

UN MONDO DI IDEE ORIGINALI PER VIAGGIARE

lonely planet

ESTATE 2023

MAGAZINE
ITALIA

PUGLIA
Le meraviglie
del Gargano

AZZORRE
I delfini di Flores

**SPECIALE
FIUMICINO**

KENYA
A passo lento



LAST
ISSUE

TUFFIAMOCI NEL BLU

Scegliamo l'allegria di 20 destinazioni estive
per portare a termine un viaggio indimenticabile
Continueremo a inseguire la bellezza



BIMESTRALE • NUMERO 3 • ANNO V
SVIZZERA ITALIANA: CH CT 14,50 CHF | SVIZZERA TEDESCA - CH 14,90 CHF

PLUS: TOKYO | FRANCIA MERIDIONALE | GIAMAICA | ALBANIA | TUNISIA

QUANDO SI PENSA ALL'ITALIA SI PENSA ALLA BELLEZZA



Quando si pensa all'Italia si pensa alla bellezza. Lo ha confermato anche il Presidente della Repubblica, Sergio Mattarella, parlando agli studenti di una scuola italiana a Parigi, in occasione dell'inaugurazione della mostra "Napoli a Parigi", che porta per sei mesi i capolavori del Museo di Capodimonte al Museo del Louvre, affermando: "C'è un pensiero diffuso nel mondo" che viene associato all'Italia: "la bellezza innanzitutto. La bellezza forse è ciò che richiama l'Italia e nei miei colloqui registro che gli stranieri, quando pensano all'Italia, pensano alla bellezza". Promuovere e sostenere la bellezza e il talento italiani in tutte le loro declinazioni è l'obiettivo della Fondazione Italia Patria della Bellezza, che oltre al suo bando annuale - che ha coinvolto finora più di 300 progetti partecipanti alle varie edizioni - organizza il Forum della Bellezza: una giornata dedicata ai progetti virtuosi che con il loro lavoro mettono al centro la bellezza del territorio, dei luoghi, dei tesori artistici e culturali del nostro Paese. Il prossimo Forum si terrà a novembre, a Milano: un'occasione per conoscere esperienze e ascoltare testimonianze di realtà attive in tutta Italia, con una particolare attenzione al ruolo della comunicazione nella valorizzazione di un territorio.

Maurizio di Robilant

Presidente Fondazione Italia Patria della Bellezza



L

L'ITALIA È RICCA DI REALTÀ E PROGETTI legati al territorio, all'arte, alla cultura, spesso poco conosciuti nonostante il loro incredibile valore e il grande lavoro che viene fatto da singoli, associazioni, enti territoriali per promuovere luoghi, contesti, patrimoni materiali e immateriali.

Per far conoscere il più possibile questa ricchezza, tre anni fa è nato un bando che mira alla valorizzazione della cultura e dei territori, per premiare la comunicazione e il branding dei progetti culturali in tutto il Paese. È un'iniziativa di Fondazione Italia Patria della Bellezza, fondata nel 2014, che si avvale di un Advisory Board di esperti provenienti da mondi ed esperienze differenti, di un Comitato per le Relazioni Istituzionali e di una rete di 'Communication partner', agenzie di comunicazione che ne condividono gli obiettivi e ne adottano i progetti. Nel 2020 la Fondazione ha lanciato un suo bando annuale, a cui hanno partecipato finora più di trecento realtà, affiancato da una serie di attività che contribuiscono a disegnare una mappa del talento, della bellezza e dell'impegno tra arte, territorio, scienza, cultura e società, in ogni regione d'Italia. Scorrendo i nomi dei vincitori dell'edizione 2023 del bando si va dal Veneto, con Stra-Ordinario Sapere della Biblioteca Capitolare di Verona, alla Liguria con il progetto "Un brand per la cultura del mare", per arrivare alla Toscana con Kilowatt Festival, in Basilicata con TAM - Tower Art Museum a Matera e infine in Sardegna con MAR - Miniera Argentiera, passando dall'iniziativa Il cielo itinerante, che unisce bellezza e materie STEM, e dalle attività dell'Associazione Italiana di Geologia e Turismo, fino alle "adozioni" delle agenzie di comunicazione. In tutto, quest'anno sono stati ben 21 i progetti supportati dal bando, che sono andati ad



Nelle pagine precedenti, due immagini di MAR - Miniera Argentiera, in Sardegna (ph. Ettore Cavalli). Sopra: TAM - Tower Art Museum, museo d'arte contemporanea a Matera.

unirsi a quelli delle edizioni precedenti, componendo un patrimonio significativo di conoscenza, creatività e valore.

