



Era il luglio del 1970 quando la FIEFF (Federazione Internazionale Europea Football Femminile) organizzò in Italia la prima coppa del mondo di calcio femminile “non ufficiale”.

Alla competizione vennero invitate a partecipare otto fra le squadre più rappresentative a livello mondiale: Austria, Cecoslovacchia, Danimarca, Inghilterra, Messico, Svizzera e Germania (Ovest). Le partite ebbero luogo negli stadi di Bari, Bologna, Genova, Napoli, Milano, Salerno e Torino (sede delle finali) dove la partita finale venne seguita da ben 50.000 spettatori. Fu un momento storico che rivoluzionò il ruolo della donna nel mondo dello sport che vide l'Italia come paese ospitante di un evento con una rilevanza sociale e sportiva mondiale. Ma tutto fu reso possibile anche grazie alla collaborazione di Martini International Club, fondato da Martini & Rossi nel 1958, che per vocazione patrocinava attività agonistiche nelle più svariate discipline sportive e fu lo sponsor principale della competizione. Oltre a sostenere economicamente la manifestazione, la Martini & Rossi decise di mettere in palio, uno speciale trofeo denominato “Trofeo Martini & Rossi” per la squadra che avesse vinto il campionato del mondo per tre volte, anche non consecutive: una coppa in oro che si ispirava alla famosa scultura conosciuta come Nike di Samotracia.

A raccontare quegli storici giorni, che oggi assumono un significato ancora più grande se

rapportati ai Campionati Mondiali di calcio femminile organizzati dalla FIFA e che si stanno disputando in Francia, sono gli scatti contenuti nella mostra “Terrazze Martini. Uno sguardo sul mondo”, in corso fino al 26 agosto a Casa Martini, a Pessione di Chieri. La mostra è organizzata da Casa Martini e Archivio Storico Martini & Rossi, con il Patrocinio di Città di Chieri, ANAI Gruppo Italiano Archivistici di Impresa, Museimpresa e con la collaborazione di Associazione Abbonamento Musei e Turismo Torino e Provincia.

Le Terrazze Martini, da sempre considerate un luogo iconico per il jet set internazionale e simbolo di un’idea di comunicazione unica e innovativa lanciata da Martini & Rossi nel 1948, hanno più volte ospitato le squadre di calcio femminile. Il Trofeo Martini & Rossi venne presentato alla stampa il 24 giugno 1970 nell’esclusiva cornice della Terrazza Martini di Milano, che ospitò inoltre la squadra danese il 9 luglio, prima della partita contro l’Inghilterra. Preziosi scatti in bianco e nero raccontano quei momenti che passarono alla storia e che vennero vissuti come un evento che venne celebrato dalla stampa nazionale con prime pagine e articoli a sei colonne. Dopo una fase di gironi “all’italiana”, disputata tra il 7 e l’11 luglio 1970, le finali per il 3° e 4° posto e per il 1° e 2° posto ebbero luogo in uno Stadio Comunale gremito; alle quattro finaliste la Martini & Rossi donò una splendida riproduzione in argento della coppa kylix, simbolo del Museo Martini di Storia dell’Enologia di Pessione.

I campionati del 1970 vengono considerati oggi “non ufficiali” dal momento che, a partire dal 1991, si svolge un campionato del mondo di calcio femminile organizzato dalla FIFA. La competizione organizzata dalla FIEFF ebbe luogo soltanto per un’altra edizione, nel 1971, in Messico, sempre con il sostegno del Martini International Club.

Il legame tra Martini e lo sport affonda le sue radici nella storia: nei documenti dell’archivio aziendale emerge la testimonianza di una prima sponsorizzazione ciclistica nel 1914. Con la Gran Coppa Ciclistica Martini & Rossi del 1925, l’azienda dà il via a un vero e proprio filone di investimenti. Nel 1958 si inaugura il Martini International Club, in cui confluiscono le sponsorizzazioni delle più disparate discipline sportive: tra esse l’automobilismo, che si svilupperà in maniera preponderante a partire dal 1968 con la costituzione del Martini Racing Team. Spicca da subito l’attenzione verso lo sport al femminile, come il pluriennale Trofeo Martini di Fioretto, la sponsorizzazione alla prima Coppa del mondo di calcio femminile o ancora la presentazione della spedizione femminile in Himalaya e dell’Open femminile di golf.

