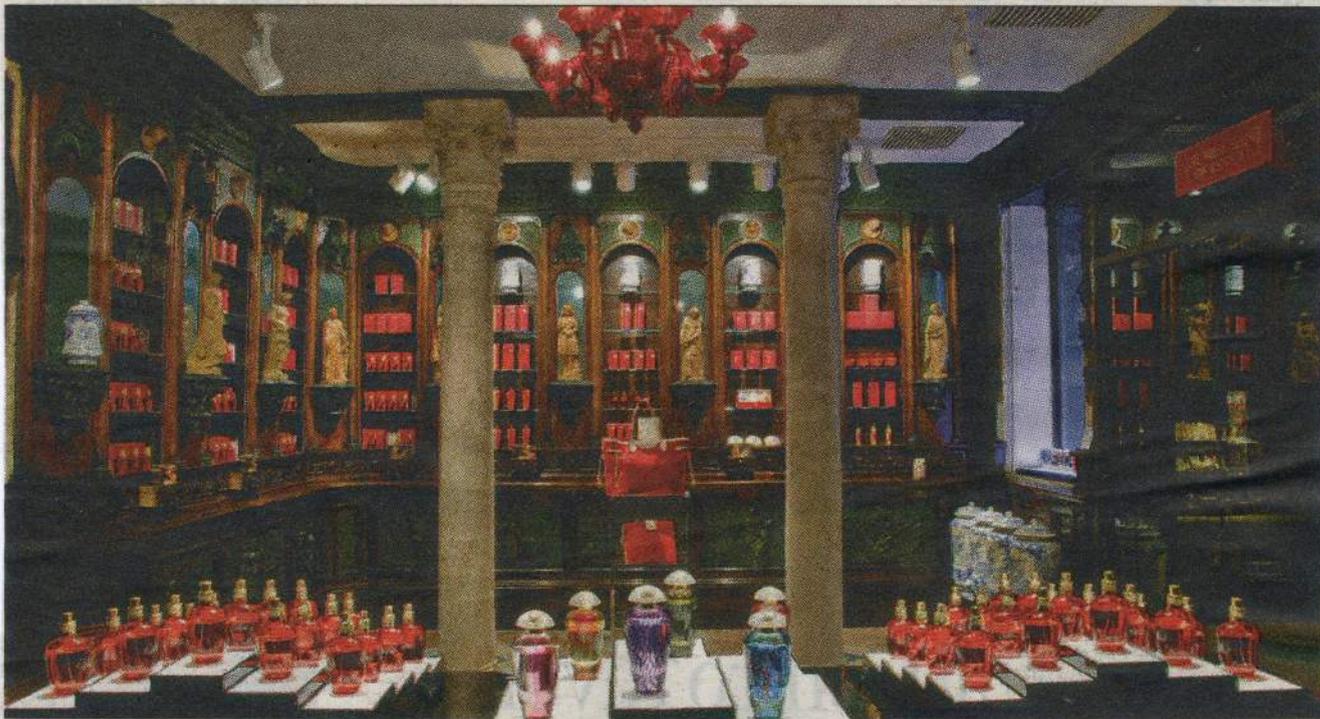


## GEMELLAGGIO » INIZIATIVA DELLA GRIFFE DEL LUSSO



L'antica farmacia di Campo San Fantin, una delle due boutique che vende i profumi targati The Merchant of Venice: l'altra è la Spezieria all'Ercole d'Oro

# Da un soffio di profumo arriva l'aiuto a Barchetta Blu

The Merchant of Venice destinerà il 20 per cento degli incassi di tutto dicembre nelle due boutique monomarca all'associazione che realizza servizi per bambini

Un marchio di lusso e un'associazione che organizza servizi e iniziative per bambini, famiglie e operatori per l'infanzia: due mondi distanti, ma che per tutto dicembre viaggiano su un unico binario. The Merchant of Venice, griffe di profumeria di lusso della famiglia veneziana Vidal, da sempre attiva nel sostegno di attività culturali a sostegno della storia e dei monumenti di Venezia, destinerà il 20 per cento degli incassi di dicembre a favore di BarchettaBlu. L'iniziativa coinvolgerà le due boutique monomarca del marchio veneziano: l'antica farmacia di Campo San Fantin nel sestiere di San Marco e la Spezieria all'Ercole d'Oro di Santa Fosca, gestita

dalla famiglia Di Sopra, lungo la Strada Nuova a Cannaregio.

L'invito di Vidal è che tutti i veneziani e gli amici di Venezia sostengano BarchettaBlu, anche attraverso gli acquisti nei negozi The Merchant of Venice, garantendo così un contributo all'associazione. The Merchant of Venice è una linea di profumi di lusso che nasce dall'antica arte profumatoria veneziana e dallo studio delle rotte commerciali verso l'oriente che nel '500 portavano in laguna preziosi carichi di spezie e materie prime per creare straordinari cosmetici.

