

# Anna Fietta: ho avuto ragione a credere nel mosaico



**di Valeria Giordani**

La bottega di mosaico è 'giusta' già nella collocazione: la via Argentario, infatti, è quella che dà verso la Basilica di San Vitale, là dove sarebbe auspicabile una maggiore concentrazione delle botteghe di mosaico, per dare una visibilità immediata a questo settore artigianal-artistico, e una compattezza più efficace di immagine e identità di città. Le opere di Anna Fietta sono già nella percezione cittadina, avendo lei realizzato le targhe toponomastiche in mosaico (commissionate dal Comune) in alcune vie del centro storico. In bottega, mentre Anna non perde tempo e prosegue la composizione di un'opera dandoci il tempo di guardarci attorno, tra ciondoli, lune, gattini, farfalle, cuoricini, abeti natalizi, presepi, bandierine tricolori - tutti scintillanti in mosaico - si coglie subito uno stile, una formula personale. Sono infatti opere piccole e grandi, luminose, aggraziate, dinamiche nella varietà e nei soggetti; esprimono una capa-

rità vitale e una modernità che stupisce e rallegra. "E' proprio quello che mi dà soddisfazione - spiega Anna Fietta - l'aver dimostrato a coloro che mi dicevano 'non dedicarti al mosaico...è brutto, è ripetitivo, è triste' che sbagliavano, che avevo ragione io a crederci". Conferma che è arrivata recentemente con alcune occasioni di salire alla cronaca cittadina: quando hanno provocato sorpresa le sue bandiere tricolori grandi e piccole in mosaico, anche delle dimensioni di una barretta montate su una piccola base di legno, in onore del 150° dell'Unità d'Italia; e quando è corsa voce dell'opera che sta realizzando, e che non lascia mentre parla con noi. E' avvenuto che una coppia di facoltosi texani, arrivati a Ravenna con una nave-crociera di lusso, composta di appartamenti in proprietà, le ha richiesto di realizzare un primo lavoro: la testata del letto matrimoniale, in un soggetto in mosaico dai colori dell'acqua marina. Poi, ripartiti soddisfatti, i due si sono rifatti vivi due anni dopo, chie-

rendole di realizzare l'ampia parete frontale di un camino (10 pannelli che Anna andrà a montare al di là dell'oceano) nei colori di fiamma, percorsi da fili argentati di fumo. Per lei è una storia emblematica: "La gente viaggia, entra, osserva; tanti oggi fanno acquisti anche di opere di medie dimensioni che si fanno spedire a casa (o che portano via

imballate in auto, o in camper); poi, per l'oggetto importante, la specchiera, il dono, tornano appositamente. E allora è evidente che il messaggio di un'arte e di una identità cittadina funziona, e questo è molto importante turisticamente, culturalmente, economicamente". Forse è il tipo di acquisto la cosa che più stabilisce una differenza concettuale tra il 'turista' e il





‘viaggiatore’, l’elemento che dà il maggiore spessore al viaggio come esperienza culturale; ed ecco che la capacità di fornire il prodotto - insieme ‘giusto’ e ‘di qualità’ - aggiunge identità culturale a una formula turistica. Decisiva la mentalità, un senso pratico ma anche una capacità di collocarsi in una nicchia di mercato che propone oggetti di gusto elevato ma anche di dimensioni alla portata di tutti: si sa che il mosaico ha un costo innanzitutto per il pregio dei materiali. Il mosaico per Anna è stato un approdo da altri porti: nella bottega si notano qua e là particolari di gusto di antichità, e anche una sequenza di fotografie incorniciate in cui compare lei stessa bambina, accanto ai nonni antiquari sui gradini dello stesso locale (prima loro bottega di antiquariato, e oggi sua bottega di mosaico).

Metà del locale è destinato alla vendita di materiali per mosaicisti. “Io vengo dal restauro - spiega - e quindi da un settore che rivendico come artigianato artistico; è una formula importante, perché non punto a pormi verso il cliente come artista”. Quello dell’arte è un settore che si colloca diversamente, che non si potrebbe rivolgere e non raggiungerebbe un pubblico altrettanto vasto; e il committente è gratificato dalla piccola concessione di personalizzare un’opera, come una specchiera da arredamento, o averla nei colori che preferisce: “Se piace un lavoro, ma lo si vorrebbe in colore diverso, io lo faccio, secondo esigenze personali”. Questo stabilisce un rapporto, ed è un elemento premiante perché avvicina ed educa a un gusto, apporta affezione e vitalità. Le opportunità di sviluppo turistico



possono venire quindi da una capacità di osservazione, di ‘ascolto’ di una potenzialità di mercato che c’è, va solo recepita con attenzione e intelligenza, mettendo a punto proposte che sono nei desideri e nelle esi-

genze del turista/viaggiatore: questa la formula, ma anche la ‘lezione di managerialità’, di una giovane mosaicista.

(fine seconda parte)

## TURISMO BUY EMILIA-ROMAGNA

# “Ravenna: Dante, l’arte e il mare”

La città di Ravenna, magica e unica, ed i suoi lidi sono stati al centro dell’educational tour di un gruppo di undici tour operator internazionali provenienti da Belgio, Germania, Inghilterra, Russia, Ucraina e Italia. L’iniziativa fa parte del Buy Emilia Romagna 2011 (17-21 aprile). Giunto alla sedicesima edizione, il Buy è un evento pensato per promuovere e favorire l’incontro tra offerta turistica regionale e trade internazionale. È stato infatti ideato per esaltare l’appeal, la forza e le eccellenze del sistema Emilia Romagna e della sua offerta turistica. Dal 1995, il Buy Emilia Romagna, promosso da Concommercio Emilia Romagna, in collaborazione con APT Servizi ed ENIT, ha portato in regione oltre 2.000 tour operator e coinvolto più di 1.700 operatori del territorio.

Il tour ravennate è partito dal centro storico, eccezionale testimonianza della cultura e della civiltà bizantina in Italia e inserito dall’Unesco nella World Heritage List, e ha toccato la Basilica di San Vitale, il Mausoleo di Galla Placidia, la Basilica di Sant’Apollinare Nuovo, la Domus dei Tappeti di Pietra. Durante la mattinata, si è svolta anche la visita ad una erboristeria tipica del centro storico e ad un laboratorio artistico per la creazione di mosaici.

Dopo il pranzo in uno stabilimento balneare di Punta Marina Terme e la visita in spiaggia, il gruppo è partito per un’escursione in barca nell’oasi naturalistica del Bevano, inserita all’interno del Parco del Delta del Po. I tour operator hanno gustato un aperitivo a bordo, costeggiando dal mare l’oasi in un’atmosfera unica e suggestiva.

