti
A cura di **Agostino Sommariva**, Sommariva Tradizione Agricola

ORE 15.00

DOLCI SANI E LEGGERI CON L'OLIO DOP GARDA

Dimostrazione di Manuel Marzari, maestro di dolcezza

- Sablè alla vaniglia base con *olio Dop Garda* e legumi - Crumble crudista al cacao con *olio Dop Garda* e malto di riso
- Ganache al cioccolato e *olio Dop Garda*

Tutte le preparazioni proposte sono realizzate senza latticini, senza glutine e senza uova. Nella creazione di una pasticceria assolutamente innovativa, che si contraddistingue per l'attenzione al gusto e alla forma, con l'obiettivo di diffondere anzitutto un'esperienza culinaria, si fa ricorso solo a materie prime alternative. Lo chef **Marzari** con la sua performance ci aiuta a comprendere come impastare e preparare l'impasto, come conservarlo, come creare il crumble e la ganache di cioccolato.

Durata della performance: due ore

SI PUÒ PARTECIPARE SOLO SU PRENOTAZIONE OBBLIGATORIA

Per iscriversi al workshop è necessario indicare il proprio nome al desk di ingresso, dove è possibile prenotarsi fino a esaurimento dei posti. È preferibile in ogni caso prenotare prima la propria partecipazione scrivendo a posta@olioofficina.com. I partecipanti sono pregati di non uscire dalla sala a incontro iniziato.

Il workshop prevede la presenza di un massimo di 22 persone.

**SABATO
2 FEBBRAIO**

ORE 10.30

MACCHIE D'OLIO: UN NUOVO LINGUAGGIO CREATIVO

Un laboratorio per bambini dai 5 ai 10 anni.

SOLO SU PRENOTAZIONE, AI SEGUENTI CONTATTI: 02 39843575 - info@artedamangiare.it

ORE 12.30

RISPETTO E AMORE PER LA TERRA.

WORKSHOP QUANDO L'OLIO FINISCE IN BARATTOLO E INCONTRA ALTRI ALIMENTI

Sessione di assaggio guidato e ragionato di creme, salse e pesti
A cura di **Agostino Sommariva**, Sommariva Tradizione Agricola

ORE 14.30

IL PANDOLCE ALL'OLIVA TAGGIASCA CANDITA

L'attualizzazione di un tipico dolce natalizio ligure a cura del giovane chef Enrico Marmo per il *Frantoio di Sant'Agata d'Oneglia*: olive Taggiasche candite con pinoli, uva passa, scorza di limone ligure e olio evo del *Frantoio di Sant'Agata d'Oneglia*. Vengono presentati i passaggi essenziali della ricetta per poi procedere con l'assaggio, unitamente a una degustazione guidata degli oli *Dop Riviera Ligure*.

Intervengono: lo chef **Enrico Marmo** e **Cristiana Mela**, *Frantoio di Sant'Agata d'Oneglia*

SI PUÒ PARTECIPARE SOLO SU PRENOTAZIONE OBBLIGATORIA

Per iscriversi al workshop è necessario indicare il proprio nome al desk di ingresso, dove è possibile prenotarsi fino a esaurimento dei posti. È preferibile in ogni caso prenotare prima la propria partecipazione scrivendo a posta@olioofficina.com. I partecipanti sono pregati di non uscire dalla sala a incontro iniziato.

Il workshop prevede la presenza di un massimo di 22 persone.

ORE 15.30

LA VERSATILITÀ DEGLI OLI LIGURI E LE LOGICHE DEGLI ABBINAMENTI

Abbinare l'olio in modo efficace, senza prevaricare il gusto di altri alimenti. Una guida pratica al corretto impiego. Intervengono: lo chef **Enrico Marmo** e **Cristiana Mela**, *Frantoio di Sant'Agata d'Oneglia*

Incontri a cura del *Centro Internazionale di Studi Europei Sirio Giannini - CISESG*,
del *Centro Internazionale di Studi sulle Letteratura Europee - CISLE*, «FuoriAsse - Officina della cultura» e *Cooperativa Letteraria*.

