

DEI - Capitt

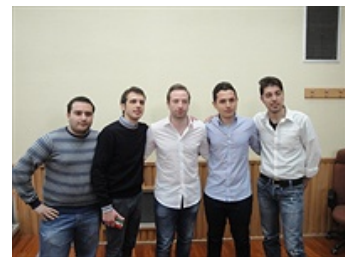
'PlanYourTrip', l'app per una vacanza social sull'Etna

Intervista ai vincitori del contest "Vulcano d'idee" e ai rappresentanti di alcune start up siciliane

12 aprile 2014

di Maria Teresa Calabretta

Armando Maita, Sebastiano Carrabino, Virgilio Stimolo, Ludovico La Manna e Giuseppe Tramontana sono gli studenti del dipartimento di Economia e Impresa dell'Università di Catania che con il progetto "PlanYourTrip", hanno vinto il contest "Un Vulcano di idee", la competizione che ha chiuso il ciclo di seminari professionalizzanti organizzati dal prof. Rosario Faraci in collaborazione con il C.A.P.I.T.T.



L'idea vincente promossa dai giovani, in linea con la filosofia dell'iniziativa dedicata al tema del fare nuova impresa alle pendici del Vulcano, ha puntato sulla possibilità di personalizzare, fin nel dettaglio, le vacanze nel territorio Etneo in totale autonomia, grazie ad un sito internet ed un'App dedicati e alla possibilità di condividere emozioni, recensioni ed esperienze in pieno accordo con la dimensione social tipica dei giorni nostri.

Cosa della vostra idea ha convinto la giuria?

«Pensiamo l'analisi dei competitors. Abbiamo analizzato bene il mercato, abbiamo fatto emergere quali potrebbero essere gli elementi distintivi che potrebbero darci successo rispetto agli altri soggetti che sono rimasti un po' indietro o comunque stanno iniziando ad investire in questo ambito solo ora».

Come è nato il vostro progetto?

«Inizialmente avevamo due idee in mente che si sono venute incontro. Successivamente abbiamo puntato sulla personalizzazione del viaggio, abbiamo riflettuto su cosa il turista pensi mentre organizza il viaggio e quindi come personalizzare il suo itinerario. Abbiamo cercato una risposta al seguente problema: il turista non sempre riesce a massimizzare i tempi quando si trova in un luogo e non sempre conosce bene il territorio. Noi offriremo una mappatura completa del territorio e una buona informazione al turista che si affida al

nostro servizio e progetta bene la vacanza in termini di programmazione e pianificazione».

Come funziona PlanYourTrip?

«Proponiamo un network, un sito internet e un'app. L'utente si registra, visualizza gli itinerari a tema all'interno del territorio etneo, chiaramente questi itinerari possono essere personalizzati sulla scorta delle proprie preferenze. All'interno dell'itinerario che si va costruendo sono, inoltre, segnalati i nostri partner: musei, aziende alberghiere e ristoranti; di conseguenza il turista ha una piena visione del suo viaggio e delle strutture a disposizione».

Qualcosa o qualcuno vi ha ispirato in particolar modo?

«L'idea è nostra, ci siamo dati molto da fare. Chiaramente i seminari hanno aiutato molto. Abbiamo seguito sei corsi che ci hanno dato le basi e gli strumenti per partire, poi l'idea è venuta da noi. La cosa bella, che ci piace sottolineare, è che prima di questa occasione non ci conoscevamo, ci siamo incontrati per caso ed è nata una bella collaborazione».

Perché investire su di voi?

«Perché siamo un'agenzia di viaggio moderna, siamo giovani offriamo qualcosa di diverso rispetto agli altri, anche più grandi nel settore. Certo ci vorrà tempo per sviluppare capillarmente il progetto, come ci proponiamo di fare, ma si parte sempre da piccoli passi».

Restare a Catania o partire?

«Vogliamo coniugare un po' tutto. Partire per imparare e ritornare, vogliamo sviluppare il territorio catanese, vogliamo renderlo migliore apprendendo da fuori»

I vantaggi del ciclo di seminari?

«I seminari sono stati qualcosa di diverso rispetto alle solite lezioni, a spiegarci tutti i modelli economici non sono stati i professori ma i nostri colleghi, i cinque animatori, e questa peculiarità ci ha incentivato, ci ha motivato. Inoltre, i seminari non sono stati dedicati solo alla teoria, come le lezioni tradizionali, c'è stata molta pratica. Abbiamo utilizzato in aula gli strumenti che poco prima ci erano stati spiegati, ed è stato un notevole valore aggiunto».



