

Quando il ministro esultava: «Così promuoveremo le nostre bellezze»

Franceschini fa scappare i turisti: naufraga il sito internet Verybello

Il progetto costato 35mila euro ha già chiuso i battenti

Il flop

Paolo Bracalini

■ «Verybello», ma mica tanto visto che è già chiuso. Il sito del governo nato per promuovere il turismo in Italia durante l'Expo e poi anche dopo, era partito con un grande accompagnamento di fanfare: «VeryBello è un nuovo modo di viaggiare in Italia attraverso la nostra straordinaria offerta culturale - strombazzava la nota del Mibact, il ministero dei Beni culturali - Una piattaforma digitale interattiva che, attraverso un linguaggio immediato e visivo, racconta l'Italia da un punto di vista inedito. Un progetto che nasce appositamente per Expo, ma che ha l'obiettivo di guardare oltre. Grazie infatti al contributo delle istituzioni coinvolte dal Mibact, Regioni e Comuni, è nata una rete aperta in grado di garantire continuità al progetto». «In 6 ore 500.000 accessi a www.verybello.it! - esultava invece l'ideatore dell'iniziativa, il ministro Dario Franceschini-. Invieremo 3mila mail ai siti giornalistici offrendo di prendere il banner di *VeryBello*, Gratuitamente. Dobbiamo sfruttare questa occasione per promuovere al massimo la nostra offerta di turismo culturale. Come speravamo, grande pubblicità da ironie, critiche e cattiverie sul web... Verygrazie!». Le «cattiverie e le ironie» a cui faceva riferimento Franceschini erano soprattutto sull'infelice scelta del nome, in un inglese maccheronico («very bello») per un sito che dovrebbe raccontare le bellezze italiane. Ma anche sui contenuti del sito, giudicato dagli esperti «un ottimo esempio di come non si realizza un sito web» quanto ad accessibilità, versioni in lingua (mancava quella inglese, per un sito che dovrebbe attirare gli stranieri) e trasparenza. Critiche che, a quanto pare, avevano però colto nel segno. Perché, a dispetto dell'ottimismo di Franceschini sul-

la longevità del bellissimo progetto, il sito è già morto, anzi verymorto. Se si digita verybello.it ci si trova davanti ad una pagina vuota, con un avviso misterioso: «Il nuovo sito presto online». Poi c'è un modulo per richiedere informazioni, dove inserire nome, cognome, numero di telefono ed un eventuale messaggio. Il problema è che se si compila il modulo e lo si prova ad inviare, non succede un bel niente, l'invio non funziona. Insomma il sito, costato 35mila euro più iva per ideazione e realizzazione, è in stato di totale abbandono. L'amministratore del dominio risulta essere Onofrio Cutaia, che poi è il direttore dello Spettacolo dal Vivo del ministero di Franceschini.

Non che, quando il sito era attivo, fosse un successo, anzi al contrario. Pochi follower sulle pagine social, pochi commenti se non stroncature. E poi la domanda costante: ma perché un altro sito del turismo italiano, quando era già stato fatto, con enormi problemi e grave impegno di risorse pubbliche (25 milioni di euro) il disastroso www.italia.it. Adesso, scrive *Wired*, l'Enit (l'agenzia nazionale del turismo, dipendente dal ministero) è pronta ad archiviare il vecchio italia.it, rivelatosi l'ennesimo flop, e a spendere altri 4 milioni per uno nuovo sito. Mentre verybello.it, che secondo Franceschini era destinato a stregare milioni di turisti, resta chiuso in attesa di una nuova versione di cui non si sa nulla. E meno male che il turismo dovrebbe essere «il petrolio» italiano.

AL MUSEO

Dario Franceschini, 58 anni, dal 2014 è ministro dei Beni culturali. È stato lui il grande promotore del sito verybello.it sul turismo in Italia

