

Newspaper metadata:

Source: Corriere Del Veneto -
Ed. Venezia
Country: Italy
Media: Printed

Author:
Date: 2021/03/19
Pages: 11 - 11

Media Evaluation:

Readership: 50.250
Ave € 6.804
Pages Occupied 0.5



Web source:

VENEZIA Artigiani, guide turistiche, esercenti: si torna sui «banchi» a scuola di digital. «Made Onlife in Venice» è il progetto (articolato in tre differenti fasi), nato in collaborazione tra il Comune di Venezia, Facebook Italia e Fondazione Mondo Digitale, per favorire concretamente la transizione digitale. Si parte da una serie di video-lezioni disponibili per tutti sul sito internet del Comune tra tecniche per la comunicazione digitale, visuale e marketing, seguiti da webinar specifici aperti ad un massimo di 100 persone o aziende. Il primo webinar è in programma il 13 aprile («Comunicare in un mondo narrativo»). Il secon-



Emergenza pandemia La nuova frontiera del commercio è digitale. Lezioni per commercianti e artigiani

Artigiani e commercianti vanno a scuola di digitale «Nuovi clienti dalla Rete»

Progetto pilota tra Comune e Facebook. Studenti in aiuto

do avanzato il 20 («Abc dello storytelling e personal branding»): solo chi parteciperà al secondo potrà passare al terzo incontro in programma. La selezione avverrà in base a test che verranno somministrati alle aziende, le tre «vincitrici» diventeranno un caso di studio con un team ad hoc per aiutarle nel processo di digitalizzazione e otterranno un bonus pubblicitario da utilizzare sui social. E non saranno solo esperti: l'ultima fase, infatti, prevede il coinvolgimento di tre istituti veneziani, il liceo scientifico statale Ugo Morin di Mestre, l'Istituto Istruzione Superiore Vendramin Corner indirizzato «Cini» di Venezia e il liceo Stefanini di Mestre.

«Abbiamo voluto intitolarlo «onlife» e non online proprio perché il progetto è pensato per il tessuto socioeconomico della nostra comunità — sottolinea Alberto Bozza, direttore Sviluppo Mercati di Vela e manager del distretto del commercio di Mestre —. L'obiettivo non è vendere online, ma imparare a fidelizzare i propri clienti. La sfida è quella di comunicare meglio,

trasformarsi e adottare le tecniche più adeguate». Il progetto durerà un paio di mesi, con la progettazione specifica per le tre aziende prevista entro la chiusura delle scuole. «Vogliamo contribuire alla trasformazione digitale — commenta Angelo Mazzetti responsabile rapporti istituzionali Facebook — ormai metà degli italiani utilizzano la messaggistica istantanea per fare acquisti dalle piccole-medie imprese». Sostenitori di «Made Onlife» l'assessore al Commercio Sebastiano Costalonga e l'assessore alle politiche educative Laura Besio. «È l'opportunità da cogliere per attirare il turismo di qualità concretamente, non i «barbari» ma quelli che vogliono amare il nostro territorio — sottolinea Costalonga —. Lanciamo il messaggio che la città è viva, fatevi aiutare dai vostri figli e nipoti per avvicinarvi al mondo del social. L'ambizione è che questo progetto possa diventare un modello da esportare in tutta Italia». «Per le scuole, è molto più dell'alternanza scuola lavoro — aggiunge Besio —, viene data un'impostazione multidisciplinare tra tradizione e innovazione».

Proprio alla rivitalizzazione del commercio è rivolta l'interrogazione firmata dalla consigliera di opposizione Cecilia Tonon (Venezia è tua), che chiede se, sulla linea di quanto già fatto con «Le Città in Festa», anche per questa primavera-estate-autunno si permetterà agli esercizi di Mestre di occupare il plateatico antistante ai negozi per far fronte all'emergenza sanitaria non ancora terminata.

Camilla Gargioni

© RIPRODUZIONE RISERVATA