La mostra “Terrazze Martini. Uno sguardo sul mondo” è composta da oltre trecento immagini inedite che forniscono al visitatore un’imperdibile opportunità di guardare il mondo attraverso uno straordinario osservatorio sull’arte, il cinema, la moda, la letteratura, la musica, lo sport, il teatro, la televisione e molto altro ancora.

A proposito di MARTINI

Tra i brand più iconici al mondo, MARTINI è leader nel mercato degli aperitivi italiani di alta gamma e dei vini spumanti. Vincitore di numerosi premi, dal gusto intenso e dolcissimo, è il risultato di una miscela segreta di oltre 40 piante provenienti dalle migliori località di tutto il mondo.

Il portafoglio MARTINI include:

MARTINI Bianco, MARTINI Rosato, MARTINI Rosso, MARTINI Extra Dry, MARTINI Riserva Speciale Rubino, MARTINI Riserva Speciale Ambrato, MARTINI Asti Spumante d.o.c.g., MARTINI Montelera Metodo Classico Talento, MARTINI Riesling d.o.c., MARTINI Prosecco d.o.c.

Creato a Torino nel 1863, MARTINI fa oggi parte del portafoglio del Gruppo Bacardi e continua ad essere il leader di mercato della categoria.

Il marchio MARTINI® fa parte del portafoglio di Bacardi Limited, con sede a Hamilton, Bermuda.

Bacardi Limited si riferisce alle società del Gruppo Bacardi, che comprende Bacardi International Limited.

A proposito di CASA MARTINI

Casa MARTINI si trova a Pessione di Chieri, a pochi km da Torino, un luogo dove vivono ancora oggi gli stessi valori che ispirarono oltre 150 anni fa Alessandro Martini e Luigi Rossi, fondatori dell'impresa. Concepita come una casa vera e propria, composta da comodi ambienti e con un vivo senso dell'ospitalità, è stata pensata come una location d'eccezione per eventi ritagliati su ogni tipo di esigenza. La Terrazza MARTINI è una delle più grandi e note iniziative di comunicazione e di immagine degli ultimi decenni. Straordinario il successo di questa formula, che la Martini & Rossi realizzò presso le sedi più prestigiose delle sue Società: alla metà degli anni Sessanta erano ben otto le Terrazze in attività, la prima fu inaugurata a Parigi nel 1948, a seguire Milano, Barcellona, Pessione, Bruxelles, San Paolo, Londra e Genova. A Pessione, la Terrazza nasce dove nel 1863 Alessandro Martini e Luigi Rossi diedero vita al celebre aperitivo e precisamente nella palazzina in cui lo stesso Luigi viveva con la propria famiglia.

Il Gruppo Bacardi è da anni attento alle attività volte a proteggere l'ambiente e a diffondere le buone pratiche del Consumo Responsabile.

In quest'ottica, nel 2012 ha dato vita allo Slow Drinking, un'iniziativa volta a diffondere i principi dello Stile Mediterraneo e del Consumo Moderato, per portare i propri consumatori verso la filosofia della “Degustazione” anziché del Consumo, dando spazio al piacere del palato e al tempo necessario per assaporare il drink, in un ambito di amichevole convivialità. Il tempo ai nostri giorni è la vera ricchezza e il mezzo per un approccio consapevole e moderato verso le bevande alcoliche in generale.

I 10 principi semplicissimi sono illustrati nel sito: <https://www.slowdrinking.com/it/it/> , dove si trovano anche suggerimenti di ricette di cocktail e di food pairing, affinché il momento dell'aperitivo e non solo sia vissuto al meglio, in un'esperienza memorabile, pur conoscendo i limiti da non oltrepassare.