



Camera di Commercio
Pisa



Comunicato Stampa



Inaugurata a Tokyo la mostra della Torre in alabastro

Molte le iniziative in programma: incontri B2B e B2C, contest fotografico su twitter. Il concorso sul romanico pisano vinto da un'opera che vede la Torre pendente raffigurata assieme al monte Fuji.

Pisa, 10 novembre 2016. Il progetto “**La Torre di Pisa in Giappone**”, cofinanziato da Toscana Promozione Turistica, Camera di Commercio di Pisa, Comune di Pisa e Comune di Volterra, e sponsorizzato da Qatar Airways, è finalmente giunto nel vivo. Questa mattina alle 15.50 ora di Tokyo (le 8.50 ora italiana) è stata infatti inaugurata l'esposizione della **Torre in Alabastro**, riprodotta sui disegni originali della famosa Torre di Pisa, realizzata dai maestri alabastrai dell'Associazione Arte in Bottega di Volterra alla cui realizzazione hanno contribuito la Fondazione Cassa di Risparmio di Volterra, la Provincia di Pisa, la Cassa di Risparmio di Volterra ed Comune di Volterra, così come l'Opera della Primaziale Pisana, proprietaria dell'opera. La copia del celebre campanile del Duomo di Pisa, farà bella mostra di se presso il centro termale LaQua all'interno del **Tokyo Dome City**, una vasta area dedicata all'intrattenimento situata nel cuore di Tokyo, **dal 10 novembre al 19 febbraio 2017**. Una mostra suggellata dal patrocinio concesso dall'Ambasciata italiana Tokio ed inserita nella lista degli eventi per le celebrazioni dei 150 anni dell'anniversario del Trattato di amicizia Italia-Giappone avvenuto nel 1866, che auspicava “pace perpetua ed amicizia costante” tra i due popoli.

Presenti alla cerimonia di inaugurazione, Cristina Martelli Segretario Generale della Camera di Commercio di Pisa, Lorenzo Morini Ministro Consigliere dell'Ambasciata d'Italia a Tokyo, Gianni Baruffa Assessore al Turismo del Comune di Volterra, Marta Javarone Responsabile Organizzazione eventi di Toscana Promozione Turistica, Simonetta Vecoli Giunta della Camera di Commercio di Pisa, lo scultore Kan Yasuda e poi Shinji Miyamoto della Qatar Airlines e Kimi Hasegawa dello studio di design Velvet che ha curato l'illuminazione del Tokyo Dome nel periodo di permanenza della Torre in Giappone.

Il concorso sul romanico pisano per le università giapponesi

Ma la mostra della Torre non è l'unica iniziativa prevista per promuovere le destinazioni turistiche di Pisa e della Toscana e Volterra nel paese del Sol Levante. Prima dell'inaugurazione dell'esposizione è stato infatti premiato il vincitore del concorso rivolto a studenti universitari giapponesi “**Pisan romanesque meets contemporary Japan**”. Un contest per la realizzazione di elaborati (disegni, foto, manufatti di design, rielaborazioni grafiche e video) ispirati al “romanico pisano”. Vincitore del concorso è stato Akatsuka Megumi, della Kuwasawa Design School di Tokyo, con il poster “**Pisa Roman**” che vede in primo piano la torre pendente e sullo sfondo il monte Fuji in uno stile fortemente ispirato alla cultura Taisho degli anni Trenta del Novecento, all'epoca di una forte vicinanza culturale tra il Giappone e l'Italia. Menzione onorevole per altri due studenti: Koshigaya Shuhei e Maiko Tsuda entrambi della Kuwasawa Design School. A consegnare il premio è stato il Maestro Kan Yasuda, membro della Commissione nominata dalla Società Storica Pisana, che assieme al Professor Valerio Ascani (Presidente), alla Professoressa Gabriella Garzella, a Nicola Gronchi e Tomoko Kuroda hanno selezionato il vincitore tra gli 80 lavori pervenuti. Una presenza, quella del Maestro Yasuda, particolarmente importante considerata la



Camera di Commercio
Pisa



recentissima esposizione di alcune sue opere in marmo e bronzo nelle principali piazze e strade di Pisa. Il Professor Akira Toshima, docente dello studente premiato, ha ricevuto un volo offerto da Qatar Airways ed il soggiorno a Pisa per una settimana durante le celebrazioni del Giugno pisano 2017, mentre la Kuwasawa Design School ha ricevuto un premio di mille euro.

La torre protagonista sui social, premio finale il giorno di San Valentino

Ma la Torre di alabastro non sarà solo da ammirare ma vi si potrà interagire, seppur in modalità social, aumentandone la conoscenza tra il pubblico giapponese! Durante l'esposizione, e fino al 10 febbraio 2017, i visitatori potranno infatti inviare una foto dell'opera esposta al Tokyo Dome all'account Twitter ufficiale della manifestazione @LeaningTower_jp utilizzando l'hashtag in lingua giapponese #東京に来たピサの斜塔 e partecipare ad un contest fotografico. La scelta del canale non è casuale. Il Giappone, infatti, è l'unico paese in cui Twitter occupa una posizione di leadership tra i social con circa 35 milioni di utenti attivi al mese, mentre Facebook si ferma a 25. Grazie al contest, i visitatori potranno non solo partecipare al concorso che metterà in palio, ogni settimana, una **guida turistica della Toscana in lingua giapponese** ma anche vedere postata la fotografia selezionata dalla giuria sui profili Facebook (@pisaleaningtower.it) e Twitter (@LeaningTower_jp) della manifestazione. Gran finale il giorno di San Valentino, quando la miglior fotografia del concorso sarà **premiata con due biglietti di andata e ritorno per Pisa offerti da Qatar Airways**.

