



I sassi di Matera in una foto di Christopher Tierney

Un modo alternativo per raccontare il Bel Paese enrica roberto (agb)
torino

L'occhio attento di giovani stranieri, capaci di notare del nostro Paese quello che noi non vediamo più. Pochi soldi, ottime idee, creativi capaci e attenti. E' la ricetta per il successo di Can't forget it{aly}, portale web sull'Italia turistica come l'avete sempre immaginata, ma mai vista realizzata.

Mikaela Bandini, sudafricana di origini italiane, è la fondatrice del progetto. «Stanchi della comunicazione vecchia e noiosa, abbiamo deciso di prendere nelle nostre mani il marketing turistico di questo incredibile Paese». Per farlo ha formato un team di film maker, designer e artisti «tutti sotto i 35 anni, tutti molto connessi» che viaggiano per lo stivale in cerca di storie che raccontino l'Italia "off-beat".

Nato anche in opposizione al sito ufficiale del turismo in Italia, Italia.it, famoso per i 58 milioni di euro che furono investiti per la sua realizzazione, e per essere stato chiuso a un giorno dal lancio, Can't forget it{aly} è qualcosa in più. Un progetto che ambisce a creare un diario digitale in grado di raccontare l'Italia dei viaggi veri, con immagini vere -«niente viste aeree o le solite vecchie foto di monumenti» sottolinea la fondatrice - e un budget ridotto.

La vera ricchezza del sito sono i contenuti multimediali di alto livello, tutti liberi da copyright e quindi scaricabili in maniera gratuita. «Noi paghiamo tutti gli artisti che ci offrono del materiale - racconta Mikaela - in modo che la loro arte possa viaggiare libera sul sito, e chi la apprezza possa condividerla». E' un'idea di web marketing inusuale in Italia, ma molto diffusa all'estero, che rende possibile ai giovani creativi di farsi pubblicità senza vedere le proprie opere usate gratuitamente.

Can't forget it{aly}: l'Italia turistica "venduta" dai giovani creativi

Συντάχθηκε απο τον/την Άννα Ειρήνη

Παρασκευή, 20 Ιούλιος 2012 21:10 - Τελευταία Ενημέρωση Παρασκευή, 20 Ιούλιος 2012 21:31

Il filo conduttore di tutti i video, le fotografie, le musiche che si possono trovare sul sito, è il viaggio. Strutturato in un diario digitale, Can't forget it{aly} mostra parti del nostro Paese invisibili negli itinerari "standard", ma capaci di «riportarvi con i piedi a terra, via web».

Il progetto pilota, che ha avuto subito grande successo, è nato in Basilicata. Sette creativi in giro per sette giorni per raccontare le atmosfere di una regione poco conosciuta. «Prima di trasferirmi qui, pensavo che Matera fosse in Portogallo» ha ammesso la stessa editor del sito. Invece, grazie all'appoggio dell'Agenzia per la Promozione Turistica della Basilicata, è nato DD#1: il Digital Diary numero 1, che ha aperto la strada - o meglio, le strade - ai nuovi itinerari. Ne è seguito il Friuli Venezia Giulia (con una "white edition" dedicata alla neve) e altri viaggi sono in corso, mentre «stiamo attraversando il Paese da sud a nord e ri-sud», come ha specificato Mikaela Bandini.

Il successo del sito, la nascita di progetti paralleli, il format semplice ma efficace hanno un valore che va oltre il marketing: è l'idea, diffusa tra i giovani ma così difficile da vedere applicata, che approcci nuovi possano aprire il mondo. In questo caso anche letteralmente.

lastampa.it