



Quando l'impresa sposa la cultura. Cult punta i riflettori sui premi letterari promossi dalle imprese

Cultura

Il numero di Cult in uscita domani offre una visione del ruolo dei premi letterari come leve di crescita culturale e sociale. Un viaggio che lega mondi diversi, dai casi di Nonino e Masi alla grande distribuzione pugliese di Megamark, fino al Festival della Gentilezza della Fondazione Amplifon, mostrando come la cultura possa essere il filo rosso capace di unire tradizioni, territori e innovazione

I riconoscimenti culturali come strumento di valorizzazione del brand e di promozione del territorio. Dal Premio Nonino, che festeggia 50 anni di storia, al Premio Strega, fino alle iniziative di Megamark e Manini Prefabbricati. **Il nuovo numero di Cult, in uscita domani, esplora il fenomeno dei premi letterari e culturali promossi dalle imprese italiane**, analizzando come questi riconoscimenti siano diventati non solo prestigiose istituzioni culturali ma anche efficaci strumenti di marketing e valorizzazione aziendale.

Il **Premio Nonino** rappresenta l'esempio più emblematico di questa tendenza. Nato nel 1975 per iniziativa di Benito e Giannola Nonino a Percoto, in Friuli, si è evoluto fino a diventare un riconoscimento di caratura internazionale, vantando tra i suoi premiati ben sei futuri vincitori del Premio Nobel. Nell'intervista esclusiva, Antonella Nonino, figlia di Giannola, racconta come il premio abbia conferito un'allure particolare al loro prodotto, sottolineando però la necessità di maggiori incentivi per gli investimenti culturali delle aziende.

Non meno significativa è la **storia del Premio Masi** alla "Civiltà Veneta", istituito nel 1981 da Masi Agricola, che ha saputo coniugare la promozione dei valori regionali con una prospettiva internazionale attraverso il Premio Grosso d'Oro Veneziano. Il Premio Strega, nato nel 1947 dall'iniziativa della distilleria beneventana e dei coniugi Bellonci, rappresenta invece un caso unico in cui la notorietà del premio ha superato quella dell'azienda promotrice.

Il settimanale dedica spazio anche a realtà più recenti come il **Premio Megamark** per esordienti, promosso dal gruppo della GDO pugliese, e il **progetto Libera l'arte della Manini Prefabbricati**. Daniela Balducci, referente della Fondazione Megamark, evidenzia come queste iniziative rafforzino il senso di appartenenza dei collaboratori e aumentino la visibilità aziendale.

Il numero si chiude con un'interessante intervista a **Daniele Lodola della Fondazione Amplifon**, che illustra come l'impegno nel sociale sia diventato un elemento strategico per attrarre talenti e creare valore aggiunto per le aziende. Il **Festival della Gentilezza**, recentemente concluso, è solo l'ultima dimostrazione di come la filantropia aziendale possa tradursi in progetti concreti e significativi per la comunità.

Quando l'impresa sposa la cultura. Cult punta i riflettori sui premi letterari promossi dalle imprese was last modified: Gennaio 24th, 2025 by Redazione

