

museo
archeologico
nazionale
di napoli

comunicato stampa



MANN, si pubblica il bando internazionale per il merchandising
Le aziende internazionali potranno presentare progetti creativi
per l'uso del marchio del Museo e la realizzazione di prodotti di qualità
Giulierini: "Il nostro patrimonio identitario può generare economia"

06 febbraio. Imprenditoria e arte fanno squadra per la valorizzazione del patrimonio culturale: un connubio non nuovo per il Museo Archeologico Nazionale di Napoli, che da tempo ha lanciato dei contratti-pilota legati alla promozione del marchio MANN. Alcuni brand, selezionati dopo un'attenta valutazione delle singole policy aziendali, hanno legato il logo registrato dell'Istituto alla diffusione di prodotti di qualità: dalle sete della Maison Cilento ai cammei di D'Elia, dalle fotografie di Luigi Spina alle sculture della Fonderia Nolana del Giudice, sono tanti gli esempi dei prodotti di merchandising che hanno intrecciato personaggi, opere e suggestioni del Museo. E, ancora, proprio prima del Natale 2022, l'Archeologico ha stipulato un protocollo d'intesa con l'Unione Industriali di Napoli per intercettare le migliori potenzialità imprenditoriali del territorio. Oggi, con un bando internazionale in pubblicazione, la vocazione sperimentale diventa sistema, come sottolinea il Direttore del MANN, Paolo Giulierini: *"Icône italiane assolute, i capolavori archeologici del MANN sono parte dell'immaginario collettivo. Un patrimonio identitario che può generare economia con lo sviluppo sui mercati globali di merchandising di qualità, anche con il coinvolgimento dell'alto artigianato territoriale, costituendo nuove interessanti fonti di finanziamento per il Museo. Primo passo è stato la registrazione del marchio per l'Italia, l'Europa, gli Stati Uniti, Cina e Giappone, paesi questi dove siamo presenti ormai stabilmente con numerose grandi mostre. Ricordiamo inoltre che il MANN grazie ai suoi immensi depositi è il primo museo archeologico prestatore nazionale con oltre il 70% di opere, e che insieme ai nostri reperti 'ambasciatori' viaggia anche l'Italia, il suo apparato comunicativo. Oggi, dopo un periodo di sperimentazione su prodotti di eccellenza, con questo innovativo bando internazionale, siamo pronti alla prossima sfida: riuscire a coniugare cultura del patrimonio e imprenditoria, tutela dell'immagine e promozione"*.

Ben definito l'iter per diventare "licenziatario", ovvero "concessionario in uso" del marchio MANN e dei loghi legati a diverse attività del Museo (MANN for kids, MANN for planet e MANN international): necessario presentare un progetto creativo strutturato e un piano economico da sottoporre alla valutazione di un Comitato, costituito dal Direttore, dallo staff amministrativo e tecnico-scientifico dell'Archeologico, con un'eventuale integrazione di competenze dall'esterno. A seguito dell'approvazione dell'idea e del primo modello, l'azienda, che potrà avere sede non solo in Europa, ma anche in Australia, USA, Giappone e Cina, avrà licenza di realizzare e commercializzare il prodotto a marchio MANN, versando al Museo delle royalty. La procedura di approvazione e la definizione dei contratti terrà conto del bilancio sociale aziendale e dei canoni culturali che animano le iniziative proposte.

Il bando internazionale è stato presentato da Paolo Giulierini (Direttore del MANN), Stefania Saviano (Segretario Amministrativo dell'Archeologico) e Antonio Leo Tarasco (capo Ufficio Legislativo Mic), che ha sottolineato: *"Spesso si fa confusione tra il logo e il marchio, che è il logo registrato. Accanto alle procedure di registrazione, è necessario lavorare per accrescere e valorizzare la notorietà di un marchio. Bene che l'Archeologico abbia investito in questo percorso"*.