

Cavatappi e paradossi.

Di Andrea Riccio

Lunedì 16 Aprile 2012 13:53 - Ultimo aggiornamento Lunedì 06 Luglio 2020 16:55



Un'azione di marketing tutta speciale si ripete per il terzo anno ad Oristano. E' la fiera del paradosso, essenza del marketing nel 2.0. Una marca dal potenziale inestimabile viene abbandonata dai suoi distratti produttori: la Vernaccia di Oristano. Che potenziale?

Certamente il vino più antico del pornmobile.online mondo (capperi!), tutelata dall'insigne testo giuridico del Medioevo, la [Carta de Logu](#), mocodice dei Giudici d'Arborea. Quale altro prodotto può godere di un simile Storytelling? Quali sconfinite narrazioni potrebbero scaturire, se solo un gocciolo..?

Aggiungo, per parlare terra terra, che il prodotto è di straordinario valore: un vino dal gusto così importante da essere annoverato, secondo l'Enciclopedia del Vino, tra i [cento migliori del mondo](#) ! Ma viene abbandonato. Chiamate un medico...

L'idea allora è quella di abbinare la Vernaccia all'arte, quindi all'attualità ed alla bellezza. Opere d'arte di ogni natura esposte in una mostra diffusa per le vetrine del centro storico di Oristano, capoluogo del minuscolo terroir in cui il nobile vitigno si produce.

Un concorso per riempire di quadri la città. Di foto, racconti, video, poesie, sculture, vignette... Arte di ogni come, come un urlo di aiuto che un essere morente lancia, in qualsiasi modo gli venga concesso. E ciò che non gli è concesso, se lo prende.

Un'operazione di marketing che fa bene anche alla città, rendendola una galleria a cielo aperto, perché le opere saranno in primo piano nelle vetrine, per poterle ammirare sempre, anche la notte. Un'operazione di marketing tanto strana che incontra la resistenza di certi produttori. Ma questo la rende magnifica. Perdonate se mi cito, ma l'idea è mia.

E qui c'è il bando. Ti va di dividerlo?

www.cavatappididee.it

Alla salute