Alla sua terza edizione, il bando ha ulteriormente ampliato il proprio raggio di azione coinvolgendo sempre più persone, realtà, agenzie e istituzioni, unite dallo stesso obiettivo: scoprire, sostenere, raccontare il talento italiano. Si è confermato un appuntamento importante, con partecipanti provenienti dall'arte, dall'impegno sociale, dal teatro, dalla ricerca scientifica, dalla tutela e valorizzazione del territorio, con un'attenzione particolare al ruolo che la bellezza ricopre nei percorsi di crescita di tutti gli essere umani, per contribuire alla consapevolezza e alla conoscenza delle risorse creative, progettuali, umane e immateriali del nostro Paese. Entrando nel dettaglio dei progetti vincitori per il 2023, TAM - Tower Art Museum è un museo d'arte contemporanea privato, aperto dopo molte difficoltà nel cuore dei Sassi di Matera, che intende creare nuovi contenuti culturali per restituire un racconto diverso della città lucana, mentre MAR - Miniera Argentiera è un progetto di rigenerazione territoriale e culturale di un ex borgo minerario, uno dei maggiori esempi di archeologia industriale della Sardegna del nord, ideato da Landworks, associazione che da anni lavora in siti dismessi. L'iniziativa Il cielo itinerante nasce dalla necessità di rendere più inclusive le materie STEM per i bambini



Sopra: una veduta di Miniera Argentiera. A destra, una visione notturna per il progetto "Un brand per la cultura del mare" - Mu.MA, Istituzione Musei del Mare e delle Migrazioni del Comune di Genova (ph. Nazario Sauro); in basso un'immagine dal progetto "Il cielo itinerante".



QUEST'ANNO SONO STATI BEN 21 I PROGETTI SUPPORTATI DAL BANDO, CHE SONO ANDATI AD UNIRSI A QUELLI DELLE EDIZIONI PRECEDENTI

e le bambine provenienti da contesti di disagio socio-economico. Obiettivo: portare il cielo dove di solito non arriva, con un tour, che nel 2022 ha toccato 60 città, per giungere dove c'è più bisogno di investire nell'educazione dei più piccoli e di accendere i riflettori sul loro futuro, con laboratori incentrati sulla vita nello spazio e osservazioni guidate del cielo. Un brand per la cultura del mare - Mu.MA, Istituzione Musei del Mare e delle Migrazioni del Comune di Genova, raccoglie importanti strutture museali a Genova e ha l'obiettivo di promuovere la Rete dei Musei e dei Centri del Mare della Liguria, sviluppando progetti di cooperazione per la promozione del patrimonio marittimo. Kilowatt è un festival multidisciplinare internazionale dedicato alla scena contemporanea, che si svolge in luglio in Toscana, tra Sansepolcro e Cortona. Promosso e realizzato dalla compagnia di produzione teatrale CapoTrave, è noto per la qualità delle scelte artistiche e per l'innovativo format dei Visionari, che coinvolge 50 cittadini non addetti ai lavori, incaricati di selezionare ogni anno nove spettacoli da inserire in cartellone.

Accanto ai progetti premiati direttamente dal bando, molti altri sono stati affiancati dalle agenzie di comunicazione e branding che hanno risposto all'appello della Fondazione, condividendone gli obiettivi e dedicando la propria attività pro-bono a numerose iniziative selezionate tra le partecipanti.

Da destra in senso orario: momenti delle attività promosse dall'Associazione Italiana di Geologia e Turismo APS; l'incantevole panorama del lago di Carezza nel quale si specchiano le Dolomiti



IL VIAGGIO È CONOSCENZA

L'ASSOCIAZIONE ITALIANA DI GEOLOGIA E TURISMO APS PROPONE UN MODO ALTERNATIVO PER PROMUOVERE IL PATRIMONIO NATURALISTICO ITALIANO

Nata vent'anni fa, l'Associazione Italiana di Geologia e Turismo APS ha l'obiettivo di far conoscere e valorizzare il patrimonio geologico italiano, riavvicinare le persone alla natura in tutte le sue espressioni, facendo riscoprire il legame indissolubile con la terra e con l'ambiente che ci circonda.

