

Valdelsa

Poggibonsi - Colle

San Gimignano
Casole d'Elsa
Radicondoli



Il sindaco: «Investimenti che aiutano la comunità»

«L'Archeodromo è la prova che investimenti culturali possono cambiare in meglio le sorti di una comunità». Così il sindaco Bussagli.



La filosofia del progetto

E' un primo passo per collegare centro storico e area della Fortezza in un rapporto simbiotico

di MARCO BROGI

CULTURA e commercio uniscono le forze. La Fortezza di Poggio Imperiale e l'Archeodromo diventano un marchio. Con pochi euro potete portarvi a casa un pezzo di Poggibonsi e della sua storia. Ma non un oggetto kitsch o comunque di scarsa qualità. Da domani, nell'ambito di «Sbaraccando», saranno in commercio i primi prodotti che raccontano il medioevo della città. E saranno prodotti di alto profilo, tra cui due tipi di tisane e un unguento realizzati da un pool di studiosi e ricercatori spulciando antichi documenti.

LA NASCITA del marchio «Podium Bonitii» è il risultato della sinergia tra Fondazione Elsa, alcuni commercianti poggibonsesi e Archeotipo srl. «Si tratta di un'operazione che rappresenta un primo passo importante nel collegare centro storico e area della Fortezza in un rapporto simbiotico - spiega il professor Marco Valenti, dell'Università di Siena, direttore scientifico del parco archeologico -. In pratica, al fine di creare un distretto culturale basato sul Medioevo e la ricostruzione storica, con operatori economici diversificati è nata una domanda di redistribuire sul territorio i benefici e il movimento di persone che l'operazione Archeodromo

Archeodromo-Fortezza, che brand

Nozze tra cultura e commercio: Poggibonsi crea il suo marchio



LUOGO DI MEMORIA Una ricostruzione storica all'Archeodromo

crea ormai con stabilità». Da qui, l'idea di questo bel progetto.

«**SI È PENSATO** - aggiunge Valenti - ma è solo l'inizio di una serie di azioni che verranno attuate, di far divenire la storia ancor di più un marchio per la promozione e la caratterizzazione di un'intera comunità, che quindi si presenta ai visitatori e ai cittadini come una comunità a conoscenza del suo passato». Il marchio (la stilizzazione del Cassero della Fortezza con un piccolo cuore al centro) farà il suo esordio domani

con l'esposizione dei primi prodotti nella vetrina della Farmacia Del Zanna.

«**PRODOTTI** diversificati che nascono dalla collaborazione tra esercenti ed archeologi. Si è deciso infatti di svolgere un lavoro comune nel quale gli specialisti mettono la conoscenza e la loro preparazione mentre gli esercenti realizzano prodotti basati proprio su tale conoscenza - spiega ancora l'archeologo -. Dei veri e propri gadget che trovano la loro origine in fonti storiche e fonti archeologi-

che e che costituiscono un segno forte della volontà di procedere uniti verso la creazione del brand Archeodromo-Fortezza con prodotti di qualità». In vendita stoffe e abiti tessuti al telaio come si faceva tra il IX e il XIV secolo, una birra ai grani antichi, collegata alla sperimentazione di una piantagione di luppolo già avviata all'Archeodromo, prodotti di erboristeria e unguenti lenitivi che nascono dall'approfondimento sui rimedi altomedievali svolto da alcuni archeologi. Per la serie quando la storia e l'archeologia spingono il turismo e l'economia.

LA CLASSIFICA

Undicesimo posto per attrattività turistica in un'area con 37 comuni molto competitivi

E' ANCHE GRAZIE all'Archeodromo, il primo museo open air sull'Alto Medioevo, che Poggibonsi sta gradualmente scalando le posizioni del turismo culturale a livello provinciale. Dal 2014 al 2016, in termini di presenze e arrivi, Poggibonsi si colloca infatti all'11° posto in una zona con 37 comuni, di cui tanti con grande attrattività. A questi dati si aggiungono, tanto per fare un esempio, le tante scuole del territorio nazionale che scelgono l'Archeodromo come meta delle loro gite, passando dai circa 1.500 alunni del 2016, ai quasi 3.000 del 2017, sino ai 4.500 già prenotati per il 2018. Sono numeri di un successo sconosciuto in precedenza. Ad oggi, e siamo solo a febbraio, le prenotazioni di gite scolastiche sono cresciute del 46,2% rispetto al dato consuntivo del 2017. L'Archeodromo, lo dicono i numeri, fa bene all'economia.



Focus

Merchandising e qualità

L'idea della creazione di un marchio di qualità per la tutela e promozione del merchandising Poggibonizio porta la firma di David Taddei, direttore della Fondazione Elsa. Dopo incontri e gruppi di lavoro, il progetto è diventato finalmente realtà. «L'obiettivo è unire il centro e le sue attività commerciali con i monumenti e la storia della città - spiega Taddei. La filosofia è la creazione di souvenir e oggetti che raccontino il territorio».

ASSOCIAZIONE VIA MAESTRA PARLA LA PRESIDENTE ISA STRAMBI

'La storia locale è il valore aggiunto'

«E' UN PROGETTO pilota a cui teniamo molto e che può giocare un ruolo importante per il commercio cittadino». La prima a essere assai soddisfatta della nascita del marchio «Podium Bonitii» è Isa Strambi, la presidente di Via Maestra centro commerciale naturale, l'associazione che raggruppa i negozi del cuore della città. «E' una bella operazione, anche perché frutto di un lavoro di gruppo - commenta la Strambi -. Tutto nasce dalla voglia di legare commercio e origini della città, commercio e Archeodromo, il luogo che racconta scientificamente ma anche con gusto e fascino la nostra storia,

il passato remoto del nostro territorio». Un obiettivo sicuramente ambizioso. «Siamo in presenza di un'operazione credo condivisibile, che punta unire le nostre radici allo sviluppo economico e al commercio - aggiunge la presidente di Via Maestra -. Abbiamo cercato di far diventare la nostra identità e la nostra storia un valore aggiunto, spendibile a livello turistico e commerciale. Voglio ribadire che quelli che saranno messi in commercio sono prodotti filologicamente impeccabili, ricostruiti da studiosi». C'è attesa per l'esordio di questi gadget con il marchio, ma mica è finita qui.

C'è un altro traguardo da raggiungere. «Occorre coinvolgere in questo progetto un numero sempre maggiore di commercianti», conclude Strambi. Farmacia Del Zanna e Mandragola gli esercizi dove sono in vendita i primi prodotti del brand Fortezza-Archeodromo. «Sbaraccando» è una manifestazione che nei suoi tre giorni (oggi, domani e domenica) richiama sempre tanta gente e quindi saranno in tanti a conoscere gli articoli in commercio realizzati da studiosi e archeologi. Articoli di qualità che narrano il territorio.

Marco Brogi



IN PRIMA LINEA La presidente dell'Associazione Via Maestra di Poggibonsi promuove la nascita del marchio