

**Sotheby's** BY APPOINTMENT  
Collectors gather here.



The **WALT DISNEY** Company Italia



Evento benefico dedicato a

# TOPOLINO E L'ITALIA

**Asta in collaborazione con Sotheby's**  
**Martedì 22 novembre - Ore 18,30**

**SALONE D'ONORE, TRIENNALE MILANO**  
**Via Emilio Alemagna, 6 - Milano**

L'intero ricavato dell'asta sarà devoluto a Fondazione ABIO Italia Onlus

# TOPOLINO

## LE STATUE DI TOPOLINO IN ASTA PER FONDAZIONE ABIO ITALIA ONLUS

**Dopo aver viaggiato nelle principali città italiane, le statue di Topolino donate a Fondazione ABIO Italia Onlus vengono battute all'asta in collaborazione con Sotheby's, proprio pochi giorni dopo il "compleanno" di Mickey Mouse.**

Dopo un lungo viaggio tra le principali città italiane, la grande iniziativa **TOPOLINO E L'ITALIA** giunge al termine. È arrivato infatti il momento culminante del progetto: le **26 statue di Topolino** che hanno attraversato il nostro Paese sono state donate a Fondazione ABIO Italia Onlus da Disney Italia che ha organizzato uno speciale evento d'asta. Il ricavato sarà devoluto al 100% ad ABIO per la realizzazione di spazi a misura di bambino presso gli ospedali, primo fra tutti il reparto di **Neuropsichiatria Infantile dell'Ospedale dell'Aquila**, centro ospedaliero di riferimento per le zone colpite dal terremoto del centro Italia.

L'evento di beneficenza di martedì 22 novembre ha come protagonista Fondazione ABIO Italia Onlus che, in collaborazione con Sotheby's, batterà i lotti all'asta. Un'occasione resa ancora più speciale dalla vicinanza con un momento carico di valore affettivo per il mondo Disney e non solo: il **compleanno di Topolino**. Questa ricorrenza si è celebrata infatti il **18 novembre**, solo qualche giorno prima dell'evento d'asta grazie al quale è possibile sostenere Fondazione ABIO Italia Onlus che dal 1978 è al fianco dei bambini in ospedale tramite la presenza in tutta Italia di 5.000 volontari qualificati e la realizzazione di progetti di arredo a misura di bambino. Disney Italia, che da sempre pone attenzione al tema sociale del benessere e della tutela dell'infanzia, ha scelto **Fondazione ABIO Italia Onlus** per la sua importante missione presso molte realtà ospedaliere presenti sul territorio italiano.

L'asta rappresenta inoltre una significativa conclusione per la mostra **TOPOLINO E L'ITALIA** che, fin dal suo debutto nella prestigiosa cornice dei giardini della Triennale di Milano lo scorso 22 aprile, è stata accolta con calore in tutte le sue tappe (Milano, Bologna, Napoli, Roma e Torino). **Oltre 4 milioni di italiani e turisti** hanno ammirato e fotografato le statue di Topolino che vengono in questa occasione battute all'asta da **Filippo Lotti, amministratore delegato di Sotheby's Italia**, a favore di ABIO.

**Daniel Frigo, amministratore delegato di The Walt Disney Company Italia** commenta: *"Il 18 novembre abbiamo festeggiato il compleanno di Topolino, il personaggio simbolo della Disney che, con la sua verve e il suo ottimismo, ha accompagnato intere generazioni di italiani fin dal giorno della sua nascita nel 1928. Sono lieto che questa ricorrenza cada in prossimità dell'asta che conclude la mostra TOPOLINO E L'ITALIA, fatta di opere d'arte che testimoniano l'affinità di marchi di eccellenza e l'amore degli italiani per Mickey Mouse". Frigo conclude: "Sono inoltre felice di celebrare tale anniversario con un atto di responsabilità sociale, portando la magia dell'intrattenimento ai bambini e alle loro famiglie in stato di difficoltà. È un valore fondamentale per la nostra Company ed è per questo che da anni Disney Italia sostiene il grande impegno di associazioni come Fondazione ABIO Italia Onlus nel portare sollievo ai bambini ospedalizzati e ai loro cari".*

*"ABIO, Associazione per il Bambino in Ospedale, è dal 1978 al fianco dei bambini, degli adolescenti e dei loro genitori per portare il sorriso nei momenti e nelle situazioni di difficoltà" – dichiara **Vittorio Carnelli, Presidente di Fondazione ABIO Italia Onlus** - "Ci sentiamo quindi molto vicini al messaggio che Disney da sempre, grazie anche a Topolino, porta a tutti i bambini e alle loro famiglie. Essere coinvolti quindi in questa importante iniziativa promossa da The Walt Disney Company Italia è per noi un grande onore e riconoscimento di quanto fatto nei nostri 38 anni di storia negli ospedali di tutta Italia. Grazie a TOPOLINO E L'ITALIA, Fondazione ABIO potrà realizzare nuove sale ludiche e spazi a misura di bambino negli ospedali italiani dove non sono ancora presenti."*

Nato il **18 Novembre 1928** dalla brillante immaginazione di Walt Disney, Topolino è diventato un personaggio amato in tutto il mondo fin dalla sua prima apparizione nel cartone animato con sonoro sincronizzato "Steamboat Willie". **Tra i primi paesi a innamorarsi di quella che diventerà l'icona Disney per eccellenza c'è proprio l'Italia**, dove nel 1930, sull'inserito domenicale "L'Illustrazione del Popolo", compare la prima illustrazione a lui dedicata. Da allora, l'amore del nostro Paese per Topolino non si è mai interrotto fino a diventare arte nella mostra gratuita TOPOLINO E L'ITALIA che ha portato in giro per l'Italia le statue di Topolino realizzate e interpretate dall'estro creativo di aziende di eccellenza in tutti i campi, dall'arte alla moda, dal design al cibo fino ai motori.

