



Ci sono due scuole di pensiero.

Quelli che gli sponsor non li citano e non li citerebbero mai.

E quelli che gli sponsor li citano e li citerebbero sempre.

Ecco, io sono della seconda scuola, perchè credo che chi sponsorizza un'attività sportiva, un evento culturale, uno spettacolo, un festival, un momento di socialità o di incontro pubblico sia un benemerito, uno che merita assolutamente di essere citato, come gli artisti, a volte anche di più.

Così, ad esempio, faccio un appello pubblico perchè credo che gli splendidi ragazzi che hanno portato il Tennis Tavolo Genova in serie A – unica società insieme a Genoa, Sampdoria, ai due circoli tennistici e Pallanuoto Quinto, che ha anche il valore aggiunto del cuore di Martha Semino e di Pietro Roth – meritino subito un main sponsor e che lo meriti la passione di Alberto Puppo, che è il grande papà, in ogni senso, della società.

Oppure, allo stesso modo, ricorderò finchè avrò voce in gola che c'è la possibilità di sponsorizzare il teatro Nazionale di Genova – con tanto di Art Bonus che permette il recupero del 65 per cento di quanto investito – che gestisce quattro sale, fra cui le due di Sampierdarena, che hanno anche una funzione sociale.

Ogni sera che Modena e Sala Mercato aprono il sipario, il numero di reati in zona diminuisce drasticamente.

Perchè c'è luce, perchè c'è cultura e perchè la cultura e la luce sono sempre e comunque vita. Anche in senso letterale.

E quindi l'appello del direttore Angelo Pastore, del presidente Gian Enzo Duci e delle voci del Teatro Mattia Scarsi e Manu Martinez vale doppio.

Insomma, se qualcuno legge ed è interessato a tennis tavolo o a teatro, non resta che fare un fischio.

Luglio 30, 2019

## LE BUONE SPONSORIZZAZIONI E GLI SPONSOR "BUONI"

E più che una constatazione è un consiglio.

Allo stesso modo, ho raccontato con piacere l'ingresso in forze di Esselunga nel mondo delle sponsorizzazioni, ad esempio ai Parchi di Nervi.

E credo che il valore aggiunto della presenza di Iren a Genova sia la sponsorizzazione di grandi eventi, dal Festival dei Parchi alla stagione del Carlo Felice a quella del Teatro Nazionale, con Matteo Campora che è un lord persino dei rapporti fra Comune e sponsor.

Così anche l'apparizione di una figura di Ilaria Mazzoccoli che è una specie di divinità laica delle sponsorizzazioni ha un valore anche sociale, come quella della figura del Fund Raiser elevata a figura mitologica: un terzo donna, un terzo occhiali fashion e un terzo cacciatrice di sponsor.

Poi, ovviamente, per statuto, in questa carrellata non può mancare la Compagnia di San Paolo, con Andrea Rivellini e gli altri consiglieri in prima fila a raccogliere le esigenze della città, portate avanti in prima persona dal sindaco Bucci, dall'assessore alla Cultura Barbara Grosso e da Giancarlo Vinacci, che fra le sue deleghe ha proprio quella ai rapporti con le fondazioni bancarie ed è una sorta di passpartout che apre le porte giuste ai piani più alti del mondo.

E poi potrei continuare con altri esempi: Massimo Cenci, ottimo comunicatore di Crédit Agricole che mette l'umanità davanti a tutto, è stato per molti un chirurgo della sponsorizzazione, un premio Nobel della Medicina per la cultura, pronto a salvare eventi e situazioni importanti per la città e per la regione. Meglio del pronto soccorso.

E lo stesso si può dire per Fincantieri di Giuseppe Bono; per Costa che ha regalato alla città la festa dei settant'anni con lo scivolo e alla regione lo spot sulla bellezza; per Msc Foundation con la Ballata per Genova di piazzale Kennedy; per il gruppo Onorato Armatori con il sostegno alla settimana della Blue Economy e alla Shipping Week, che ha avuto anche il contributo decisivo di Intesa San Paolo Private Banking.

Oppure, potrei parlare del ruolo sempre più importante di Francesco Berti Riboli, mecenate della cultura genovese, che con Villa Montallegro è la griffe di mille eventi ed ha appena firmato anche il percorso panoramico fra Carignano e il Castello D'Albertis, che vi racconteremo.

Perché ne vale la pena. Di raccontarlo e di percorrerlo.

O, ancora, al Boa Goa all'Arena del Mare – oltre ai main sponsor del Festival Aperol e Absolut – ho apprezzato soprattutto due presenze: da un lato, in occasione della data di Calcutta, che ha “Kiwi” nel suo repertorio, la presenza dei kiwi neozelandesi di Zespri, che hanno allietato il pubblico per tutta la serata, esempio di marketing miratissimo su un artista, su una canzone e su un prodotto.

