

marie claire

@WORK

GUIDA LAVORO

SPECIALE EXPO 2015 & MADE IN ITALY



Dallo shopping allo swapping

HOME /NEWS E PERSONE
/WOMEN @WORK

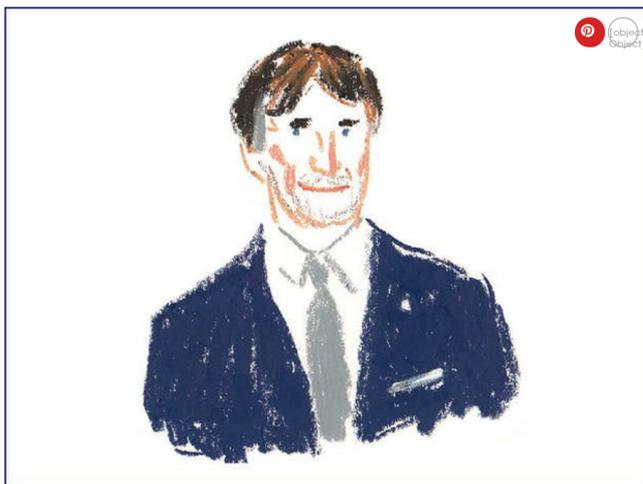
Guida a master e corsi di formazione



(Ri)comunicare il Bel Paese...

...Partendo da social network e realtà locali, imparando nuovi linguaggi e creando da zero hashtag con brio. Il decalogo di Brunello Cucinelli.

di **Laila Bonazzi** - 6 Novembre 2014 - 12:34



«Anche nel 2050 le persone vorranno andare in vacanza. E per lo stesso motivo di sempre: evadere dalla quotidianità. 4,3 miliardi di vacanzieri tra le popolazioni più ricche cercheranno il luogo perfetto e saranno mediamente più anziani e più sofisticati». Così ha sintetizzato nella sua conferenza TED il futurologo del turismo Ian Yeoman, ricercatore della Victoria University di Wellington. Insomma, le possibilità ci sono, come conferma **Roberta Milano**, consulente di web marketing turistico e docente all'Università Cattolica di Milano: «A livello mondiale il mercato del turismo sta crescendo. Noi constatiamo solo che l'Italia come meta internazionale è scesa in quindici anni dal secondo al quinto posto». I motivi? «Tanti, come la lunga mancanza di un ministero che tenesse la regia, il gap sul digitale che ha permesso a piattaforme come Booking, Expedia, Trivago, Tripadvisor di determinare il mercato e le scelte di viaggio». Qualcosa sta cambiando visto che Dario Franceschini, ministro dei Beni, delle Attività culturali e del Turismo, ha dato il via al **Tdlab - Laboratorio Turismo Digitale**, di cui Roberta Milano ha fatto parte: «C'è grande necessità di persone esperte di comunicazione web e sui social network, che ne conoscano i linguaggi e le dinamiche». Proprio l'errata comunicazione ha portato a un risultato inaspettato: «Secondo il **Country Brand Index**, una ricerca dell'agenzia FutureBrand, la percezione di autenticità dell'Italia sta calando. Noi che in realtà ci sentiamo legati a borghi, feste patronali, cibo genuino. Web e social network possono fare molto per reindirizzare la comunicazione del paese», conclude.

I SASSI (D'ORO) DI MATERA sono il caso citato più spesso: prima è rinata la città, con grandi ristrutturazioni e programmi di eventi (è candidata come capitale europea della cultura 2019), e poi ha imparato a rafforzare la propria immagine anche sui social: vedi il progetto #basilicaselfie che ha coinvolto turisti e locali. «Si tratta di raccogliere le testimonianze di chi spontaneamente parla bene di te», racconta la Milano, che ha avuto l'idea, così come quella di cedere ogni settimana l'account Twitter del turismo in Lazio (@visit_lazio) a un autoctono che ne racconti un pezzo di territorio diverso (così è nato il racconto collettivo #LAZIOisME).

#IGERSITALIA è un hashtag che si legge spesso su Instagram. L'ha inventato **Ilaria Barbotti**, fondatrice dell'associazione IgersItalia che raggruppa gli instagramers italiani, una community di mobile photographers che quotidianamente racconta l'Italia anche con hashtag regionali. «Le community regionali fanno da filtro con gli enti locali e spesso hanno portato avanti progetti di promozione turistica. Essenziali in questo lavoro: la passione per i social media e per il luogo dove si vive. Gli enti di promozione

Top stories

Lavorare porta a porta

Niente di personale

Vita in ufficio: 10 suggerimenti d'autore

[Tutte le Top Stories](#)

#TRENCH

SHOP LIST



La Milano Segreta di Aspesi

LEGGI ANCHE



Perché tutti parlano di questo costume che crea scandalo



Tra i colori di tendenza moda 2018 il giallo ci libererà da ogni male (invernale)



