



Con le insalate veneziane l'arte risplende

L'Italia è il Paese con il più ricco patrimonio artistico al mondo. Il territorio della penisola, dalle più grandi città al più sperduto e inaccessibile borgo, è punteggiato di opere d'arte, talvolta dimenticate nei sotterranei dei musei e, in ogni caso, soggette a un inevitabile degrado che richiede onerosi lavori di restauro. Insieme al paesaggio e all'enogastronomia, quello dell'arte è l'elemento più attrattivo del Paese, una risorsa di portata enorme per ogni luogo, fino a oggi scarsamente valorizzata nelle sue molteplici implicazioni. Dalle Alpi a Capo Passero non si fa che parlare di questo. Ma il fatto paradossale è che spesso tutto finisce in chiacchiere o, al massimo, scartoffie. Mancano progetti concreti e idee precise da realizzare in tempi non geologici e così le straordinarie potenzialità che si possono intravedere, finiscono per essere in gran parte assorbite nell'inerzia di quel buco nero, di quella malattia cronica che affligge l'Italia fin da tempi antichi. C'è un lato opposto della medaglia,

tuttavia. E nasce sempre dal paradosso di questo Paese negletto e pure meraviglioso, capace di un genio che è la causa stessa di



Pasqualino di Niccolò, Madonna col bambino e San Giovannino, Civico Museo Sartorio di Trieste

tale sovrabbondanza di bellezza e creatività. Un esempio di modello imprenditoriale capace di riassumere in

un virtuoso ensemble la mission diretta all'ottenimento di un profitto attraverso la realizzazione di un prodotto di qualità con la valorizzazione del territorio e il contributo al recupero di opere d'arte, è quello manifestato dall'azienda con sede a Giare di Mira, a sud di Venezia, "Gli Orti di Venezia", condotta da Paolo Tamai e Marina Ceconi, in partnership con la srl "L'insalata dell'orto". L'impresa, sorta nel 2010, che produce oggi oltre 50 tipologie di insalate soprattutto di quarta gamma, tra le quali, alcune variopinte, grazie al mix con fiori commestibili, ha fatto proprie, fin dalla nascita una filosofia e una prassi che trovano un precedente famoso negli Stati Uniti: nel 1983, l'American Express annunciò di devolvere un centesimo di dollaro per ogni transazione effettuata con una carta di credito e un dollaro per ogni nuova carta di credito sottoscritta nei primi 3 mesi di quell'anno. Gli introiti furono destinati al restauro della Statua della Libertà a New York, simbolo eletto degli Stati Uniti.

Questa strategia, che coniuga la promozione di un prodotto a fini di crescita di un'impresa con una causa sociale, chiamata *cause related marketing*, trova una interessante replica nostrana nell'azione de "Gli Orti di Venezia", che destina il 12 per cento dei ricavi di ogni confezione di insalata venduta al recupero di un'opera d'arte. «I cittadini che scelgono di acquistare i nostri prodotti – osserva Paolo Tamai – si sentono soggetti attivi e consapevoli, contribuendo al recupero di opere d'arte presenti nel territorio in cui vivono. Ed è un circuito che si auto-alimenta: più la nostra azienda cresce, maggiori sono le possibilità di operazioni di questo tipo».

Tra i restauri finanziati con il contributo de "Gli Orti di Venezia", spiccano quelli del Gobbo di Rialto, del Pescatore di Rialto, del busto del doge Bartolomeo Gradenigo, del Portale della Scala d'Oro di Palazzo Ducale (a Venezia) e ultimo, in ordine di tempo (26 aprile 2017) di sei dipinti ora esposti nel salone da ballo del Civico Museo Sartorio di Trieste, in collaborazione con Coop Alleanza 3.0, tra le insegne della grande distribuzione commerciale dove sono commercializzate le insalate de "Gli Orti di Venezia".

roberto.faben@tin.it