In asta, oltre alle tre opere personalizzate direttamente da Disney Italia, ci sono quelle "firmate" dalle aziende che hanno collaborato all'iniziativa e celebrato la grande storia che unisce da sempre l'Italia all'icona Disney, in particolare: *Brums, Chicco/Artsana, Clementoni, Ferrarelle, Ferrero, Gazzetta dello Sport, Giochi Preziosi, Gruppo Sorgente, IL CENTRO, K - Way, Kartell, Lisciani, Monnalisa, Panini, Piquadro, Unipol Sai, Salmoiraghi e Vigano', SKY, San Carlo, Taormina Film Festival, Upim, Vespa e l'Istituto Europeo di Design.*

Sul sito ufficiale [eventi.disney.it/topolinoelitalia](https://www.eventi.disney.it/topolinoelitalia) è possibile trovare tutte le immagini delle opere, il video di presentazione e le news di aggiornamento di tutte le fasi dell'iniziativa che hanno accompagnato Topolino in giro per l'Italia fino all'evento benefico conclusivo.

**Link social:**

**Facebook:** <https://www.facebook.com/Topolino/>

**Twitter:** [https://twitter.com/Disney\\_IT](https://twitter.com/Disney_IT)

**hashtag:** #ItalyLovesTopolino

LOTTO N°

1



**DISNEY ITALIA**  
**Topolino e l'Italia**

Fin dalla sua nascita, Topolino, la sua immagine, la sua musica e i suoi messaggi sono stati profondamente legati al nostro paese. L'Italia, terra di artigiani, poeti, artisti ha subito accolto Walt Disney in modo unico creando un legame profondo con lui che già nel 1938 al Principe di Savoia di Milano fondava la Creazioni Disney Italia SAI. Fin da subito, si è instaurato infatti un rapporto speciale con il nostro Paese: è qui che sono nate le storie italiane del settimanale *Topolino*, sono cresciuti grandi disegnatori al fianco di importanti studiosi, critici ed esperti che hanno fatto scuola nel mondo. Non è un caso che la Fiat 500, prima macchina accessibile a tutti in Italia prodotta dal 1936 al 1955, fu la mitica Topolino ancora oggi simbolo di un'epoca. Il mito del Topo più famoso e amato del mondo diventa quindi un'opera d'arte attraverso il celebre estro creativo italiano declinato in ogni sua espressione, dall'arte alla moda, dal design al cibo fino ai motori. E la statua di Topolino e L'Italia vede la sua interpretazione del tricolore, con l'eleganza e la simpatia della sua icona.

LOTTO N°

2



**BLUKIDS**  
**La creatività dei bambini veste Topolino**

Blukids ha vestito Topolino con grafiche divertenti e colorate che riprendono i disegni fatti dai bambini sulle lavagne delle scuole. Fiori, farfalle, sommergibili e mongolfiere compongono il loro immaginario preferito. E cosa c'è di meglio di farlo indossare proprio a Topolino? Blukids, il marchio di abbigliamento di Upim (l'insegna punto di riferimento dello shopping "family value") che segue i bambini nel loro percorso di crescita nei vari momenti della giornata, dalla scuola alle occasioni speciali, senza mai dimenticare l'obiettivo primario: soddisfare la voglia di divertirsi dei bambini e il bisogno di qualità e funzionalità che ogni mamma ricerca nei capi d'abbigliamento. Il marchio si distingue per l'utilizzo di fibre naturali certificati OEKO-TEX che assicurano assenza di sostanze nocive sui tessuti.



LOTTO N°

3



**BRUMS**  
Un topolino blu vestito

Un patchwork di dettagli e tessuti tipici delle camicie da maschietto con l'aggiunta di una zip per un tocco di modernità e design ma anche praticità e comfort. Le rocchette posizionate sulla base della statua richiamano invece il mondo dell'industria tessile, eccellenza italiana, e il colore Brums.

*"Pensare ad un legame tra Brums e Topolino è alquanto semplice e immediato: entrambi infatti sono da sempre al fianco dei bambini accompagnandoli nella loro crescita. Con questa mostra inoltre Topolino sarà presente in diverse città italiane, proprio come Brums che, grazie ad una distribuzione davvero capillare, riesce a coprire l'intero territorio della Penisola."* Ha dichiarato Carola Prevosti, Direttore Generale di Preca Brummel S.p.A.

Brums, marchio italiano di abbigliamento 0-16 anni che dal 1955 accompagna e veste i bambini, per questa mostra ha ideato per Topolino un look bon ton ispirato alla collezione da cerimonia, che da sempre è anche il fiore all'occhiello del Brand.

LOTTO N°

4



**CHICCO**  
Un topolino materno

Chicco ha ideato per Topolino la rappresentazione dell'amore materno, nella trasposizione di un cuore stilizzato che cresce e si scioglie in un abbraccio. Una metafora che mostra due parti prima congiunte e poi separate, ma sempre insieme, in quello speciale rapporto che s'instaura tra madre e figlio.