10 cose da fare subito per sembrare (e sentirsi) 10 anni più giovane



Charlotte Casiraghi t-shirt no makeup e no fronzoli AKA la principessa monegasca alla sfilata di



Gucci Capelli medi e lunghi forever! 20 tagli super COOL dallo streetstyle

Powered by

turistica hanno anche iniziato a invitare instagramer e blogger stranieri per far raccontare la propria area attraverso di loro. Ci vuole, però, integrazione: se un luogo è difficoltoso da raggiungere per i trasporti scadenti questo sarà solo amplificato nei racconti dei blogger!». Con l'altra instagramer marchigiana **Nadia Stacchiotti** ha creato anche #exploringmarche per promuovere il concetto di Made in Marche, dal cibo alle scarpe: «Hanno creduto nel progetto sia la confcommercio locale che la camera di commercio di Fermo. Un consiglio a chi vuole iniziare un percorso simile: indirizzarsi verso enti e realtà più piccoli, che spesso sono più aperti all'innovazione».

APPUNTAMENTI annuali da non perdere. La fiera **Ttg** di Rimini appena conclusa, con la sezione Ttg Next dedicata a innovazione e digitale. A Firenze, il 2-3 dicembre, invece, è in programma **Bto - Buy Tourism Online** con incontri dedicati alle strategie dei social media, start up innovative, cibo e turismo, storytelling.

IL DECALOGO DI BRUNELLO CUCINELLI

Chi Principe del cashmere italiano
Dove Solomeo, meta dei viaggiatori raffinati
Perché Da un borgo umbro al resto del mondo

Ha messo la persona al centro dell'impresa, facendo rifiorire il borgo di Solomeo (Perugia) dove produce abiti e accessori che sublimano il concetto di lusso (per saperne di più sulla sua scuola dei mestieri, vedi la **Guida ai master e corsi di formazione**). Ecco la nostra guida d'eccellenza per comunicare l'Italia agli stranieri.

Geni (in)compresi Il nostro Paese è fonte inestimabile di risorse umane, come dice Roberto Benigni nella sua ode all'Italia: un popolo di improvvisatori che danno il meglio quando stanno peggio.

La grande bellezza Per farla scoprire dobbiamo tornare a messaggi veri e autentici. La rinascita passa dal "territorio" inteso come ambiente e come terra: la madre terra. Da questo il nostro splendido Paese deve ripartire.

Talento naturale La creatività degli italiani è il tesoro più ricco e affidabile, quell'artigianalità che Lorenzo il Magnifico riteneva una forma d'arte. In ogni oggetto si respira il nostro lifestyle, invidiato in tutto il mondo.

L'appel dei borghi Mi ha sempre affascinato la vita fuori dalle città. I piccoli paesi sono il luogo per riprogettare l'umanità. Protetti dalle mure, la vita sembra scorrere serena come nel Medioevo, di giorno il passo è affrettato, ma la sera il circolo e la piazza diventano ritrovo per parlare.

Incontri Amo i luoghi senza tempo e senza ruoli, dove è facile socializzare. Il medico si incontra con il contadino, la nonna con i ragazzi, i figli con i genitori.

Solomeo Il nostro borgo, ad esempio, è rinato come luogo adatto al lavoro e alla vita umana. È tornato a rifiorire dopo 25 anni di appassionato restauro. Lo abbiamo fatto perché crediamo che le persone debbano lavorare in condizioni ambientali non solo dignitose, ma accoglienti. Se guardi il cielo sei più creativo. E sei speciale se lo è anche l'ambiente che ti circonda.

Social network Uso poco la tecnologia. Penso sia utile anche guardarsi negli occhi, tornare al dibattito e allo scambio di idee diretto.

Esperienza di viaggio Una bella parola che racchiude un valore. Sta poi a noi fare in modo che questa esperienza acquisisca un significato positivo, sedimentando nella nostra memoria di viaggiatori.

Ospiti in Italia Acquistare prodotti autentici, che ricordino il nostro Paese, è già alla portata di tutti, stranieri e non. Viaggio per lavoro sei mesi all'anno e non posso fare a meno di notare che tutti sono affascinati dal Made in Italy, dalla qualità delle nostre creazioni.

(Pre)visioni Siamo all'alba di un secolo d'oro, sono pieno di speranza per il futuro. Dopo un trentennio di crisi della civiltà siamo vicini a un rinascimento. Il meglio deve ancora venire.

Donne & lavoro: lo speciale marieclair@WORK

scritto da  **Lila Bonazzi**

in **HOME** / **NEWS E PERSONE** / **WOMEN @WORK**

tag **Brunello Cucinelli**

Guarda Anche

Lavorare all'estero: 6 italiane che l'hanno fatto

Ma non sono scappate, hanno solo seminato altrove. Le loro storie.



SPONSOR 1 2 3

Il potere assoluto della seduzione. Coco Mademoiselle Eau de Parfum Intense, una nuova espressione olfattiva



Shampoo Scrub di Keramine H: c'è sempre un buon motivo per fare uno scrub per capelli


SEGUICI SU
