



Marketing Oggi



IL QUOTIDIANO DEI PROFESSIONISTI DI MARKETING, MEDIA E PUBBLICITÀ

La scelta di Castellina in Chianti. Il territorio promosso con il Museo Archivio Bianciardi

Papa Leone X come testimonial I piccoli borghi in campo contro il turismo mordi e fuggi

DI MARCO A. CAPISANI

Non è consueto che un paese si promuova con la celebrazione a 500 anni dalla morte di un Papa, Leone X. È il caso di Castellina in Chianti (in provincia di Siena), che ha deciso di dedicare al pontefice, uno dei primi capi della Chiesa cattolica di Roma con una forte vena imprenditoriale, una serie di eventi nel neo-nato Museo Archivio Bianciardi (Mab, www.mab-it.org), con concorsi per le scuole e menù rinascimentali in collaborazione coi ristoratori del borgo. Il motivo? Quello storico è che, in uno spostamento da Roma a Firenze, nel 1515, Leone X ha soggiornato con tutta la sua corte a Palazzo Bianciardi, lasciando



La locandina dell'evento

che il palazzo si fregiasse del suo stemma. Quello attuale è che il Mab ha deciso di lanciare una strategia di promozione che non coinvolga solamente la comunicazione della sua collezione privata a disposizione del pubblico ma comprenda anche una serie di progetti a sostegno della rocca medievale e, più in generale, di tutte le terre circostanti. Del resto, l'Italia è alle prese con gli effetti monsonici del turismo: in un paese per cui i visitatori rappresentano oltre il 13% del Pil e le mete sono rappresentate spesso da centri medio-piccoli, non è facile gestire importanti flussi di visitatori, tutti concentrati in poche ore, che velocemente arrivano e subito ripartono, un po' come le improvvise piogge asiatiche. Questi turisti non si fermano negli alberghi, non si fidelizzano né si riescono a spalmarne le loro visite durante l'anno. Rispetto alle grandi città, sono più contenuti i benefici che lasciano.

«Il concetto fondamentale che vogliamo far passare è che i piccoli paesi possono offrire spunti per visite più lunghe di un giorno», spiega a *ItaliaOggi* Massimiliano Bellavista, responsabile tecnico del Museo Archivio Bianciardi. «Castellina in Chianti, per esempio, non è solo una rocca medievale. Conserva reperti



Il Museo Archivio Bianciardi custodisce oltre 300 volumi antichi, un archivio che copre oltre 500 anni, pergamene e oltre 200 reliquie

anche di altri periodi storici, dagli etruschi al Rinascimento. Così come il Chianti non è fatto di soli percorsi eno-gastronomici; a questi ultimi può accostare itinerari a carattere religioso, tra l'altro». In passato, in zone come quelle toscane, il turismo era già stagionalizzato e copriva 9 mesi circa l'anno. Da prima della pandemia a oggi, però, i mesi di flusso turistico significativo sono 5, perlopiù estivi. «Eppure con le vacanze degli ultimi due anni, quando era più difficile uscire dai confini nazionali, causa Covid, sono state riscoperte le mete off (vedere *ItaliaOggi* del 12/8/2021)», rilancia Bellavista, «allora adesso noi vogliamo consolidare questo trend».

Quindi il Mab, innanzitutto, spinge sulla sua collezione presso Palazzo Ricasoli, acquistata nel 1434 dalla famiglia Bianciardi, di cui Gaia Bastreggi Bianciardi è responsabile per il progetto Mab e presidente dell'associazione Amici Palazzo Bianciardi. Collezione che custodisce oltre 300 volumi antichi, un archivio storico che copre oltre 500 anni di storia, oltre a pergamene e oltre 200 reliquie ancora integre e corredate dei certificati di autenticità e dei sigilli dell'autorità ecclesiastica. A proposito di Chiesa, poi, viene riproposta la figura di Leone X «perché è stato un papa imprenditore, colui che ha organizzato scientificamente, assieme a banchieri tedeschi, la vendita