VENERDÌ
1 FEBBRAIO

ORE 10 - 13

IL NOVECENTO È MORTO. EVVIVA IL NOVECENTO.

Osservatorio sulla Letteratura. Linee di lettura per gli insegnanti e le scuole

Amedeo Anelli, critico letterario, d'arte e poeta; **Guido Conti**, scrittore e studioso; **Daniela Marcheschi**, critico e docente di letteratura italiana e antropologia dell'arte; **Margherita Rimi**, poetessa e neuropsichiatra infantile; **Giorgio Simonelli** - giornalista radiofonico e televisivo; **Alessandro Viti**, studioso e ricercatore *CISESG*

ORE 14.30 - 15.30

ARE YOU TALKIN' TO ME?

Cos'è successo ai dialoghi italiani? Maestri ai tempi del Neorealismo, la narrativa, il teatro e il cinema sembrano avere perso quell'aderenza alla realtà che rende credibile la voce di un personaggio in una battuta di dialogo. A cosa è dovuta questa perdita di credibilità che ha creato una sorta di plastificazione linguistica? Che influenza possono avere avuto la televisione, il doppiaggio nel cinema e le traduzioni dell'American Novel?

Eric Alexander, attore, doppiatore; **Fernando Coratelli**, scrittore e sceneggiatore;

Daniela Marcheschi, critico e docente di letteratura italiana e antropologia dell'arte; **Marco Rossari**, scrittore e traduttore

ORE 16.00 - 18.00

INCONTRARE I POETI. INCONTRARE LA POESIA

LETTURE DEI POETI Silvio Aman, Amedeo Anelli, Luca Ariano, Marco Beck, Guido Conti, Adele Desideri, Antonella Doria, Giuseppe Langella, Franca Mancinelli, Annalisa Manstretta, Beppe Mariano, Guido Oldani, Alessandra Paganardi, Maria Pia Quintavalla, Stefano Raimondi, Margherita Rimi, Davide Rondoni, Adam Vaccaro, Edoardo Zuccato. **SEGUE IL DIBATTITO**

Interventi di: **Lorenzo De Donato**, Radio dei Navigli; **Alessandro Quasimodo**, attore e poeta

Introduce **Chiara Tommasi**, Presidente *CISESG*; Conduce **Caterina Arcangelo**, Presidente *CISLE*

ORE 18.30 - 19.30

CAPRICCI NAPOLETANI

Presentazione del libro *Capricci napoletani*. Pagine di diario di **Sossio Giametta** (Olio Officina edizioni, 2018).

Ne discute con l'autore **Renato Mannheimer**, sociologo e saggista

Con la presenza del curatore del volume **Marco Lanterna** Introduzione di **Caterina Arcangelo**, Presidente *CISLE*

SABATO
2 FEBBRAIO

ORE 10 - 13

SU FUMETTO E TRADIZIONE

Da Giovannino Guareschi al Graphic Novel

Giorgio Casamatti, studioso e storico delle vignette umoristiche tra Otto e Novecento; **Paolo Castald**, fumettista e illustratore; **Guido Conti**, scrittore e studioso;

Marco Galli, fumettista e direttore artistico di cartoon;

Mario Greco, direttore artistico «FuoriAsse - Officina della cultura»;

Daniela Marcheschi, critico e docente di letteratura italiana e antropologia dell'arte

ORE 14.30 - 17.30

DENTRO LE STORIE

Il fumetto e i suoi protagonisti: tra arte, letteratura e impegno civile

Incontri coordinati da **Francesca Scotti**, scrittrice e attrice «FuoriAsse-Officina della Cultura»

14.30 - 15.20

Marco Galli

TRA FUMETTO, LETTERATURA E VITA

Ne discute con l'autore **Roberto Barbolini**, scrittore e giornalista

15.30 - 16.20

Fabrizio Dori, Barbara Baldi

QUANDO IL FUMETTO MESCOLO ARTE, LETTERATURA E VOGLIA DI RISCATTO

Ne discutono con gli autori **Marco Galli**, fumettista e direttore artistico di cartoon;

Mario Greco, direttore artistico «FuoriAsse - Officina della cultura»

