

La Regione Abruzzo fa parlare di sé.

Di Manuela D'Alessio

Giovedì 30 Giugno 2005 12:37



Tra tanti stand (praticamente tutti) che distribuiscono pubblicazioni, brochure e penne, c'è uno stand che distribuisce buon umore. Le fiere sono da sempre un'ottima vetrina per enti ed aziende, ma allora perché tutti si limitano ad esporre solo materiali cartacei e oggetti disutili? Possibile che nessuno ricordi l'interesse suscitato dalla prima vetrina animata: un manichino umano che indossa abiti griffati. In fondo, nulla di nuovo sotto il sole, solo una versione meno hard delle più famose ed apprezzate 'vetrine animate' di Amsterdam. Ebbene, così con tali esempi di alta comunicazione alle spalle, la Regione Abruzzo sceglie di mettere in mostra le proprie zone interne con esibizioni dal vivo. Ma facciamo un passo alla volta. Le aree montane sono spesso penalizzate dal turismo di massa che predilige la costa, con il progetto europeo 'Development of a Sustainable Tourism' l'Abruzzo punta a rilanciare le zone interne creando una rete che comprenda botteghe e laboratori nei quali il turista può apprendere tecniche e arti antiche. In questo modo si recupera una manualità che molti hanno perso e si ridà nuova linfa ai mestieri tradizionali, suggerendo percorsi turistici davvero alternativi, talmente alternativi che non contemplano i soliti agriturismi e i soliti maneggi. Allo stand della Regione Abruzzo, partner capofila del progetto, sono presenti anche i partner transnazionali Polonia, Grecia, Ungheria e Romania, ognuno con una propria proposta turistica legata ad uno specifico percorso artistico e culturale. Nello stand, proprio come in una vetrina animata, tutto questo prende vita. Le attività più inusuali (in quanto straniere) non vengono illustrate solo attraverso video e materiale cartaceo, ma presentate direttamente da maestri e artisti. Laszlo, artigiano ungherese di strumenti musicali, è intento a costruire una citera anche se, mentre la colla si asciuga, non si lascia pregare ed incanta il pubblico pizzicando le corde dell'affascinante strumento in legno. Anche in questo caso la comunicazione ci sorprende e va oltre quello che recitano manuali e professoroni. Laszlo non parla l'italiano e nemmeno l'inglese, eppure il miracolo della comunicazione si compie: un vigile del fuoco si avvicina per provare a suonare lo strumento, e voilà dopo pochi secondi sono entrambi impegnati in un coro che intona un "O' sole mio" particolarmente transnazionale. Dopo l'ungherese è la volta di Anatolin,

La Regione Abruzzo fa parlare di sé.

Di Manuela D'Alessio

Giovedì 30 Giugno 2005 12:37

pittrice greca di icone sacre, esperta nella tecnica bizantina che utilizza tuorlo d'uovo e aceto di vino per fissare i colori sul legno. Dopo l'agiografia greca, restiamo rapiti dall'abilità rude e gentile dello scultore Antonios e dalla millenaria precisione della ricamatrice rumena Tamara. Il risultato dal punto di vista della comunicazione è uno stand multietnico in cui si sono alternati volti, culture, tradizioni, ed attività pratiche. Una piccola rivoluzione dentro EuroPa, tanto che l'ufficio stampa della fiera ci invita a preparare un comunicato che spieghi il progetto ed illustri le attività. Ogni giorno due diversi paesi sono in mostra con varie esibizioni, ogni giorno spaccati culturali e abilità artistiche diverse vengono messi a confronto, tra lo stupore e la voglia di partecipare del pubblico più vario. Ingegneri in giacca e cravatta, assessori in tailleur, rappresentanti di vari ministeri, tutti chiedono di indossare i camici da lavoro e di cimentarsi nella prova guidati dalle insegnanti-artiste di Rapino. Per questi volenterosi, dei gadget particolari in omaggio, sempre in tema con il turismo montano: cannocchiali per visione notturna, bussole, moschettoni, torce, zaini, tutto l'occorrente per riuscire ad orientarsi e a muoversi con disinvoltura nelle aree interne. Richiestissimo anche l'adesivo "FATE SPAZIO - ECOTURISTI ALL'ATTACCO", e in ultimo, ma primo in classifica per i quattro giorni della fiera, la t-shirt del progetto. Anche in questo caso una scelta 'coraggiosa' in fatto di comunicazione. Non la solita maglietta con logo istituzionale che non si indossa nemmeno per imbiancare le pareti di casa, ma una t-shirt divertente, appena un pochino maliziosa, che strizza l'occhio con garbo. Le magliette sono state i gadget più richiesti, moltissime persone si sono fatte guidare dal richiamo della scritta ammiccante e provocatoria e, tramite il passaparola, sono giunte fino allo stand dove, ottenuta la maglietta, sono rimaste ad osservare e a sperimentare tecniche e arti. Per concludere, la Regione Abruzzo ha creato un po' di scompiglio, ha suscitato tanta simpatia, ha ricevuto inviti e complimenti, anche dagli stand più seri e istituzionali, ed infine ha anche lanciato una moda. A tutto vantaggio delle zone interne, e di chi le andrà ad esplorare. Beato lui.