

Quando l'insalata paga il restauro

di Silva Menetto 31 ottobre 2011



Questa è una storia di cultura, economia, marketing e ... insalata.

Anzi sono tante storie di ristoratori, panettieri, maestri vetrai, sarti e costruttori che amano la loro città e credono anche nel ritorno d'immagine che possono dare piccoli atti di mecenatismo.

Stiamo parlando della campagna "Veneziani x Venezia": aziende locali di piccolo e medio calibro che adottano un'opera d'arte e la restaurano a loro spese.

L'idea è venuta a Fondaco, agenzia veneziana di comunicazione e marketing, che dal 2005 ad oggi è riuscita a coinvolgere una decina di partner per recuperare e valorizzare il patrimonio storico-artistico minore di Venezia attraverso l'impegno diretto dei privati.

Così mentre la polemica contro le maxipubblicità che coprono le facciate dei monumenti in restauro occupa le prime pagine dei giornali, in laguna c'è un microcosmo operoso di artigiani/commercianti che ha deciso di restaurare piccole ma importanti porzioni di un passato e di una cultura che ancor oggi fanno di Venezia un punto di riferimento internazionale.

Ci sono le statue della sala del Maggior Consiglio a Palazzo Ducale, la Fontana di San Giacometto a Rialto, una serie nutrita di vere da pozzo sparse per tutta la città, i caminetti dell'appartamento del Doge, sempre a Palazzo Ducale, una statua della Madonna con Bambino in calle dei Fabbri: tutti abbisognavano urgentemente di un "lifting" profondo e grazie a questi imprenditori-mecenati sono stati salvati dal degrado del tempo. A questa lista presto si aggiungeranno persino i basamenti delle colonne di Piazza San Marco che hanno già trovato chi vuole adottare il loro restauro.

La lista dei monumenti bisognosi di intervento è stata stilata in collaborazione col Comune di Venezia.

Il range di spesa per i restauri va da un minimo di 15 mila ad un massimo di 100 mila euro. Chi vuole entrare a far parte dei "Veneziani x Venezia" non deve far altro che scegliere il tassello su cui concentrare i propri sforzi economici a favore della città.

Fatta la scelta, il cantiere viene avviato sotto la supervisione del Comune e della Soprintendenza. Tutto il battage pubblicitario che ne consegue, ha portato fino ad oggi risultati eccellenti per tutti gli artigiani e i commercianti che hanno aderito alla campagna.

Un esempio per tutti: l'ultima ditta - in ordine di tempo - entrata a far parte del club dei "Veneziani x Venezia" ha avuto un enorme successo di vendite. Le insalate in busta commercializzate dagli "Orti di Venezia", sponsor del restauro della statua del Gobbo di Rialto, sono passate dalla vendita al dettaglio alle maggiori catene della grande distribuzione. Un successo inaspettato che persino l'Università di Ca' Foscari ha deciso di studiare affidando ad un laureando del corso di marketing una tesi ad hoc su questa originale case history. Punti di forza dell'operazione sono il rapporto tra valorizzazione del patrimonio artistico ed impresa e gli stimoli ed i benefici che possono arrivare da simili iniziative.

Il tutto come trampolino di lancio per un progetto più ampio, su scala nazionale.