*"Chicco e Topolino sono marchi che hanno dimostrato di sapersi rinnovare ed essere sempre attuali - afferma Gian Maurizio Basciano, Marketing & Product Engineering Director Toys - pur rimanendo fedeli ai valori che li contraddistinguono".* Chicco è lo storico brand italiano da 60 anni al fianco di mamme, papà e bambini.

LOTTO N°

5



**CLEMENTONI**  
**Topolino e l'arte del gioco**

Abbiamo approcciato la personalizzazione della statua di Topolino con l'obiettivo di fondere lo spirito giocoso e creativo che caratterizza la nostra azienda con un'icona unica e speciale come Topolino. Ne risulta un Topolino pieno di elementi grafici rappresentativi di un modo fatto di gioco e divertimento che si fonde con i contenuti educativi che da sempre danno sostanza ai giocattoli Clementoni. La statua è diventata un'esplosione di allegria un inno al gioco che aiuta i bambini a crescere attraverso il linguaggio che conoscono meglio e che è la loro forma di espressione più naturale. *"Perché - per dirla con le parole del fondatore Mario Clementoni - un bambino che gioca è un bambino felice. Non bisognerebbe mai smettere di giocare, specialmente quando si diventa grandi".* Noi abbiamo deciso di continuare a giocare anche con la statua di Topolino, per continuare a crescere insieme a lui. L'azienda è stata fondata a Recanati nel 1963 da Mario Clementoni con l'ambizioso obiettivo di aiutare i bambini ad imparare divertendosi. Gestita dalla seconda generazione della famiglia fondatrice, si caratterizza per il forte radicamento territoriale ed una spiccata vocazione internazionale. Vincenzo Mandolese-R&D Director di Clementoni ha dichiarato *"Abbiamo aderito con entusiasmo alla splendida iniziativa proposta da Disney Italia con cui la Clementoni ha il grande piacere di collaborare dal 1971. Uniti dal comune intento di rendere felici i bambini, nel corso di oltre 40 anni di collaborazione, sono nati giochi unici e originali frutto del felice connubio tra due realtà che da sempre mettono al centro dei loro interessi e del loro lavoro il mondo del bambino."*

LOTTO N°

6



**FERRARELLE**  
**Topolino celebra una delle risorse più preziose: l'acqua**

La texture d'acqua di cui Topolino è ricoperto è un messaggio per celebrare questa preziosa risorsa, nel rispetto della quale il gruppo Ferrarelle impronta tutte le sue politiche di gestione aziendale e di sostenibilità ambientale. Ferrarelle è da sempre impegnata nella tutela del proprio patrimonio idrico naturale e nella sua preservazione per le generazioni future, e attraverso Topolino vuole parlare anche ai bambini, perché l'utilizzo consapevole della risorsa acqua s'impara fin da piccoli. È questa l'interpretazione di Ferrarelle SpA, gruppo dell'acqua minerale effervescente naturale per eccellenza, proprietario anche di Vitasnella, Fonte Essenziale, Boario, Santagata e Natia. *"L'incontro tra Topolino e Ferrarelle è l'incontro tra due icone: l'icona storica dei fumetti e del magico mondo dell'infanzia di ognuno di noi e quella di una cultura alimentare che accompagna gli italiani in tavola sin dal 1893"* - sostiene Michele Pontecorvo Ricciardi, Responsabile Comunicazione Ferrarelle SpA - *"Per la nostra interpretazione di Topolino abbiamo scelto le gocce d'acqua come gesto di celebrazione di questa risorsa naturale, che abbiamo posto al centro del nostro sistema d'impresa e dei nostri valori, e che sentiamo il dovere di proteggere e gestire responsabilmente, essendo essa un patrimonio naturale italiano carico di biodiversità e cultura"*.

LOTTO N°

7



**GAZZETTA DELLO SPORT**  
**Topolino rosea**

Gazzetta rende omaggio al celebre personaggio Disney, vitale, positivo, testimone di valori e portatore di allegria, giocando con il tipico colore rosa delle sue pagine per celebrare il topo più famoso al mondo. Ogni giorno quasi tre milioni e mezzo di persone leggono La Gazzetta dello Sport, accomunate dal piacere e dalla passione per lo sport e da un'idea attiva e sana del divertimento e del tempo libero. La Gazzetta dello Sport è specialista nel raccontare lo sport ma ama anche nel praticarlo: la rosea, infatti, è il perno di un universo di attività pensate per i lettori, anche per i più giovani, con tante iniziative educative, di solidarietà e di divertimento. La Gazzetta dello Sport, un po' come Topolino, è da sempre presente nelle famiglie e da 120 anni si tramanda di generazione in generazione in una sorta di rituale che ogni mattina vede padre e figli, uniti dalla stessa passione, leggere insieme la Gazzetta.

LOTTO N°

8



**GIOCHI PREZIOSI**  
**Un Topolino a colori**

Giochi Preziosi ha ideato un Topolino arcobaleno, un Topolino contemporaneo che si ispira ai colori della bandiera della Pace. Un caleidoscopio di colori come Giochi Preziosi, la cui visione negli anni, che l'ha resa leader nel settore, è stata quella di porre al centro il bambino con il suo mondo colorato. "Topolino è senza ombra di dubbio simbolo e icona del mondo dell'animazione, la sua sagoma è riconoscibile a tutti. Siamo molto orgogliosi e onorati di aver aderito a questo progetto di Disney Italia, nostro storico partner, per contribuire a questa celebrazione e iniziativa" dichiara Dario Bertè CEO di Giochi Preziosi. Giochi Preziosi, celebre l'azienda Italiana di giocattoli fondata nel 1978, è da anni un'affermata realtà a livello internazionale.