Per promuovere il viaggio come percorso di crescita e conoscenza e un turismo responsabile, sensibile e attento all'ambiente, per sviluppare la curiosità verso la geo-diversità e aumentare la consapevolezza e l'importanza di un rapporto sostenibile con la natura, l'Associazione promuove attività e progetti di ricerca e di divulgazione, mettendo in

relazione aspetti biologici e paesaggistici con temi culturali e sociali. Tra questi progetti spicca "Le voci dei geologi raccontano il Bel Paese", selezionato tra i partecipanti al bando 2023 della Fondazione Italia Patria della Bellezza, pensato per raccontare la bellezza del patrimonio paesaggistico e geologico d'Italia con una diversa chiave di lettura. Nel 2024 si celebreranno 200 anni dalla nascita di Antonio Stoppani, divulgatore scientifico tra i più grandi di tutti i tempi. Con il suo "Il Bel Paese", un bestseller senza precedenti che si ispira nel titolo ad un verso di Dante, ha raccontato e svelato la bellezza e le meraviglie naturalistiche italiane. Il Bel Paese è un emozionante e appassionato viaggio che da nord a sud attraversa paesaggi geologici magnifici fatti di montagne, ghiacciai, grotte, vulcani, laghi, mari e l'Associazione Italiana di Geologia e Turismo, in occasione di questo importante anniversario, ha ideato un progetto che intreccia le parole di Stoppani con la voce dei geologi di oggi, alla scoperta, o ri-scoperta, dell'unicità del patrimonio geologico e paesaggistico del nostro Paese.



A sinistra, l'ingresso del TAM - Tower Art Museum di Matera; a destra il pubblico del Kilowatt Festival in una foto di Elisa Nocentini.

Tra queste, Studiolo conferma per il terzo anno consecutivo l'adozione per Firenze Greenway, infrastruttura urbana verde lunga quasi 15 km immersa nella natura, nella cultura e nell'architettura, mentre Strategic Footprints continua ad affiancare Hypermaremma, associazione di promozione sociale per la produzione di eventi artistici in Maremma, e White Lady conferma l'adozione per YouTopic Fest, promosso dall'associazione Rondine Cittadella della Pace per favorire il confronto sul tema del conflitto. Encanto Public Relations prosegue nel supportare IN LOCO. Museo Diffuso dell'Abbandono, progetto culturale di valorizzazione del territorio di Forlì, e adotta inoltre Il Palazzo più musicale di Venezia, progetto della Fondazione Ugo e Olga Levi, importante centro di ricerca e divulgazione della musica e della musicologia. TBWA\Italia quest'anno ha scelto di adottare il progetto "25 anni di cura, accoglienza, natura, arte e bellezza" di Fondazione Rosa dei Venti, che si occupa di fragilità psichiche in adolescenti e giovani adulti, mentre M&C Saatchi adotta "I settant'anni di Antoniano: una storia d'amore e musica" di Antoniano Onlus, che mira a diventare modello di cura ed educazione per diffondere la musica come linguaggio universale, oltre a valori come la solidarietà, l'accoglienza e l'amore per il prossimo.

Reflektor adotta Horti di Almo Collegio Borromeo, la cui missione formativa, attraverso la pedagogia della bellezza, si inserisce in modo attivo nei processi di rigenerazione dello spazio pubblico promuovendo luoghi di socialità, intrecci di saperi e senso etico. The Branding Letters adotta Musica con Vista, il viaggio nella bellezza italiana di Comitato

Amur, che risponde all'esigenza di identificare nuove forme di collaborazione tra città e borghi mettendo in contatto enti concertistici e la rete di dimore storiche su tutto il territorio nazionale, mentre Studio Tiss ha scelto per quest'anno "Presidio Culturale Permanente negli Istituti Penitenziari per Minorenni" di CCO - Crisi Come Opportunità, progetto che valorizza il bello delle persone in uno degli ambiti più difficili della società.

Tra le agenzie che si sono aggiunte in occasione del bando 2023, MINT LIST adotta il Festival del Paesaggio 2023, ad Anacapri dal 9 settembre, mentre Studiomeme ha scelto Art Days - Napoli Campania, la prima settimana diffusa dell'arte contemporanea in città e nella regione. Ursula Borroni insieme a Serena Poletto Ghella adotta Casa di Gesso - spazio di sperimentazione per nuove generazioni, dedicato all'infanzia e all'adolescenza, mentre lo Studio R&P, sotto la direzione artistica di Davide Rampello, ha scelto di sostenere "Il mare d'inverno: la piazza coperta", di Mare Culturale Urbano di Milano, un nuovo modello di sviluppo territoriale delle periferie basato su processi di inclusione sociale, innovazione culturale e rigenerazione urbana.

Il prossimo appuntamento con la Fondazione Italia della Bellezza sarà a novembre, con la seconda edizione del Forum della Bellezza: un momento di confronto tra le persone che in tutta Italia lavorano per far diventare la bellezza e il talento risorse per lo sviluppo dei territori e del Paese, una nuova occasione per scoprire luoghi, persone e progetti che disegnano il paesaggio naturale, culturale e umano della nostra penisola.