La giornata conclusiva del ciclo di seminari Un vulcano di idee è stata anche una vetrina per alcune iniziative imprenditoriali decollate dal territorio etneo, che hanno raggiunto successi nazionali e internazionali, seppur tra numerose difficoltà. Tra i casi presentati gli esempi di Fabrizio Garufi e Diego Castrogiovanni hanno dimostrato che, anche se al costo di sacrifici, qualcosa di buono può nascere anche alle laviche pendici dell'Etna.

I secondi e i terzi classificati Fabrizio Garufi, ex allievo della Scuola Superiore di Catania, è uno dei fondatori di Techlab Works, azienda maturata in ambiente universitario, adesso centro di ricerca e sviluppo di soluzioni hardware e software nell'ambito della computer vision, che vanta tra i clienti importanti realtà ospedaliere italiane, il Rizzoli di Bologna o il Gaslini di Genova, oltre che straniere.

In questi anni la sua azienda ha ottenuto risultati lusinghieri oltre i confini siciliani, questa sembra essere la sorte di molte imprese locali. Come lo spiega?

«Dal mio punto di vista, producendo sistemi elettronici e informatici, la rapidità di crescita di un'azienda tedesca o statunitense in questo momento è sicuramente superiore rispetto ad un'azienda locale. Certo, paragonare il tessuto siciliano agli altri mercati o alle opportunità emiliane, lombarde o venete è sbagliato. C'è, tuttavia, una mancanza di sensibilità da parte delle amministrazioni pubbliche nell'aver coraggio e nell'investire sui prodotti locali. L'investimento sul prodotto realizzato qui, anche se con costi maggiori, genera una crescita culturale del territorio stesso, quella crescita necessaria all'abbattimento del costo dopo. Semino adesso per raccogliere tra tre anni, insomma. Questa mancanza di sensibilità diffusa è la stessa mancanza di voglia di fare andare le cose bene nel pubblico, prima che nel privato. Il pubblico detiene gran parte degli


investimenti, l'investimento pubblico traina l'indotto delle aziende private che con esso collaborano. Il sistema deve rispondere in maniera più efficace, con cognizione di causa e con molta responsabilità».

Diego Castrogiovanni ha rappresentato la O95mm, azienda che offre servizi di comunicazione integrata, spaziando dall'advertising alla produzione cinematografica e documentaristica, suo l'unico filmato italiano selezionato al New York City Independent Film Festival.

Il settore della comunicazione, forse più di altri, risente del diffuso stato di sofferenza. Quali sono le difficoltà che dovete affrontare con maggiore frequenza? «È un momento di sofferenza che si protrae da tanti anni, un problema generalizzato che si riscontra in tutti i settori, e nello specifico in quelli che si occupano di comunicazione. Le aziende tagliano per prime le risorse destinate alla comunicazione, preferiscono mantenere il prodotto integro e andare a risparmiare sui costi che considerano fronzoli, in realtà non sono fronzoli perché si vive di comunicazione. Il cliente dimentica il prodotto se non gli fai sapere che esiste. Stiamo affrontando ancora oggi il problema dei tagli delle aziende negli investimenti in comunicazione. Molte di esse finiscono per preferire un piccolo passaggio, uno spot, piuttosto che una campagna regolare che duri mesi. Dal punto di vista delle produzioni video, inoltre, non c'è una vera assistenza da parte delle amministrazioni, le stesse amministrazioni che un tempo distribuivano contributi. Siamo abbandonati a noi stessi "fate con le vostre risorse" ci dicono, ma produrre un video ha dei costi esagerati per delle piccole aziende».

Alla luce della situazione attuale come fa una piccola azienda a sopravvivere? «Combatte, investendo sulle proprie spalle, lavorando su progetti low budget. Chi ha voglia di fare qualcosa, produce a prescindere dal guadagno. Seppur con questa difficoltà oggettiva abbiamo realizzato dei buoni prodotti; con alcuni cortometraggi abbiamo vinto anche all'estero e in Italia. Abbiamo partecipato a La 25a ora organizzato da La7, classificandoci primi fra 750 corti e abbiamo vinto il premio come miglior cortometraggio alla seconda edizione dell'Italian Contemporary Film Festival di Toronto».

Links correlati

▶  Leggi anche: Vulcano d'idee, l'eruzione finale