LOTTO N°

9



**IL CENTRO**

**Un Topolino al "naturale" firmato De Lucchi**

Lo shopping center di Arese, IL CENTRO, rende omaggio all'icona senza tempo di Topolino, accogliendo la mostra open air TOPOLINO E L'ITALIA dal 21 maggio al 12 giugno 2016 e studiando per la statua a lui dedicata un look unico firmato dallo studio dell'architetto Michele De Lucchi, progettista de IL CENTRO. La statua rappresenta l'armonioso incontro tra uno dei personaggi più popolari del mondo e l'ambiente de IL CENTRO. In modo originale e creativo la galleria Commerciale più grande d'Italia celebra Topolino personalizzandolo con una lustratura a fasce in legno e una finitura a decorazione legno, gli stessi materiali che caratterizzano la nuova struttura e riconducono ai temi della vita, della natura, dell'eco-compatibilità oltre che all'autentica tradizione edilizia locale.

LOTTO N°

10



**ISTITUTO EUROPEO DI DESIGN**  
**L' Universo delle idee**

Mickey è l'emblema della fantasia, un vero e proprio vulcano d'idee, in grado di catapultarti in luoghi incredibili popolati da personaggi fantastici e atmosfere uniche. Nella scultura è racchiuso tutto questo; una proiezione sulla figura di Mickey di un vero e proprio "universo d'idee", un luogo immaginario, pieno di strane e buffe creature dove tutto può succedere. L'Universo delle idee è stato progettato da Maddalena Gerli - ex studentessa IED Arti Visive. L'Istituto Europeo di Design, fondato nel 1966 da Francesco Morelli, oggi è un'eccellenza internazionale di matrice completamente italiana, che opera nel campo della formazione e della ricerca, nelle discipline del Design, della Moda, delle Arti Visive e della Comunicazione. "Essere tra i protagonisti di questo viaggio in Italia attraverso il personaggio di Topolino significa per l'Istituto Europeo di Design prendere parte a una narrazione che, rievocando l'icona di Topolino e il suo legame col Made in Italy, rende omaggio ad alcuni tra i grandi nomi dell'illustrazione italiana come Luciano Gatto, Romano Scarpa, Giovan Battista Carpi, Luciano Bottaro. Quest'anno IED compie 50 anni e l'occasione della mostra Topolino e L'Italia è perfetta per celebrare, insieme al personaggio simbolo del genio creativo di Walt Disney, la grande avventura di una Istituzione che con le sue 2 sedi in 3 paesi del mondo, si dedica con impegno alla formazione di designer capaci di misurarsi con la vastità poliedrica della creatività". Emanuele Soldini, Direttore IED Italia.

LOTTO N°

11



**K-WAY®**  
**Una zip per Topolino**

Ecco l'idea creativa da cui è nata la collaborazione tra K-Way®, il marchio dell'antipioggia per eccellenza, e Topolino, l'idolo di grandi e bambini che incarna alla perfezione le caratteristiche del brand francese, oggi di proprietà dell'italiana BasicNet: classico, contemporaneo, tecnologico, funzionale, colorato e intelligente. L'icona di Topolino, nato nel 1928, e l'icona fashion della zip tricolore giallo-arancio-blu, simbolo di K-Way® dal 1965, condividono le stesse qualità. "Topolino e K-Way® sono classici e contemporanei, colorati e intelligenti" spiega il Global Brand Manager Achille Balestrini. "Insieme creano una forte sinergia, dando vita a un'opera di grande impatto e simpatia. Si tratta di due brand complementari, che incarnano un'uguale visione creativa e in cui convivono passato, presente e futuro. Un perfetto connubio tra immaginazione e progettazione, colore e stupore, tecnologia e tradizione".

LOTTO N°

12



**KARTELL**  
**Un Topolino rosso d'arte**

È il Topolino interpretato da Kartell l'azienda leader nel settore del design, fondata a Milano nel 1949, che da oltre 60 anni è una delle realtà simbolo della progettualità made in Italy. Kartell ha personalizzato Topolino con il colore rosso identificativo del brand e ha creato una grafica speciale che lavora sulla K di Kartell impressa sul papillon e sul pantaloncino del Topo più amato del mondo. "Topolino è una icona come iconici sono i prodotti Kartell afferma Lorenza Luti direttore marketing di Kartell. Abbiamo da subito accolto l'invito a lavorare sulla interpretazione di questo amatissimo personaggio di Walt Disney con la realizzazione di un pezzo unico che ha valore artistico e che risponde perfettamente alle nostre strategie di marketing orientate a partnership di qualità su progetti speciali, unici e molto identitari".



LOTTO N° 13



**DISNEY ITALIA**  
**Un Topolino a tutto Sport**

Disney è da sempre impegnata a promuovere verso i giovani i valori di amicizia e solidarietà oltre a diffondere lo spirito competitivo e il fair play sia nello sport sia nella vita attraverso il suo mondo fatto di divertimento, sogno e immaginazione.

In un'occasione così importante, che celebra il legame della sua icona per eccellenza con il nostro Paese, non poteva mancare un Topolino colorato, divertente e dinamico, che racchiude in se tutte le discipline e i valori ad essi correlate. Dalle orecchie dedicate al calcio e al basket fino al naso che si trasforma in una pallina da golf, con al collo una medaglia perché nello sport già solo il fatto di partecipare vale l'oro!

