

WORKSHOP DOC

## Quando il testimonial è Puccini

Non esistevano gli spot, ma nei primi anni del '900 Giacomo Puccini si offriva come testimonial per alcuni brand dell'epoca dichiarando di bere acqua minerale Nocera Umbra, di scrivere le partiture con la Parker o di indossare capi Borsalino. Un secolo dopo il compositore torna a prestare la sua firma per una serie di prodotti fatti per il bookshop della Casa Museo Puccini di Lucca (in foto) e la linea di oggetti che porta il suo nome ha dato ottimi risultati commerciali. Il caso del bookshop pucciniano è una delle esperienze di successo di cui si parla al Lubec, la manifestazione Lucca beni culturali che si svolge dal 17 al 19 ottobre negli spazi del Real



NOME FOTOGRAFO/ AGENZIA

Collegio. Con workshop e seminari, l'obiettivo della rassegna è presentare *best practice* che stimolino attività imprenditoriali in grado di valorizzare i beni culturali, creare occupazione e favorire legami tra patrimonio storico, nuove tecnologie e turismo. «Il bookshop» dice Gabriella Biagi Ravenni, direttore della Casa Museo Puccini «è un esempio di merchandising che fonde memoria e presente: gli oggetti richiamano la vita di Puccini e s'ispirano alla tradizione produttiva locale, ma la creatività di un team di giovani artigiani rende ogni prodotto innovativo». (alberto fiorillo)



NOME FOTOGRAFO/

GLI EBOOK VINCERANNO? RISPOSTA D'ARTISTA: DISTILLARE IL PROFUMO DEI LIBRI E FARNE **ESSENZE**. CULTURALI

## COM'È BUONO L'ODORE DI BORGES AL MATTINO

di **Federico Geremei**

Roberta Mandoliti, nome d'arte Edice, è una ventottenne artista calabrese con un diploma in scultura all'Accademia di Belle Arti. La materia ha però deciso di scomporla e ricomporla, sublimata, invece di plasmarla. Qualche tempo fa, immaginando un futuro in cui «i manufatti cartacei saranno un ricordo» s'è infatti chiesta come estrarre l'essenza di un libro e renderla fruibile. E partendo dagli ingredienti fisici di cui è fatto (carta, colla e inchiostro), si è messa al lavoro con alambicchi, recipienti e fornelli, mettendo a punto un modo per macerare le pagine nell'alcol, distillarne l'essenza e arricchirla

con inchiostro e cellulosa, ma «senza coloranti né fragranze di sintesi». Dice: «Gli ebook prenderanno il posto della carta, io faccio un ulteriore scatto in avanti». Dopo due anni è riuscita a brevettare il procedimento, ha registrato il marchio, Essenze Culturali, e oggi i suoi profumi letterari sono una realtà.

Il packaging di ogni opera riprende le copertine del volume con cui è stata ottenuta, dentro ci sono miscele che sanno di libri sfogliati e scaffali impolverati, velluti e tomi d'altri tempi. Ha iniziato con *I racconti* di Calvino

e *Finzioni* di Borges, è passata a grandi classici come *Malavoglia* e il *Purgatorio* de *La Divina Commedia* («l'ho scelto per l'odore», confessa) e s'è cimentata con *Il Sistema degli Oggetti* di Baudrillard e *Petrolio* di Pasolini. E molto altro, seguendo l'estro o lavorando su commissione di chi, letto un libro, ne vuole una personalissima versione liquida.

Ora sono in vendita (accanto ai libri veri) in una libreria nel cuore di Roma. La scelta non del luogo non sembra casuale: Campo de' Fiori, col severo sguardo di Giordano Bruno a pochi passi. E a una biografia sul martire del libero pensiero, Edice ha dedicato il suo ultimo lavoro. Lo spazio è quello di *Fahrenheit 451*, storico buen retiro di bibliofili e intellettuali. E, di rimando in rimando,

il romanzo di Ray Bradbury che dà il nome alla libreria parla di censure e letture proibite. Ed è - c'è bisogno di dirlo? - presente anch'esso, da sfogliare o da spruzzare. ■



Il packaging delle **Essenze Culturali** riprende le copertine dei volumi da cui sono state ottenute. A destra, **Dante Alighieri**; in alto **Ray Bradbury**



NOME FOTOGRAFO/ AGENZIA