Ma anche, nello spirito green di tutto il Boa Goa, lo spazio di Duferco Energia, che già mette di buonumore perché ricorda il sorriso di Vittoria Gozzi, ma che ha costituito anche il punto di incontro con la musica di Carlo Silva e di tutta la sua crew, in senso letterale e figurato: Cristina Micali, Brigida Ravano (che ha anche la più bella mamma mai vista in natura), Vittoria Canessa, Ilaria Gualandri, Matteo Minniti e Paola Sammarone.

Insomma, lo sponsor spesso è cosa buona e giusta, non invasiva.

Ma, oggi, con la collaborazione straordinaria di Luca Barabino, di Roberto Stasio, che è una sorta di raddomante di questa storia, e di tutte le loro squadre racconto anche altre tre storie di sponsorizzazione non solo giusta, ma anche buona.

---

La prima l'abbiamo vista a Slow Fish, dove per la prima volta c'è stata la copertura wifi free in tutta l'area del Porto Antico realizzata da BBBell, che è azienda leader nel Nord Ovest in telecomunicazioni wireless e offrendo il wifi free al pubblico ha avuto la possibilità di far testare direttamente il servizio, oltre a far provare prodotti tipici liguri nel suo stand, per la gioia soprattutto di Stefano Mai, che è una sorta di piazzista istituzionale dei sapori liguri.

E così l'azienda guidata da Simone Bigotti è riuscita ad abbinare il suo lavoro specifico sull'entroterra per portare connettività internet e telefonia anche nelle zone più interne e montuose della Liguria, alcune delle quali non sono raggiunte dagli operatori tradizionali, e il menù con vini di alcuni produttori del Consorzio Alta Langa bevande di Lurisia e panino Memà a base di prescinseua, gocce di pesto, salsa all'acciuga, carpaccio di baccalà marinato e olive taggiasche, firmato dallo chef Domenico Sorrentino.

---

Storie, altre storie.

Ad esempio, quella della Sagra del Pesce a Camogli – negli ultimi anni fortissimamente sponsorizzata Friol – dove quest'anno gli oltre 3.000 litri di olio utilizzati per la maxi frittura sono stati per la prima volta trasformati in una risorsa riutilizzabile quale il biodiesel per autotrasporto.

Funziona così: Eco.Energia, azienda fiorentina, attraverso il progetto Olly, si occupa di raccogliere e recuperare gli oli alimentari esausti di origine vegetale provenienti da utenze domestiche e commerciali, trasformando un rifiuto in un'importante risorsa e ottenendo così un significativo risparmio in termini economico-energetico.

E qui vale la pena di dare qualche numero: grazie al sistema Olly, nel 2018 sono state raccolte da Ecoenergia circa 800 tonnellate di olio (+23% sul 2017) in Italia, grazie all'ampliamento del servizio e all'aggiudicazione di nuove gare, in ottanta Comuni di Liguria, Campania, Trentino-Alto Adige, Toscana Umbria e Lazio.

Per quanto riguarda la Liguria, in particolare a Lavagna funziona il recupero degli oli alimentari esausti conferiti tramite un bidoncino giallo all'interno di vari Punti di Raccolta, detti 'casine', a cui è possibile accedere tramite una card nominativa.

E qui vale la pena di raccontare due cose: l'olio alimentare esausto, se disperso nell'ambiente, può infatti causare gravi danni al sottosuolo, alle reti fognarie e alle falde acquifere, può rendere inutilizzabili i pozzi di acqua potabile e può compromettere l'esistenza della flora e della fauna marina. Le circa 280.000 tonnellate di oli esausti da cucina prodotte ogni anno in Italia, di cui oltre il 50 per cento da utenze domestiche, finiscono infatti ancora oggi in gran parte nel lavandino, comportando un incremento dei costi di depurazione del sistema fognario a carico delle amministrazioni locali. Attraverso il suo recupero, invece, questo rifiuto può avere nuova vita nel biocarburante, con una riduzione del 70% delle emissioni di CO2 nell'atmosfera, nella cogenerazione, con lo sfruttamento dell'energia termica prodotta dal sistema, o nella produzione di bioasfalto.

O, ancora, un altro progetto virtuoso, quello dell'addio alla plastica per il Porto Antico di Genova, del tandem Mauro Ferrando -Alberto Cappato, con la partecipazione straordinaria di Iren Mercato con Gianluca Bufo.

Funziona così: negli esercizi commerciali e nei ristoranti del Porto Antico – si è iniziato con Eataly e con l'Acquario – sono stati installati distributori di acqua gassata refrigerata forniti da Culligan, ed è anche possibile riempire oltre che i propri contenitori le nuove borracce in acciaio griffate Porto Antico e in vendita nell'area. Eliminando le bottigliette di plastica.

Insomma, siamo passati dalla buona sponsorizzazione allo sponsor “buono”.

Bella storia, buona storia.