

Video di momondo.it su multietnicità oro agli Eurobest 2016

notizia pubblicata **07 Dicembre 2016** alle ore **11:00** nella categoria **Tour operator Video**



Momondo.it, piattaforma di ricerca viaggi, hotel e auto a noleggio, si è aggiudicata l'oro agli Eurobest 2016 nella categoria film come miglior "film online" per "The DNA Journey" e ha ottenuto sette nomination nelle categorie "Film", "Film Craft" e "Promo&Activation".

Nel video, ideato dall'agenzia danese &Co. e divenuto in pochissimo tempo virale, 67 persone si sono offerte di sottoporsi al test del DNA per scoprire di più sulle proprie origini e hanno raccontato le loro speranze su ciò che il test del DNA avrebbe mostrato. Due settimane più tardi sono stati richiamati per scoprire insieme i risultati ottenuti scoprendo che molti non conoscono a fondo le proprie origini.

Il video ha quindi dimostrato che rendersi conto della propria multietnicità può far aprire gli occhi e persino influire sulla visione di noi stessi e delle persone di altre nazioni. Il film fa parte di un progetto internazionale di momondo che ha lo scopo di usare il DNA come strumento per dimostrare che ci sono molte più cose al mondo che ci accomunano rispetto a quelle che ci dividono.

"Per anni ci siamo impegnati nel semplificare il concetto di viaggio perché siamo fermamente convinti che viaggiare apra la mente e renda le persone più tolleranti e fiduciose negli altri" ha affermato Per Christiansen, Global Head of Marketing di momondo. Un premio così prestigioso, valutato da una giuria di esperti e menti creative di tutta Europa, rafforza l'importanza di progetti come "DNA Journey" di momondo, ideati e sostenuti da aziende che mettono a servizio della società la loro expertise per invitare a riflettere

su valori culturali e umani che troppo spesso vengono sottovalutati.