BarchettaBlu è un centro di ricerca che progetta e realizza servizi e iniziative per bambini, famiglie e operatori per l'in-

fanzia. Collabora con enti privati e pubblici per l'organizzazione di servizi educativi e ludici. I progetti sono rivolti a bimbi di età compresa tra zero e 13 anni, e alle loro famiglie, residenti prevalentemente a Venezia centro storico, ma anche al Lido, nelle isole, in provincia e in regione. Come noto, l'attività didattica dell'anno in corso è messa a rischio dal taglio dei finanziamenti comunali che aiutavano l'associazione a sostenere i costi di locazione in centro storico e di mantenimento del servizio educativo di eccellenza, in una città come Venezia dove da anni il fenomeno dello spopolamento ha ridotto la popolazione ai minimi storici. Le struttu-

re pubbliche nel centro di Venezia non offrono i posti sufficienti a ospitare i bambini delle famiglie veneziane e la varietà di servizi offerti oggi da BarchettaBlu. «Abbiamo deciso di sostenere BarchettaBlu perché è un servizio educativo di eccellenza e soprattutto un sostegno indispensabile e insostituibile per le giovani famiglie veneziane», spiega Marco Vidal, amministratore delegato di The Merchant of Venice. «Venezia va preservata non solo nei suoi monumenti ma anche e forse di più nella sua dimensione sociale, nella sua popolazione e nei suoi bambini che ne rappresentano la linfa vitale e aspetto culturale di non minore importanza».

# CORRIERE DEL VENETO

VENEZIA E MESTRE

corriere del veneto.it

LE ALTRE EDIZIONI: Padova-Rovigo, Treviso-Belluno, Vicenza-Bassano, Corriere di Verona

**The Merchant of Venice donerà il 20 per cento degli incassi di dicembre**

## La profumeria di lusso «salva» Barchetta Blu

**VENEZIA** Barchetta Blu, dopo il taglio dei finanziamenti comunali che mette a rischio la prosecuzione dell'attività tra nidi e laboratori, chiede aiuto ai privati. E a rispondere per primo è stato *The Merchant of Venice*, il marchio di profumeria di lusso che in città ha due punti vendita, l'antica farmacia di Campo San Fantin e la Spezieria all'Ercole d'Oro di Santa Fosca in Strada Nuova. Il brand donerà a Barchetta Blu il 20 per cento degli incassi del mese di dicembre, quello dello shopping natalizio. «Venezia va preservata non solo nei suoi monumenti - dice Marco

Vidal, ad della società - ma anche e forse più nella sua dimensione sociale, nei suoi bambini che ne rappresentano la linfa vitale». Nel negozio sarà possibile anche fare una donazione a titolo personale. Barchetta Blu lancia un appello anche ad altre attività economiche e chiedendo di tesserarsi all'associazione. «In questi mesi - spiega la presidente Marina Zulian - abbiamo lanciato una campagna di sensibilizzazione che sta dando i suoi frutti grazie a chi crede nel futuro di Venezia e dei suoi bambini». (e.lor.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## A BarchettaBlu parte degli incassi della profumeria Merchant of Venice

BarchettaBlu, l'asilo multi-servizi a rischio chiusura, non sta con le mani in mano ad attendere che il Comune trovi i fondi per far proseguire l'attività. Dopo l'ultimo incontro con gli assessori Michele Zuin, al bilancio, e Paolo Romor, alle politiche educative, sono però spuntati nuovi spiragli di salvataggio per l'associazione che ora, come si legge nel comunicato diffuso ieri, si definisce anche «un centro di ricerca che progetta e realizza servizi e iniziative per bambini, famiglie e operatori per l'infanzia».

Nelle ultime settimane gli associati di BarchettaBlu hanno diffuso la raccolta fondi per mantenere attivo il servizio dedicato ad alcuni dei più piccoli cittadini della città. Appello prontamente accolto da privati e commercianti che hanno scelto di aderire donando un bene o servizio, come nel caso della profumeria di lusso "The Merchant of Venice", che donerà il 20 per cento degli incassi provenienti dai suoi due negozi veneziani. «È un servizio educativo di eccellenza, sostegno indispensabile e insostituibile per le giovani famiglie veneziane - dichiarava l'amministratore delegato dell'azienda Marco Vidal - Venezia va preservata nella sue dimensioni sociale, di popolazione e di bambini che ne rappresentano la linfa vitale e culturale».

Felice, la presidente di BarchettaBlu Marina Zulian ha concluso: «Questa iniziativa esprime l'affetto e la fiducia della città, il bisogno di agire attivamente contro lo spopolamento di Venezia, proprio a partire dai suoi giovani cittadini».

**Tomaso Borzomi**

© riproduzione riservata