

'Your Italian Hub'. E i-Italy?

Letizia Airos Soria (October 02, 2019)



EDITORIALE. Nasce una nuova Società di comunicazione. Non solo di informazione. Un Hub dove i-Italy viene incorporata

[ENGLISH VERSION >>](#) [2]

La scorsa settimana, presso la sede dell'[Italian Trade Commission](#) [3], abbiamo raccontato e presentato il nuovo corso i-Italy. Ora voglio farlo anche per i lettori di i-Italy.

Questa testata, che seguite da dieci anni, ha visto diversi cambiamenti. Abbiamo realizzato, prevalentemente in lingua inglese e cercando di essere sempre al passo con i tempi, informazione, approfondimento, intrattenimento multimediale su più piattaforme: on line, in carta, in tv, sui social. Lo abbiamo fatto incontrando diverse difficoltà, facendoci certo qualche nemico, ma anche tanti amici e amici-partner. Tra questi sento il dovere-piacere di ricordare, in particolare, la [Casa Italiana Zerilli-Marimò](#) [4] della New York University a cui rinnovo la mia gratitudine per esserci stata affianco



con costanza.

Ora affrontiamo una nuova sfida.

La testata i-Italy viene infatti incorporata in una nuova società di comunicazione che si chiama 'Your Italian Hub' [5]. Uno degli azionisti è [Colavita International](#) [6].

In questi anni siamo diventati sempre più consapevoli di come sia oggi **strategico integrare informazione e comunicazione**. E' stata una scelta-non scelta, perché è un processo che attraversa l'editoria in tutto il mondo, condiviso da tutte le testate giornalistiche "tradizionali", in carta, in video e online. Credo però che questo passaggio, preso con consapevolezza, possa diventare una bellissima ed interessante sfida. In due parole: il futuro.

Da quell'informazione come processo unidirezionale, che vede i dati fluire dall'alto verso il basso, dal medium al pubblico, si passa oggi a un approccio multidirezionale, in cui si "negoziando" con il pubblico contenuti e significati. La comunicazione trasforma l'informazione in un'attività sempre più social, in una conversazione ininterrotta, che non si riduce a scrivere articoli per dei passivi lettori, ma genera occasioni di incontro e di scambio, sia online che offline.

Non è più dunque possibile informare senza comunicare, incontrare, conversare e soprattutto ascoltare i tuoi lettori, spettatori, followers che in un certo senso divengono anche i tuoi principali collaboratori. Non bastano gli articoli, i comunicati, non basta un'informazione per così dire 'pura'.

Il lettore cerca qualcosa di più. E anche lo sponsor, sia detto senza timore (visto che i-Italy non riceve alcun finanziamento) vuole qualcosa di più. Il mondo che cambia, sempre più velocemente, chiede qualcosa di più. Si chiede il racconto di un'esperienza. Di far vivere un'esperienza. Nel nostro specifico caso: l'esperienza italiana. Così anche la nostra testata si trasforma e cerca nuove strade sostenibili per rinnovarsi, si mette in gioco.

E' con questa consapevolezza - dovuta ormai ad anni di lavoro sul racconto italiano negli Stati Uniti - che abbiamo deciso di cominciare in un nuovo percorso insieme alla Colavita, essa stessa un'azienda che si è trasformata negli anni, da leader del mercato statunitense dell'olio extravergine d'oliva a piattaforma di internazionalizzazione per i tanti prodotti Made in Italy, che importa e distribuisce in questo Paese.

Rimaniamo certo giornalisti, ma con il coraggio di una nuova fase. Insieme a me, nella società, un'altra giornalista, Francesca Di Matteo che porterà dentro tutta la sua storia ed esperienza maturata in alcune testate, da Mediaset ad altre testate internazionali.

A chi storce il naso, sospettando che faremo semplicemente a "pubblicità" per i prodotti legati a Colavita, rispondo subito che la visione e la strategia che condividiamo è esattamente opposta. Intende svecchiare un certo modo di lavorare. Superare quel classico approccio personalistico e chiuso, non collaborativo che tanto fa male all'immagine dell'Italia, in contrasto evidente con gli interessi più generali del nostro Paese e dei milioni di imprese piccole, medie e grandi che lo abitano.

Il percorso che ci ha portato a questa scelta lo avevo anticipato due anni fa. In un editoriale che avevo intitolato il "[Messaggio in una bottiglia](#)" [7].

