

## Presentazione del progetto di video-storytelling

Raccontare un territorio non significa soltanto mostrarne le bellezze naturali, il patrimonio artistico, le attività turistiche. Raccontare un territorio significa traghettare le persone verso lo stato d'animo che quel territorio sarà in grado di suscitare in loro.

Un progetto di storytelling turistico come quello di Sarnano Turismo, già intrapreso dall'amministrazione un anno e mezzo fa, si propone di fare proprio questo: trasmettere l'essenza del territorio sarnanese per offrire alle persone una motivazione per visitarlo che sia personale, intima, profonda.

Dopo il terremoto questo approccio si è reso ancora più necessario: con una capacità ricettiva ridotta, diversi siti artistici chiusi e lo spettro delle scosse a spaventare i turisti, suscitare emozioni positive associate al territorio è diventato una necessità.

Dopo una fase di briefing con l'amministrazione e con la responsabile della comunicazione online, Isabella Tomassucci, è nata l'idea di un progetto di videostorytelling complesso.

Non un video, ma tre. Tre storie concatenate tra di loro, tre prospettive sul territorio, tre aggregati emozionali, tre percorsi di esplorazione legati tra di loro. I personaggi si incontrano, le storie si intrecciano e si legittimano a vicenda.

C'è un uomo d'affari, svuotato dalla grigia vita metropolitana, che arriva a Sarnano guidato da un ricordo d'infanzia e spogliandosi via via delle rigidità imposte dalla routine, dai codici, dagli sguardi altrui, ritrova un legame con il mondo intorno a sé, ma soprattutto, ritrova il legame con sé stesso.

C'è una coppia che si incontra per caso nella stanchezza di un fine serata solitario e sogna all'unisono un viaggio immaginario tra le montagne sarnanesi, tra biciclette e deltaplani, corsi d'acqua e cortiletti nascosti: un viaggio per conoscersi nel profondo, per innamorarsi, per sentirsi liberi.

E poi c'è un anziano cieco che Sarnano la conosce a memoria nonostante non l'abbia mai vista. La conosce attraverso gli altri sensi: la ruvidezza dei mattoni, la morbidezza dell'erba, i profumi di montagna, il sibilo dell'aria nei vicoli, il suono delle campane, i sapori dei prodotti locali. Ma anche lui è in cerca di qualcosa, un suono particolare che sembra aver perduto. Così inizia il suo viaggio sensoriale che lo porterà a riconnettersi con ciò che credeva di aver perso: il silenzio.

Sebbene ogni video sia incentrato su uno dei personaggi, questi sono tutti presenti in ogni video, aiutando gli altri nella propria ricerca.

I personaggi sono modellati a partire dai macro-target a cui la campagna si rivolge: coloro che hanno bisogno di disintossicarsi dalla routine, coloro che viaggiano per desiderio di scoperta, coloro che si trovano a riscoprire un territorio con altri occhi.

A legare insieme il tutto il pay-off: "Sarnano, più di quanto immagini".

I video saranno utilizzati per creare campagne di advertising online, in particolare su Facebook e YouTube, saranno presentati alla comunità con una proiezione pubblica, utilizzati durante le fiere e altri eventi.

La campagna sarà strutturata in modo tale da indicare la presenza degli altri video e invitare le persone a seguire il filo che unisce le tre storie, trovando la propria prospettiva.