Lo sport come stile di vita, occasione di crescita e di aggregazione sociale, come garanzia di benessere psico-fisico fin dai primi anni di età. Disney Italia vuole celebrare con la sua icona per eccellenza l'importanza dell'attività fisica sin dall'infanzia facendo diventare lo sport un'arte.

LOTTO N° 14



**KINDER + SPORT**  
**Topolino e la gioia del movimento**

Un Topolino in divisa sportiva, che taglia un simbolico traguardo con un grande sorriso: così Kinder+Sport, il programma internazionale di Responsabilità Sociale del Gruppo Ferrero, interpreta l'icona Disney, trasmettendo a tutti i bambini del mondo l'invito a condurre uno stile di vita attivo, all'insegna dello sport e della gioia di muoversi. Da oltre dieci anni Kinder+Sport promuove e incoraggia l'attività fisica tra le giovani generazioni e le loro famiglie, supportando programmi di educazione sportiva, fornendo attrezzature tecniche alle scuole, promuovendo campionati studenteschi, campus multidisciplinari ed eventi sportivi dedicati ai più piccoli e patrocinando progetti di ricerca volti ad aumentare la consapevolezza dei benefici della vita attiva. Kinder+Sport collabora con atleti ed ex-campioni e opera in tutto il mondo insieme a partner quali Comitati Olimpici, Istituzioni, Federazioni e Associazioni Sportive con cui ha saputo costruire relazioni forti e continuative attraverso la condivisione di obiettivi comuni e il supporto alla realizzazione di progetti giovanili e scolastici. Con l'Università di Roma Foro Italico, il CONI e il MIUR del Piemonte, Kinder+Sport ha inoltre messo a punto l'innovativo metodo educativo "Joy of moving", frutto di un progetto di ricerca triennale avviato nel 2012, e oggi oggetto del manuale di didattica delle attività motorie per bambini "Joy of Moving. Movimenti & Immaginazione", a cura di Caterina Pesce, Rosalba Marchetti, Anna Motta e Mario Bellucci. Il Manifesto costitutivo dei principi cardine del progetto Kinder+Sport è stato presentato un anno fa in occasione di Expo Milano 2015, ed è stato finora firmato da oltre 86.000 persone tra cui autorevoli rappresentanti del mondo delle Istituzioni e dello Sport. Lanciato nel 2005, ad oggi il progetto Kinder+Sport è presente in 25 Paesi e ha coinvolto attivamente con il movimento oltre 4 milioni di bambini.

LOTTO N° 15



**LISCIANI**  
**Topolino a "tessere"**

Un puzzle di Mickey Mouse o un Mickey Mouse fatto di puzzle? Lisciani personalizza Topolino ispirandosi alle sue famose tessere double-face. La lavorazione richiama, infatti, i tasselli colorati sul fronte e bianchi e neri sul retro. Un puzzle che nasce con l'intento di esaltare l'aspetto ludico, senza trascurare quello didattico ed educativo; incoraggiando così le capacità artistiche, cognitive e manuali dei bambini.

"I bambini - dichiara Federica Iezzi, Responsabile Licensing Lisciani - sono una continua fonte di ispirazione. Per loro creiamo i nostri prodotti, con passione e dedizione. I personaggi Disney sono stati spesso i protagonisti dei nostri giochi. Proprio per questo motivo abbiamo voluto rendere omaggio a un'icona come Mickey Mouse, approdata in Italia oltre 80 anni fa come Topolino. Quest'occasione non solo rappresenta un tributo all'arte e un trampolino per giovani talenti, ma anche un momento di solidarietà. Infatti, grazie all'asta benefica per Fondazione ABIO, sarà possibile aiutare i bambini in cura presso oltre 200 reparti pediatrici italiani."

Lisciani, che svolge da 40 anni attività di ricerca e sperimentazione sulle strategie di apprendimento dei bambini, rappresenta un punto di riferimento per le famiglie nel panorama del gioco educativo e nella produzione di strumenti didattico-ludico-editoriali di alta qualità.

LOTTO N° 16



**MONNALISA**  
**Il Topolino vintage**

Una reinterpretazione vintage quella di Monnalisa, che ha realizzato suggestivi bouquet di romantiche rose per un Topolino senza tempo, rose che sono anche simbolo del brand.

"Abbiamo aderito di slancio, con il nostro consueto entusiasmo, a questa bella iniziativa promossa da Disney Italia, nostro partner di lunga data" - ha dichiarato Barbara Bertocci, direttore creativo Monnalisa - "Un'iniziativa che ci corrisponde sotto tutti i profili: celebra l'italianità, di cui andiamo fieri; è dedicata a uno dei nostri personaggi preferiti, protagonista di molte nostre collezioni; e soprattutto ha una finalità charity, motivazione imprescindibile per un'azienda con una particolare sensibilità sociale come Monnalisa".

Monnalisa, nome storico del childrenswear italiano di fascia alta, che incanta bambine e ragazze, in oltre 65 Paesi del mondo, con la sua offerta di abbigliamento all'insegna di un romanticismo contemporaneo.

