

Umbria, i luoghi del Festival Internazionale del Giornalismo

2 aprile 2015

Uno dei punti fermi della nuova editoria è che non basta offrire il proprio spazio agli inserzionisti pubblicitari per attrarre i loro investimenti e assicurargli l'interesse dei potenziali consumatori. La pubblicità oggi richiede credibilità, attrattiva, e quello sforzo di inventiva che possa appassionare chi la consulta tanto da persuaderlo - com'è ovvio - ma anche convincerlo a condividere con gli altri questa "esperienza", attraverso un racconto coinvolgente, funzionale, bello.

Promuovere qualcosa, oggi, vuol dire creare un piccolo prodotto editoriale che associ intrattenimento, giornalismo e storytelling. Restituire un racconto credibile, renderlo fruibile e appassionante, spingere a parlarne con gli altri: è il senso del [native advertising](#), una tecnica di promozione di prodotti, servizi, idee, soluzioni che coniuga la matrice commerciale - l'offerta - a quella editoriale - il racconto e la credibilità di chi lo offre.

È il caso dei paidpost del *New York Times*, [per esempio](#): proporre contenuti interessanti, nuovi, leggibili, innovativi, senza perdere la funzione originale dell'inserzione - vendere qualcosa, comunicare qualcosa, per un'inserzionista pubblicitario. Ed è il caso di "[Umbria - Alla scoperta dei luoghi del Festival Internazionale del Giornalismo](#)", che sulla scorta di questo nuovo modello ha creato una pagina che riuscisse a raccontare la regione che ospita IJF nel modo più coinvolgente possibile.

Ideato e realizzato dal team del Festival per la Regione Umbria, il progetto nasce infatti come racconto suggestivo, che vuole suscitare nel lettore la voglia e la curiosità proveniente da un viaggio multimediale e interattivo, a volo d'uccello su tutta la regione, e a portata di *scroll*: si tratta di una terra che si racconta da sola, con le sue bellezze naturali e la sua tradizione, la sua storia culturale artistica e il suo presente ricco di avvenimenti. "[Umbria](#)" cerca di racchiudere tutto questo in un unico viaggio, ricco di foto, storie e video, per restituire al lettore un'esperienza unica, quanto la regione in questione.

Un assaggio della bellezza umbra che vuole ingolosire: il racconto parte dai magnifici scorci dei laghi e delle colline, cantati dai poeti e restati immutati nei secoli, fino a giungere nelle città, con i loro inestimabili patrimoni artistici e le tradizioni secolari dell'arte e dell'artigianato. Un'esperienza internet che cerca di essere quanto più multisensoriale: c'è spazio per il gusto e la cucina, il relax dei grandi eventi: un intero universo di sensazioni che il noto fotografo Steve McCurry ha voluto immortalare nei suoi scatti, raccolti nella mostra Sensational Umbria.

Il racconto si congeda dai lettori presentando loro le fotogallery e le mappe delle sale storiche del Festival Internazionale del Giornalismo, cuore pulsante dell'evento, come a voler sottolineare la simbiosi fra l'arte, il bello, la storia e la città di Perugia: tutte idee racchiuse nel video finale, prodotto dall'associazione "[Perugia ieri, oggi, domani](#)", che presenta una città inedita: la vista dall'alto, "a bordo" di un drone, a chiudere idealmente il cerchio di tutta l'esperienza, un volo mozzafiato sull'arte di vivere e su una regione tutta da scoprire, tra passato e presente.

Un progetto che ha visto collaborare insieme le istituzioni, la Regione Umbria, il team del Festival Internazionale del Giornalismo (programmatori, giornalisti, grafici) e un gruppo di cittadini di Perugia coinvolti nell'associazione nata da un gruppo su Facebook.

international journalism festival