delle indulgenze per finanziare le sue committenze artistiche romane. Non solo, ha creato il primo parco a tema della storia, vicino Firenze, che ricalcava fedelmente il percorso che dovevano compiere, a Gerusalemme, i pellegrini che volevano l'indulgenza. In questo modo», prosegue Bellavista, «chi non poteva raggiungere la Terra Santa, comunque, avrebbe potuto pagare per essere assolto». Al netto delle indulgenze, il fil rouge imprenditoriale è stato ripreso dal Mab, organizzando con l'Università di Siena un corso per giovani imprenditori che vogliono fondare in loco start-up nell'ambito dei beni culturali. E infine, in un'ottica di sinergie con tutto il Chianti, Mab sta studiando un carnet con più talloncini che rappresentano altrettante tappe del territorio, un po' come per il Cammino di Santiago di Compostela. «Ogni volta che si va in un centro un talloncino viene bollinato», conclude Bellavista. «Così ogni turista è incentivato a conoscere l'intero circuito ma può anche decidere di suddividere il percorso in diverse visite. Per noi diventa l'opportunità di accoglierlo più volte, magari in diversi momenti dell'anno e soprattutto di fidelizzarlo».

© Riproduzione riservata

Lines con Testa e WeWorld oltre gli stereotipi di genere

«I volti che la violenza sulle donne può assumere sono tanti. E, spesso, dietro di essi continuano a celarsi retaggi culturali stereotipati e anacronistici. È giunto il momento di liberarcene». È questo il messaggio che il brand di assorbenti Lines lancia con un nuovo video, ideato dall'agenzia Armando Testa e realizzato da Think Cattleya, con la regia di Francesco Calabrese, in occasione della Giornata internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne.

Portavoce di questo messaggio è Emma Marrone che ha scelto di supportare Lines e l'organizzazione no profit WeWorld nella lotta alle discriminazioni e agli stereotipi di genere. La pianificazione del video, on air e online, è affidata a Media Italia.



Emma Marrone nella campagna di Lines ideata da Armando Testa

© Riproduzione riservata

Nico Vascellari firma due opere per Glo

Glo lancia due nuovi appuntamenti del progetto artistico itinerante Art&more by Glo, svelando la collaborazione con l'artista di fama internazionale Nico Vascellari. Glo, brand di punta di Bat Italia per i dispositivi a tabacco riscaldato, rinnova così la sua opera di mecenatismo scegliendo a partire da novembre Bari e Catania come nuove tappe del progetto Art&more. L'iniziativa, inaugurata lo scorso luglio a Napoli, si fa promotrice di opere e protagonisti del mondo dell'arte, noti ed emergenti, su tutto il territorio italiano.

Vascellari ha creato due opere in cui contemporaneo e preistorico coesistono: un richiamo alla filosofia di Glo che invita a non dover necessariamente scegliere tra due opzioni apparentemente opposte, ma a farle convivere «senza compromessi». L'opera stimola inoltre la riflessione sul futuro portando il pubblico a interrogarsi su come poter costruire un domani migliore, ciascuno con il proprio contributo.

Con «Alba dei tempi» Vascellari dà vita a due installazioni che vedono protagonista la pittura rupestre, la più antica forma d'arte, che esce dalla caverna e diventa una grande



Nico Vascellari

scultura di metallo. Ispirandosi al graffito di un pinguino ritrovato nella grotta provenzale Cosquer e risalente a 27.000 anni fa, a Bari l'artista ha lavorato alla creazione di una maestosa scultura attraverso la fusione a terra, tra le più antiche tecniche di produzione di sculture metalliche. L'alluminio viene colato all'interno di uno stampo composto da terra rossa, che viene rotta alla fine del processo per poterne estrarre il pezzo. Un'opera pubblica di grande impatto che sarà esposta al Museo Archeologico S. Scolastica. Per Catania, invece, l'artista ha lavorato alla trasposizione di un graffito di un delfino-balena rinvenuto nella caverna del Genovese alle Isole Egadi tra il 10.000 e il 6.000 avanti Cristo.

© Riproduzione riservata