LOTTO N° 17



**PANINI**  
Topolino comics

È questo il Topolino interpretato da Panini, la celebre casa editrice modenese specializzata nella pubblicazione di Album di Figurine (le mitiche Figù) e di periodici per ragazzi (fumetti ... ma non solo) nonché attuale editore della storica testata settimanale che prende il nome dal personaggio protagonista della mostra, *Topolino* appunto. Grazie a Claudio Sciarrone, uno degli autori di punta del team del magazine, un maestro nel fondere tradizione e innovazione, Panini ha ideato una statua in stile decoupage, realizzato con le vignette a fumetti in cui Topolino è stato protagonista. Il collage, totalmente "handmade", è stata spennellato con una mano di vernice chiara, quasi trasparente, che lascia intravedere le storie, trasformando simbolicamente la statua in un "foglio bianco" su cui disegnare per perpetuare la tradizione e far vivere a Topolino nuove, fantastiche avventure a fumetti.

LOTTO N° 18



**PIQUADRO**  
Uno zaino d'artista

Topolino è interpretato da Piquadro con design, colore e funzionalità: il colore e la fantasia in un mondo, quello del business, che per tutti è grigio. Il Topolino di Piquadro interpreta uno dei valori distintivi del brand, la creatività, che lo rende assolutamente unico in tema di accessori professionali. Piquadro è un marchio Italiano di accessori tech-design per business traveller che propone l'originalità e l'eleganza dello stile italiano uniti ad una studiata praticità e affidabilità al servizio del lavoro, del viaggio e dei ritmi intensi della vita contemporanea. Pregiati pellami italiani e tessuti tecnologici di ultima generazione si fondono dando vita ad un'estetica inconfondibile con un mix di colori classici e tinte inedite.



LOTTO N° 19



**SALMOIRAGHI & VIGANÒ**  
**Un Topolino per vederci meglio**

Sorridente e professionale il Topolino personalizzato da Salmoiraghi & Viganò sembra un ottico preciso e disponibile, un'eccellenza italiana al servizio di tutti.  
Da 150 anni Salmoiraghi & Viganò mette al servizio degli occhi una continua ricerca e le tecnologie più innovative, abbinate a un'ampia scelta che copre tutte le esigenze.  
Attraverso una rete di 450 punti vendita, distribuisce i brand più prestigiosi del panorama nazionale e internazionale, ma anche le proprie linee di occhiali da vista e una gamma completa di lenti oftalmiche e di lenti a contatto tecnologicamente avanzate, a marchio Lenti Salmoiraghi.

LOTTO N° 20



**SAN CARLO**  
**Tutti insieme per Topolino**

Un Oscar per festeggiare la storica collaborazione, il compleanno e al tempo stesso un ringraziamento simbolico a tutte le persone, i cui nomi sono riportati sulla statua, che hanno contribuito al successo dell'azienda. Il 2016 per San Carlo è un anno particolare, poiché festeggia i suoi primi 80 anni, per questa ragione ha reinterpretato l'icona Topolino come una sorta di "Oscar", affidando la creatività allo Studio Chiesa. San Carlo ha accolto con molto piacere l'invito di Disney Italia a partecipare alla mostra TOPOLINO E L'ITALIA, perché questa iniziativa rappresenta una celebrazione della collaborazione ultraventennale tra le due aziende. Infatti, la gamma Junior dei prodotti che San Carlo dedica ai più piccoli, infatti rende felici i bambini da moltissimi anni con gadget ispirati al magico mondo di Disney.

LOTTO N° 21



**SKY**  
**Una pausa d'arte**

Una pausa per divertirsi anche fuori casa, per ammirare la mostra TOPOLINO E L'ITALIA. Il Topolino interpretato da Sky Italia, mette la pausa al centro, valorizzando il simbolo che in questi anni è diventato sinonimo dell'esperienza di visione che offre ai propri abbonati. Un'innovazione unica al servizio di tutta la famiglia, dalle mamme ai bambini, che rende un po' più semplice la loro quotidianità consentendogli di vivere al meglio il proprio intrattenimento, come e quando vogliono. Sky Italia, prima media company italiana, fa parte del gruppo Sky plc, leader dell'intrattenimento in Europa con oltre 21 milioni di abbonati in 5 paesi: Italia, Germania, Austria, Regno Unito e Irlanda. Nata nel 2003, oggi Sky Italia conta su oltre 4.73 milioni di famiglie abbonate che usufruiscono di contenuti esclusivi e produzioni originali.

LOTTO N° 22



**SORGENTE GROUP**  
**Topolino architetto: l'arte del costruire**

L'arte del costruire tutta italiana celebra l'icona Disney con un Topolino architetto. Una statua che vede i progetti architettonici quali espressione artistica e culturale. È questa la proposta di Sorgente Group per la mostra itinerante TOPOLINO E L'ITALIA in occasione della tappa presso la sua Galleria Alberto Sordi. Il Gruppo Sorgente nato nei primi del '900 è coinvolto da sempre nella realizzazione di alcuni degli immobili più rappresentativi al mondo, come il Chrysler Building a New York del 1928. Oggi Sorgente Group, patrimonio posseduto e gestito di oltre 5 miliardi di euro, immobili di pregio dislocati in tutto il mondo selezionati con criteri che mettono al primo posto l'importanza storico-architettonica, l'eco-sostenibilità e la valorizzazione attraverso il restauro, si unisce all'iniziativa di TOPOLINO E L'ITALIA per esaltare il rapporto creativo e di scambio culturale che da sempre le eccellenze italiane attivano nel proprio paese e anche fuori, come Sorgente Group il cui testimone nel mondo il grattacielo Flatiron Building di New York, di proprietà del gruppo dal 2005.