Anche affari, ovviamente

Intensa anche l'attività di *business* nei primissimi giorni di apertura dell'esposizione. Questa mattina, 10 novembre, con replica nel pomeriggio, si è svolto un seminario di presentazione della Toscana dedicato agli operatori turistici giapponesi organizzato da ENIT (Agenzia Nazionale del Turismo) al quale hanno partecipato circa 40 operatori turistici giapponesi e 15 giornalisti del settore. Una giornata, quella odierna, nella quale trovano spazio anche alcuni B2B (*Business to Business*) tra *tour operator* giapponesi e le imprese toscane presenti a Tokyo quali il Consorzio turistico di Volterra (che rappresenta un centinaio di aziende dell'ospitalità del territorio volterrano), Inge Srl di Firenze che offre servizi di trasporto con limousine, l'Osteria il canto del Maggio di Arezzo, ed il Resort Grand Hotel Imperiale di Forte dei Marmi seguito da un cocktail con prodotti tipici toscani.

La giornata di domani, 11 novembre, sarà invece dedicata a una serie di seminari informativi sulla meta turistica Toscana ma anche ad una serie di incontri B2C (*Business to Consumer*) volti ad illustrare ai tantissimi giapponesi che passeranno per il **Tokyo Dome City** le eccellenze turistiche della nostra regione grazie al supporto di guide turistiche di lingua giapponese.

Le iniziative possono essere seguite attraverso i canali ufficiali dedicati all'evento, in giapponese, inglese e italiano:

Web: www.pisaleaningtower.com e www.pisanromanesquemeeets.it/ja

Twitter: [@LeaningTower_jp](https://twitter.com/LeaningTower_jp)

Facebook: [@pisaleaningtower.it](https://www.facebook.com/pisaleaningtower.it)



Camera di Commercio
Pisa



Il commento di **Valter Tamburini**, Presidente della Camera di Commercio di Pisa: *“Portare l’opera voluta dalla Primaziale e realizzata dai maestri artigiani volterrani in Giappone, con un ricco calendario di iniziative culturali e di affari, rappresenta un’occasione per farsi conoscere ed apprezzare. L’operazione, quella di promuovere il turismo della nostra provincia e della Toscana assieme alla Regione, agli Enti del territorio e alle nostre imprese, ci rende particolarmente soddisfatti perché rappresenta un primo banco di prova della riforma che ci sta interessando e che prevede, appunto, la promozione del turismo e della cultura proprio in convenzione con Comuni e Regioni.”*

Il commento di **Paolo Ghezzi**, Vice Sindaco del Comune di Pisa: *“Aver promosso e cofinanziato questo progetto è in linea con le nostre strategie di promozione della città in ottica turistica. Una opportunità per lavorare sul patrimonio culturale delle giovani generazioni giapponesi attraverso la conoscenza dello stile romanico pisano, di offrire alle aziende del territorio un’occasione di consolidare la propria presenza su mercati significativi e alla nostra città di mostrarsi non solo con i propri monumenti più conosciuti ma attraverso le proprie eccellenze culturali, storiche, enogastronomiche e ambientali. E’ solo la prima tappa di un lungo percorso che vedrà, poi, la replica del progetto negli Emirati Arabi. E’ anche attraverso questi impegnativi percorsi che Pisa può recuperare e consolidare il proprio ruolo di porta della Toscana. I risultati di presenze in città questi ultimi anni sembrano darci ragione, e noi continueremo nel nostro impegno.”*

Il Commento di **Gianni Baruffa**, Assessore al Turismo del Comune di Volterra: *“Si tratta un’ottima opportunità per la Toscana e per Volterra. Il mercato Giapponese è in costante aumento sul nostro territorio, ed è per questo che siamo orgogliosi di andare in questo momento a consolidare i rapporti e a stringerne altri. La Camera di Commercio di Pisa insieme a Toscana Promozione Turistica hanno fatto un ottimo lavoro, di cui sono sicuro che nei prossimi mesi coglieremo i frutti. Un popolo, quello giapponese, che apprezza e apprezzerà il minuzioso lavoro che è stato fatto dagli artigiani di Volterra nel realizzare l’opera in Alabastro più grande al mondo. Ringrazio quindi tutti i partner di questa operazione, sperando che questo sia solo l’inizio di un nuovo percorso di rilancio turistico promozionale del territorio pisano e volterrano.”*

Il Commento di **Alberto Peruzzini**, Direttore di Toscana Promozione Turistica: *“Grandi città d’arte, siti UNESCO, ma anche le città d’arte minori, la montagna, la natura & parchi ed enogastronomia. Per non parlare del turismo “wedding” o di segmenti di nicchia come il cicloturismo o il termalismo. Sono queste le principali motivazioni turistiche dei viaggiatori giapponesi del XXI secolo. Una domanda turistica, quella nipponica, che è cambiata molto in questi anni ma che vede la Toscana giocare un ruolo di primo piano in Italia. Aumentare le proprie quote su un mercato maturo come quello giapponese, però, non è facile e anche per questo l’evento di Tokyo non è un semplice workshop B2B, ma un appuntamento che parla anche ai giornalisti di settore e al grande pubblico. Un evento che vuole gettare le basi di una progettualità di più ampio respiro a sostegno di una promozione turistica che miri sia a consolidare i nostri rapporti con il Giappone che ad aprire nuove opportunità”.*

Info

E-mail: comunicazione@pi.camcom.it
Tel. 050-512.294 - 319 - Web: www.pi.camcom.it