16.30 - 17.20

Paolo Castaldi

IL FUMETTO INCONTRA L'IMPEGNO CIVILE

Interviene il *Collettivo Checkmate*, gruppo di operatori socio-culturali che opera in zone di frontiera

PREVISTO FIRMA COPIE

Si ringraziano inoltre anche i seguenti partner, altrettanto importanti e necessari per la realizzazione del progetto: *Aerostato, Ais Associazione italiana sommelier, Apci Associazione professionale Cuochi Italiani, Apes, Arte da Mangiare, Audiovisual Facilities, Fabio Berrettini, Francesco Caricato, Casa dell'Olio, Cinzia Boschiero, Cisesg, Cisle, Cooperativa letteraria, Donne dell'Olio, Fondazione Accademia di Comunicazione, Fondazione Il Vittoriale degli Italiani, Loretta Forner, Maly Foschi, Chiara Fossati, Fuori Asse, Idea Machine, Larcky Bar, Tamara Lovric, Gianfranco Maggio, Daniela Marcheschi, Cesare Marretti, Antonio Mele, Mercacei, Davide Montagna, Gabriella Peirano, Ornella Piluso, Olio Responsabile, Olivatessen, Onao, Luca Andrea Sarni, Monica Scardechia, Scuola internazionale di Comics, Solidus, Maria Carla Squeo, Terrasud, Tree Dream e l'intero staff di Olio Officina*

MAIN SPONSOR SPECIAL



MAIN SPONSOR



SPONSOR



ISTITUZIONI



REGIONE BASILICATA

SOSTENITORI EXTRA



SOSTENITORI



CONSORZI



CONSORZIO PER LA TUTELA DELL'OLIO EXTRA VERGINE DI OLIVA D.O.P. RIVIERA LIGURE

VULTURE DOP
DAL 2013 CONSORZIO DI TUTELA DELLA DENOMINAZIONE DI ORIGINE PROTETTA PER OLIO EXTRA VERGINE DI OLIVA VULTURE

ORGANIZZAZIONI



ACQUA UFFICIALE



INTERNATIONAL MAGAZINE

L'abbonamento a quattro numeri di **OOFF - International Magazine** ha un costo, comprese le spese di spedizione, di **euro 48,00** per l'Italia. Per chi intende abbonarsi dall'estero, il costo per riceverli è quattro numeri di **OOFF - International Magazine** è di **euro 70,00** per Europa e Bacino del Mediterraneo; di **euro 82,00** per Americhe, Asia e altri paesi dell'Africa; di **euro 90,00** per Oceania.

Effettuare un bonifico a **Olio Officina Srl** - Società unipersonale
via Francesco Brioschi, 86 - 20141 Milano
Banca d'appoggio: Intesa San Paolo S.p.a.
Filiale di Milano: via Meda 49 - 20141 Milano, Italy
Conto corrente **1000/873** intestato a **Olio Officina Srl**
CODICE IBAN **IT66305306909521100000000873**
SWIFT (BIC) **BCITITMM**



OLIO PANTALEO. C'È SEMPRE. PER TUTTI.

I BAMBINI
SONO
IL FUTURO.



HANNO
IL VANTAGGIO
DI ESSERE
LIBERI DA
PREGIUDIZI.



QUANDO SI ACCOSTANO
ALL'OLIO RIESCONO A
DECIFRARNE IN MODO
SPONTANEO LA QUALITÀ.

HANNO NASI
E PALATI PERFETTI.
PERCEPISCONO
PROFUMI E SAPORI
MEGLIO DEGLI ADULTI.

PER QUESTO
ABBIAMO DEDICATO
LORO UNA SERIE
DI BOTTIGLIE. ANCHE
PER FARLI DIVERTIRE.



OLIO EXTRA VERGINE DI OLIVA
BIOLOGICO **YOUNG**

YOUNG, È UN OLIO EXTRA VERGINE
DI OLIVA BIOLOGICO DI
ECCELLENTE QUALITÀ, OTTENUTO
DA OLIVE COLTIVATE E RACCOLTE
SECONDO I RIGOROSI METODI
DELL'AGRICOLTURA BIOLOGICA.