LOTTO N° 23



**TAORMINAFILMFESTIVAL**  
**Topolino con l'energia e il colore del Vulcano siciliano**

La Sicilia, la sua storia, le sue tradizioni, il Teatro Antico di Taormina celebrano l'iniziativa TOPOLINO E L'ITALIA. I colori e l'energia del Vulcano e dei suoi lapilli. Questa la genesi della creatività ideato dall'artista siciliano Elio Varuna per Topolino. "Sono molto felice nonché orgogliosa che la Disney abbia chiesto al TaorminaFilmFest e a me come Direttore Generale di far parte dei grandi brand italiani della memorabile mostra TOPOLINO E L'ITALIA - sottolinea Tiziana Rocca -. Ho chiesto a Elio Varuna di realizzare l'opera e sono davvero soddisfatta del risultato: i colori del suo Topolino sono i colori e la vita della Sicilia e dell'Italia".

"Ogni volta che torno in Sicilia, la terra dei miei antenati, accade qualcosa di unico e magico: mi ritrovo seduto in cima al teatro antico di Taormina, pervaso da una potenza antica eppure vivissima. Di lì è passata la storia e l'arte di popoli e culture che ancora oggi testimoniano la loro forza in quella bellezza straordinaria, - dichiara Elio Varuna - e a fare da sfondo oltre al mare e al cielo di Sicilia, la maestosità dell'Etna. Quell'impasto di azzurri dell'acqua che sfuma nell'aria, e l'idea del vulcano che esplode coi suoi rossi lapilli mi hanno ispirato per questa pittura di energia e colore che ha pervaso l'inconfondibile icona di Topolino".

LOTTO N° 24



**UNIPOLSAI**  
**La semplicità diventa punto d'incontro**

È questo il concept creativo del Topolino interpretato da UnipolSai Assicurazioni S.p.A., che nasce dalla volontà di dimostrare alle famiglie quanto una compagnia di assicurazioni possa essere vicina alle persone con soluzioni semplici e di facile comprensione. Le immagini rappresentate sul corpo di Topolino sintetizzano l'offerta della compagnia. La semplicità diventa punto d'incontro.

UnipolSai Assicurazioni S.p.A è la compagnia del Gruppo Unipol, leader in Italia nei rami Danni, in particolare nell'R.C.Auto, da anni partner di Disney in tante iniziative dedicate alle famiglie.



LOTTO N° 25



**VESPA  
Topolino Rider**

L'abitante più famoso di Topolinia cosa usa per spostarsi per la città? Cosa accomuna Topolino e la Vespa? La passione per la vita all'aria aperta, la dinamicità, la curiosità e la voglia di scoprire il mondo. E perché entrambi sono nati dalla matita di un genio che, col suo tratto, ha cambiato le nostre vite. Per questo Vespa ha immaginato un Topolino perfetto rider, pronto a lanciarsi nelle sue avventure, in sella alla due ruote più famosa e più amata al mondo. Era la primavera del 1946 quando la prima Vespa, la leggendaria 98cc, usciva dallo stabilimento di Pontedera, in Toscana. In settanta anni di storia, e dopo oltre 18 milioni di esemplari, Vespa ha unito in un'unica passione ragazze e ragazzi di culture lontane e diverse. Primo marchio veramente globale della mobilità, Vespa ha interagito con ambienti sociali lontanissimi tra loro, generando fenomeni culturali diversi, peculiari delle realtà nelle quali ha saputo calarsi fino a diventarne protagonista e tratto distintivo. Ha guidato le rivoluzioni di costume, musicali e giovanili. Ha accompagnato i popoli nella loro crescita e li ha fatti correre felici nelle fasi di benessere economico. E oggi è uno dei prodotti italiani più diffusi e conosciuti a ogni latitudine, oggetto di culto e simbolo di eleganza senza tempo. *"Vespa e Topolino hanno saputo emozionare e divertire generazioni di giovani in tutto il mondo. Il fatto di poter unire le forze per regalare un po' di felicità ai bambini attraverso l'iniziativa sociale che è il cuore di questa bellissima operazione, è un motivo in più di orgoglio e soddisfazione. Per questa ragione come Gruppo Piaggio siamo molto felici e orgogliosi di questa partnership con il Gruppo Disney"*, ha dichiarato Davide Zanolini, Direttore Marketing e Comunicazione del Gruppo Piaggio.

LOTTO N° 26



**DISNEY ITALIA  
Topolino**

Nato nel 1928 dall'immaginazione di un uomo visionario e audace, Walt Disney, Topolino dal suo primo cartone animato con sonoro sincronizzato "Steamboat Willie" è diventato subito popolare in tutto il mondo. Trasversale al trascorrere degli anni, *Topolino* è sempre stato al passo con i tempi, talvolta anticipandoli. Testimone e creatore di mode, Topolino è stato contemporaneamente saldo nella tradizione e in continua evoluzione. Un paradosso che è alla base di un successo che ha pochi uguali e che lo pone nel ristretto empirico di quei miti che il tempo non riesce a scalfire. Ed eccolo ora statua nella sua veste più conosciuta, amata e apprezzata in tutto il mondo.



### **The Walt Disney Company**

The Walt Disney Company è un gruppo diversificato leader nel mercato dell'intrattenimento per famiglie e attivo in quattro segmenti: Media Networks, Parchi e Resorts, Studios e Consumer Products.

