

# Nuova collaborazione tra Mastercard e Italian Stories

Le botteghe artigiane più storiche d'Italia aprono le porte per far scoprire storie di eccellenze e innovazione su Priceless.com

09/03/2021 15:00

🕒 tempo di lettura 3 min

🏠 / Corporate Italia / Nuova collaborazione tra Mastercard e Italian Stories



Mastercard annuncia la nuova collaborazione con Italian Stories, la piattaforma online di turismo esperienziale, con l'obiettivo di sostenere e far riscoprire l'eccellenza artigiana italiana fatta di

passione, innovazione, reinterpretazione e modernizzazione costante di arti e di tradizioni, sapientemente rispettate, che si tramandano di generazione in generazione.

Entrare nella storica bottega di Giancarlo Busato, stampatore d'arte di Vicenza, dove scoprire l'emozione che si può vivere ancora oggi attraverso litografia, incisione o xilografia alzando dai torchi un semplice foglio di carta. Visitare laboratorio palermitano di Francesco Scherma per conoscere l'arte dei pupi siciliani. Incontrare Marta Cucchia nell'Atelier Brozzetti, direttamente nella Chiesa di San Francesco delle Donne a Perugia, dove si conserva la passione per la tradizione della tessitura a mano che, tramandata di madre in figlia per generazioni, ancor oggi crea tessuti senza tempo che portano con sé la storia dell'arte e del territorio umbro.

Queste sono solo alcune delle esperienze accessibili, a partire da marzo, tramite la piattaforma internazionale Priceless.com, dedicata ai titolari di carte Mastercard, che permetteranno di vivere un viaggio virtuale unico alla scoperta dell'Italia dei mestieri artigiani tradizionali. In una seconda fase, in cui sarà possibile farlo, saranno promosse anche esperienze fisiche personalizzate.

"I rappresentanti delle arti e mestieri italiani che abbiamo coinvolto in questo nuovo progetto sono delle eccellenze che hanno saputo pionieristicamente innovare la tradizione, facendo convivere la creatività e l'esperienza dei grandi maestri di bottega del passato con nuovi strumenti e tecnologie. Sono dei veri e propri gioielli nascosti, una risorsa unica per il nostro Paese", ha affermato Luca Fiumarella, Head of Marketing Italy di Mastercard. "Con questa collaborazione, Mastercard vuole accendere un faro su forme d'arte spesso nascoste e sconosciute, per farle conoscere e apprezzare non solo agli italiani, ma anche a tutti gli stranieri che amano l'Italia".

L'Italia è un Paese ricco di artigianato e le produzioni locali dal valore immenso. Un tesoro prezioso che, complice la pandemia, gli italiani stanno imparando a rivalutare, apprezzare e sostenere. L'auspicio e l'obiettivo di questa collaborazione è quello di riportare i prodotti originali, personalizzati e di qualità nelle case degli italiani e tra le loro preferenze di consumo e di turismo più responsabile, infondendo nuova linfa vitale alle piccole aziende artigiane tipiche del tessuto economico italiano. Visitare lo studio di un designer artigianale è uno dei migliori modi per supportare, anche nel nostro Paese, un nuovo turismo cosciente, sostenibile, significativo, e salvaguardare tradizioni e conoscenze centenarie, oltre ad ispirare nuove generazioni di artigiani del futuro ad intraprendere queste professioni.

"Ci piace l'idea che dietro ai prodotti ci siano delle storie, di persone, di luoghi e di tecniche antiche che in pochissimi conoscono. Saper creare è la cifra distintiva di questo paese, e davvero non è soltanto un luogo comune, basti pensare ai cognomi come **Ferrari**, Vasari o Tessitore, che ben raccontano il carattere artigiano del nostro paese. Crediamo che molta della Storia recente e antica, dell'identità e della cultura popolare italiana abbia fondamento nelle storie di generazioni di artigiani", ha commentato Eleonora Odorizzi, Co-Founder di Italian Stories. "Oggi però gran parte di questo patrimonio immateriale va perdendosi, per disinteresse generale e per mancanza di clienti. Ecco perché per il settore dell'artigianato artistico avrebbe senso mettere in atto strategie analoghe a quelle di altri Paesi e come già si fa per il comparto dell'arte, riducendo la fiscalità che ne opprime lo sviluppo e mette a rischio le realtà più piccole ma preziose dal punto di vista del patrimonio culturale e identitario, e favorendo il passaggio di competenze verso i più giovani all'interno dei laboratori stessi".

Il difficile periodo che stiamo vivendo ha accentuato un forte senso di appartenenza e comunità che ci porteremo in eredità. Emerge chiaramente dall'osservazione dei trend consumer, così come dalle ricerche internazionali, il ruolo chiave delle piccole attività locali in tempi di Covid-19. Secondo una ricerca effettuata da Mastercard di recente, il 70% degli acquirenti italiani (vs il 61% degli europei) ha dichiarato di essere più propenso a effettuare le proprie spese all'interno del quartiere in cui vivono, con l'obiettivo di supportare le attività locali nella ripresa economica. Ciò ha portato il 40% degli italiani alla scoperta di nuovi negozi, botteghe e fornitori in cui mai prima del Coronavirus ci si era imbattuti. Ma ancor più importante è che il 63% degli italiani sono decisi a mantenere queste abitudini anche in futuro.

Attraverso la nuova collaborazione, Mastercard nel corso del 2021 supporterà il network di artigiani di Italian Stories mettendo a disposizione le proprie tecnologie per potenziare le loro piattaforme online e soluzioni di marketing digitale con l'obiettivo di migliorare la comunicazione del loro 'savoir faire' e dell'attività stessa per costruire relazioni proficue e durature nel tempo non solo in Italia ma anche all'estero.