

(Articolo pubblicato sul sito "Palazzo Tenta 39" di Bagnoli Irpino il 23.11.2015)

La scuola I.T.E. "Amabile" in gita a Bagnoli, tra marketing, storia e arte

23.11.2015, Il Quotidiano del Sud e Avellino.zon.it



Quello appena trascorso è stato un sabato alternativo per gli alunni del I.T.E. "Amabile" di Avellino recatisi in gita a Bagnoli Irpino, mentre psicosi e paranoie imperversano sulle principali città d'arte italiane. Il progetto "Dal barocco all'unità..." curato dalla professoressa Anna Lenzi con le colleghe Taccone e Mauriello, va ad unire le materie di studio al territorio: portando i ragazzi dai libri al paese, per toccare con mano quanto affrontato in aula. L'iniziativa va anche a raccordare i due bienni dell'istituto con la partecipazione delle classi quarte e prime.

Ad attendere i ragazzi c'era l'incontro con l'assessore alla cultura del comune di Bagnoli Irpino, dott.ssa **Grazia Maria Lepore**, e con **Federico Lenzi** dell'associazione "Palazzo Tenta39" che ha curato l'ufficio stampa di "Il nero di Bagnoli". Il tema dell'incontro era la promozione del territorio, riallacciato agli studi di marketing dei ragazzi del professionale di Avellino.

L'assessore Grazia Maria Lepore ha illustrato come Bagnoli punti al turismo in ogni sua sfaccettatura: dall'arte, al cibo, fino alla natura. Di questo ne sono testimonianza i numerosi musei ed eventi culturali organizzati durante il lungo mese di "Il nero di Bagnoli", conclusosi con la visita del prof. Vittorio Sgarbi e il dibattito sulla promozione culturale del territorio. Dopo si è parlato della pinacoteca di Michele Lenzi, inaugurata e lodata da Sgarbi, che per l'assessore è il simbolo della rinascita e della riscoperta del territorio bagnolese. Immane è stato un passaggio sulla presenza all'Expo di "Il nero di Bagnoli" e sul documentario di Remo Schellino girato a Bagnoli e Laceno, per richiedere all' "Unesco" che il tartufo diventi patrimonio immateriale dell'umanità. Una grande operazione di marketing portata a termine dall'assessore e dagli organizzatori dell'evento nelle ultime settimane dell'esposizione universale.UNESCO

Sulla promozione di "Palazzo Tenta39" Lenzi ha illustrato ai ragazzi la presenza sul territorio attraverso le radio, i giornali e un ufficio stampa che ha sfornato quasi due comunicati a settimana su oltre trenta testate (provinciali, regionali e nazionali), dai primi di settembre ai primi di novembre. A questa forte presenza sui media tradizionali si è aggiunto un massiccio uso dei principali social network. Infatti, grazie ad essi, è stato individuato: il pubblico della sagra, le sue aree di provenienza, le sue preferenze (in materia di post) e gli orari di maggiore connessione. Questo attraverso l'apporto di altre piattaforme come "Youtube", "Instagram" e "Tripadvisor" ha permesso di massimizzare i risultati dell'operazione. L'iniziativa ha permesso, attraverso l'uso di #hashtag e post/descrizioni in italiano ed inglese, di raggiungere alcune decine di migliaia di persone in tutto il mondo. L'esperienza ha evidenziato quali sono i tre target di turisti (amanti del cibo, amanti della natura/sportivi e amanti della cultura) che frequentano la località e che vanno a dare tagli diversi ai tre weekend dell'evento. Si è concluso, riprendendo l'intervista realizzata lo scorso anno al tour operator americano "Tour de Forks", evidenziando ai ragazzi i problemi del marketing territoriale: restano ancora forti i campanilismi, l'incapacità di fare rete, le forti carenze

in inglese e nelle nuove tecnologie. Della globalizzazione in questa terra sono arrivati solo gli aspetti negativi in ambito sociale, ma le prospettive di crescita offerte dal villaggio globale sono ancora rare eccezioni.



Successivamente gli alunni dell'I.T.E. "Amabile" hanno consegnato un progetto di marketing sul Laceno all'amministrazione comunale di Bagnoli Irpino. In questo lavoro hanno analizzato i punti di forza e di debolezza dell'altopiano, immaginando possibili politiche di promozione. L'assessore Grazia Maria Lepore ha concluso evidenziando come ci sia ancora tanto da migliorare su "Il nero di Bagnoli", ma cavalcare le polemiche campanilistiche non porterà di certo l'Irpinia a fare sistema.

La giornata è poi continuata con la visita alla collegiata insigne di Santa Maria Assunta con la sua architettura barocca e i dipinti di fine seicento del D'Asti e del Cestaro. Una passeggiata tra influssi caravaggeschi e ombre di Mattia Preti nei quadri degli artisti bagnolesi, ha portato i ragazzi al coro ligneo di Bagnoli: monumento nazionale e opera massima della scuola d'intaglio bagnolese.

La seconda tappa è stata l'unica giudecca irpina con le sue stradine, tra le mura longobarde e il complesso monumentale della collegiata insigne. La storia dell'unica comunità ebraica irpina ha dato nuovi spunti ai ragazzi in vista della vicina giornata della memoria. Subito dopo è stata la volta di via Garibaldi con l'edicola della vergine, eco di antichi pellegrinaggi; della fontana del Gavitone con il caratteristico carpine nella torre e dell'antica tintoria dei Cavaniglia, oggi pinacoteca comunale. Nella pinacoteca comunale si è ripercorsa la storia dell'unità d'Italia e dei primi anni della nazione, attraverso i quadri di uno dei maggiori pittori ottocenteschi meridionali: Michele Lenzi.

È stata una mattinata in controtendenza quella della ragioneria "Amabile" a Bagnoli Irpino, una giornata che ha dimostrato l'importanza del territorio per la scuola e della scuola per il territorio. L'arte, la cultura e la storia non sono solo gli ovattati mondi delle città d'arte, ma le tante piccole realtà territoriali che possono supportare la formazione a pochi passi dagli istituti. A Bagnoli Irpino l'amministrazione comunale e l'associazione "Palazzo Tenta39" hanno dimostrato ai ragazzi come Bagnoli non sia solo sagre.