**The Walt Disney Company Italia**, fondata nel 1938, è stata la prima filiale internazionale di Disney al mondo. Con sede a Milano, si distingue per la grande creatività nella produzione di contenuti artistici, editoriali e televisivi ed opera principalmente nelle seguenti aree di business: televisione, home entertainment, cinema e licensing per prodotti di consumo. Il marchio Disney ha sempre avuto una forte affinità con la cultura italiana ed infatti il suo valore percepito nel nostro Paese è uno dei più alti del mondo. Gli italiani adorano la magia Disney: lo confermano gli altissimi dati di ascolto registrati ogni qualvolta un film Disney è trasmesso in televisione e il successo del marchio Disney abbinato alla creatività di aziende leader italiane. Disney Italia è anche attiva nella comunità e collabora con scuole, ospedali, musei, organizzazioni locali concentrandosi su quattro aree: Community Engagement, Healthy Living, Think Creatively e Conserving Nature. Insieme a Medicinema e al Policlinico Gemelli di Roma, nel 2016 Disney Italia ha inaugurato la prima sala cinematografica integrata all'interno di una struttura ospedaliera italiana e ha sostenuto con il proprio catalogo Disney/Pixar l'avviamento della "terapia del sollievo" per i pazienti ospedalizzati e le loro famiglie.

The Walt Disney Company fornisce sostegno ai VoluntEARS, il programma di volontariato a cui partecipano i suoi impiegati, che dal 1983 a oggi, in 42 paesi, hanno dedicato oltre 7,7 milioni di ore a questa iniziativa. Grazie al programma Disney VoluntEARS, i dipendenti hanno la possibilità di donare expertise e tempo per portare serenità a bambini e famiglie in difficoltà, aiutando comunità in tutto il mondo.

### **The Walt Disney Company Italia**

**Fabiola Maria Bertinotti**

*Director, Corporate Communications and Corporate Citizenship*

[fabiola.bertinotti@disney.com](mailto:fabiola.bertinotti@disney.com)

### **Fondazione ABIO Italia Onlus**

ABIO, Associazione per il Bambino in Ospedale ONLUS, è stata fondata nel 1978 per promuovere l'umanizzazione dell'ospedale. I volontari ABIO si occupano di sostenere e accogliere, in collaborazione con medici e operatori sanitari, bambini e famiglie che entrano in contatto con la struttura ospedaliera.

Fondazione ABIO Italia Onlus coordina e promuove, sul territorio nazionale, l'attività delle Associazioni ABIO locali che con i loro 5.000 volontari, presenti in oltre 200 reparti, offrono un valido e costante supporto ai bambini e alle loro famiglie.

Scopo della Fondazione è sostenere le realtà pubbliche e private che promuovono l'umanizzazione dell'ospedale e l'accoglienza del bambino e della sua famiglia al fine di attenuare i fattori di rischio derivanti dall'ospedalizzazione.

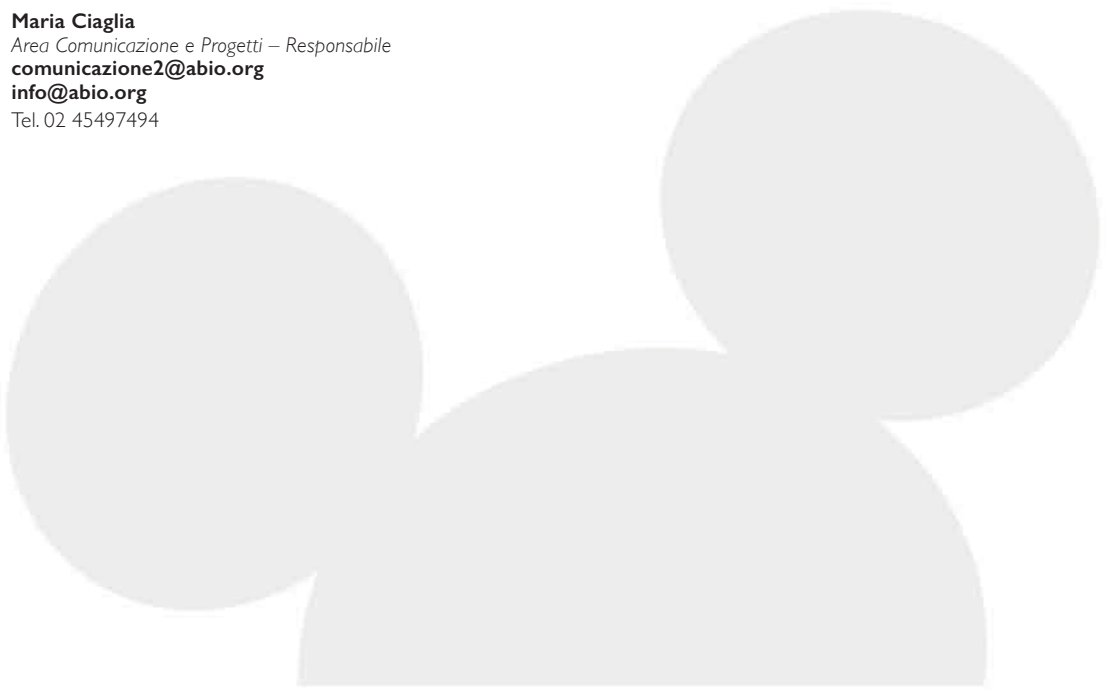
### **Maria Ciaglia**

*Area Comunicazione e Progetti – Responsabile*

[comunicazione2@abio.org](mailto:comunicazione2@abio.org)

[info@abio.org](mailto:info@abio.org)

Tel. 02 45497494





The **WALT DISNEY** Company Italia