Quale era il messaggio? Scrivevo: "Più forti insieme? Perché si fa ancora tanto poco e tanto male sul piano della comunicazione? La risposta più diffusa è che manca una visione comune. Gli italiani non fanno squadra quasi mai. La frammentazione è una costante del carattere italiano, che non sa (e spesso non vuole) collaborare. L'individualismo italiano—grande ricchezza di creatività, ma grande limite all'affermazione competitiva nel mondo globale di oggi!"

Ho continuato a pensare, lavorare (forse sognare) su questo concetto. **Oggi nasce un Hub di comunicazione aperto a tutte le aziende, disposte a mettere in primo piano la comunicazione del prodotto italiano**. E questo grazie anche alla coraggiosa visione condivisa con una famiglia di imprenditori di successo, da Enrico Colavita, ai suoi figli e nipoti.



Ancora oggi la comunicazione viene spesso messa in secondo piano. Your Italian Hub vuole presentare l'Italia comunicando in maniera diversa. **“Raccontare conoscendo, conoscere per raccontare”**. Uno dei nostri slogan sarà proprio questo.

La nostra esperienza ci dice che troppo spesso la comunicazione viene affidata a professionisti americani, anche con nomi altisonanti, che conoscono bene il loro mercato ma non conoscono a fondo l'oggetto, cosa comunicare. O a professionisti italiani, pieni di buona volontà e di creatività che però non conoscono il target, i suoi segmenti, le sue nicchie. Non sanno a chi comunicare.

Ma per fare buona comunicazione è essenziale conoscere bene COSA si comunica e A CHI si comunica e anche COME si comunica. Soprattutto se si approccia l'estero. Perché non si può comunicare correttamente l'Italia all'estero (che si tratti di un prodotto commerciale o culturale, di un pacchetto turistico o dell'intera “immagine” del Paese) se non si è consapevoli della **necessità di una mediazione culturale e della necessità di integrare in un circolo virtuoso il valore informativo del messaggio, la qualità seduttiva dello storytelling e l'innovatività del linguaggio.**

E' questa esperienza e consapevolezza che noi portiamo oggi dentro YOUR ITALIAN HUB, che diventa l'editore di i-Italy, ma va **molto oltre i-Italy** e si apre a tutti coloro interessati a comunicare bene e sempre meglio il “Sistema Italia” nel suo complesso.

Ritorniamoci in chiusura: perché un HUB? Il tuo Hub italiano in America? Perché vogliamo coinvolgere tutti coloro che condividono il nostro approccio, le professionalità e le competenze anche esterne necessarie per raggiungere lo scopo, in un'ottica integrata, collaborativa, “di sistema”.

Dunque anche altre testate, società di pubbliche relazioni, creativi e comunicatori professionisti. E sceglieremo i nostri partner in base a due criteri. La disponibilità a fare squadra, a creare sinergie, a integrare gli sforzi per un obiettivo comune. E l'interesse a dare la priorità necessaria alla comunicazione, anzi alla “buona comunicazione”. Efficace ma con stile, orgogliosa ma onesta, capace di influenzare i cuori e le menti degli americani, ma senza stucchevole retorica.

Chiudo con una citazione dall'intervento alla nostra presentazione di Maurizio Forte Direttore dell'Italian Trade Agency di New York: “Nell'impostazione tradizionale con cui operano molte imprese e a volte anche le istituzioni italiane, si parte dalla produzione, poi si passa alla distribuzione e infine si giunge alla comunicazione. Oggi non può essere più così. **La comunicazione va messa al centro.** Subito dopo la produzione bisogna pensare alla comunicazione.”

E per questo ci sarà una nuova i-Italy con una missione allargata all'interno di YOUR ITALIAN HUB e aperta a tutti coloro che vorranno contribuire in diversi modi.

Source URL: <http://www.iitaly.org/magazine/focus-in-italiano/opinioni/article/your-italian-hub-e-i-italy>

Links

[1] <http://www.iitaly.org/files/teami-italy-youritalianhub-colavita.jpg>

[2] <http://iitaly.org/node/55435>

[3] <https://www.ice.it/en/markets/usa/new-york>

[4] <http://www.casaitaliananyu.org/>

[5] <http://youritalianhub.com/>



[6] <https://www.colavita.com/>

[7] <http://www.iitaly.org/node/54418>