



Amarelli e Corigliano-Rossano: esempio di promozione culturale e responsabilità sociale

L'esperienza imprenditoriale che dal 1731 continua a portare la ricetta della liquirizia italiana e la Città di Corigliano-Rossano nel mondo, continua ad essere sinonimo di promozione culturale e responsabilità sociale. – Profuma di liquirizia il più grande evento dell'estate romana, il Festival di Villa Ada – Roma incontra il mondo. AMARELLI è partner.

È quanto fa sapere la responsabile marketing e commerciale **Margherita Amarelli** esprimendo soddisfazione per questa collaborazione che ha visto l'azienda calabrese condividere con la direzione artistica del prestigioso Festival percorsi di un progetto che per tutto il mese di agosto ha ospitato live al tramonto, dj set, presentazioni di libri, incontri ed esposizioni.

La sinergia ha visto la rinnovata collaborazione tra l'azienda ed il direttore artistico del palco piccolo di Villa Ada, **Gianluca Spinella**, architetto romano, padre di quel progetto artistico che vede le scatoline di metallo, contenitori emozionali ed icone intramontabili del brand **Amarelli** nel mondo, diventare oggetti di design. Sono

custodite nelle teche del Museo Giorgio Amarelli, le opere che si portano nel palmo di una mano dell'Artista che ha svuotato le piccole scatole di latta per riempirle di nuovo senso e contenuti, per raccontare piccole storie in miniatura, attraverso intagli di giornale, ambientazioni fantastiche e citazionistiche.

I prodotti Amarelli erano presenti nei bar, nei caffè e nelle rotonde di Villa Ada, il terzo più grande parco pubblico di Roma, nella zona settentrionale della Capitale, a nord-ovest della via Salaria, nel quartiere Parioli.

Il souvenir dell'evento non poteva che essere la scatolina di metallo con la grafica personalizzata