Travelnostop
il giornale del travelling italiano

edizione Lombardia

per la tua pubblicità in questo spazio: 091.519165

Un concorso video per valorizzare l'artigianato milanese

notizia pubblicata **28 Dicembre 2016** alle ore **11:28** nella categoria **Territori**



E’ partito già da alcuni giorni il contest online “Il saper fare a Milano #inLombardia” finalizzato a valorizzare la qualità dell’artigianato milanese, punta d’eccellenza del saper fare regionale, attraverso la raccolta di video tramite la piattaforma di contenuti user-generated di Zooppa. Il contest è promosso congiuntamente da Camera di Commercio di Milano, Explora Tourism, la Destination Marketing Organization di Regione Lombardia e Unioncamere Lombardia, che collaborano sinergicamente tra loro per promuovere il territorio milanese e l’artigianato locale. L’obiettivo è quello di valorizzare l’artigianato milanese di qualità nelle sue diverse componenti – alle attività più tradizionali a quelle legate ai nuovi mestieri 3.0, attraverso il linguaggio delle immagini, capace di raccontare queste realtà produttive del territorio milanese anche ad un pubblico più giovane e, allo stesso tempo, calarle nel tessuto generale della città, valorizzando i luoghi (vicoli, scorci, monumenti) dove queste realtà sono nate e si sono sviluppate.

Raccontare le imprese artigiane meneghine, le abilità di chi ci lavora e allo stesso tempo esaltarne i luoghi sarà la mission dei videomaker iscritti alla piattaforma di Zooppa, che dovranno rappresentare con abilità e accortezza questo prezioso e unico mondo fatto di piccole ed antiche botteghe, così come di realtà modernissime. Tutto ciò tramite dei video che sappiano trasmettere in modo emozionale e coinvolgente l’eccellenza che Milano rappresenta nell’ambito dell’artigianato, offrendo un motivo in più ai possibili visitatori per prendere in considerazione e poi scegliere Milano come meta leisure a livello nazionale ed internazionale stimolandoli, allo stesso tempo, a visitare le botteghe coinvolte nel progetto. La richiesta è quella di realizzare video di durata compresa fra i 30 e i 60 secondi che saranno poi usati dagli enti coinvolti e dagli stessi artigiani sui social e in vari eventi.