



Nasce e decolla subito per il Giappone il nuovo progetto per diffondere lo stile e il pensiero italiano nel mondo creando una comunità di amanti del Made in Italy in tutte le sue sfumature

Milano, 12 maggio 2003 – Nasce sul web, attraverso il sito www.thinkitalian.it, ma è pensato per il mondo mobile il primo progetto di Dandelio, la società recentemente costituita da Stefano Pinzani e Jonathan Vaglio e altri soci. Thinkitalian® produce, gestisce e veicola contenuti mirati a diffondere l'italianità e l'essenza dello stile italiano nel mondo, offrendo servizi basati su protocolli Internet fruibili via web e cellulare con modalità integrate di messaggistica e navigazione.

L'obiettivo di Thinkitalian® è – oltre alla disponibilità del sito in versione italiana e inglese e presto anche in giapponese – la creazione di contenuti e servizi infotainment in mobilità, in partnership con gli operatori di telefonia mobile e con aziende italiane che vogliono dare visibilità al loro marchio all'estero, comunicando con una community profilata di utenti amanti dello stile italiano. Primo mercato target di Thinkitalian® è il Giappone, dove si stanno finalizzando accordi con gli operatori di telefonia mobile.

I contenuti veicolati dalla redazione di Thinkitalian® permettono agli utenti di compiere un viaggio virtuale alla scoperta dell'Italia attraverso diverse categorie, ognuna delle quali offre uno spaccato del *Made in Italy*: arte e cultura, prodotti tipici, modi di dire, moda e design, usi e costumi.

Cinque i percorsi del viaggio di Thinkitalian® attraverso il meglio del Bel Paese:

- **Paese che vai**: segreti e curiosità di luoghi di grande fascino e itinerari inediti attraverso l'Italia dell'arte, della cultura e delle tradizioni
- **Di che pasta sei**: le ricette e i prodotti tipici, i suggerimenti e le idee per combinarli
- **Parla come mangi**: i modi di dire, i proverbi e la gestualità tipica di noi italiani
- **Questione di stile**: la moda, il design e i suggerimenti per essere *trendy*
- **Latin Lover**: i segreti del successo e dello stile italiano, i modi di essere e di apparire degli italiani in Italia e all'estero.

Le cinque categorie accompagnano idealmente in un viaggio attraverso l'Italia nota e meno nota: visitare il suo territorio, soggiornare nei suoi angoli più affascinanti, gustare la sua cucina, conoscerne la lingua in tutte le sue sfumature, apprezzare e apprendere il suo stile inimitabile, capire divertendosi con i costumi locali.

Thinkitalian® intende proporsi come una meta non solo per stranieri amanti dell'Italia o per emigrati nostalgici, ma anche per tutti gli italiani che vogliono scoprire cose nuove sul Bel Paese o vogliono entrare in contatto con amici di ogni parte del mondo, creando un vero e proprio dibattito virtuale sull'italianità.

Il sito offre inoltre all'utente diversi servizi: **Colazione Newsletter**, dai contenuti selezionabili attraverso una grafica simpatica e spiritosa che propone diversi componenti di una tipica colazione italiana, e **Thinkcafé®**, che comprende forum di discussione, messenger e calendario eventi. Qui gli utenti si incontrano e rafforzano la relazione e il senso di appartenenza al gruppo.

"Puntiamo ad accrescere il valore del brand", spiega Stefano Pinzani, responsabile del progetto. "Originalità, la creazione di una comunità con valori forti e distintivi, potenti strumenti di marketing sono i punti di forza con i quali prende avvio Thinkitalian®. Vogliamo diffondere un nuovo concetto di comunità che vive al di fuori della rete, attraverso i servizi in mobilità e non solo. Abbiamo molte idee in mente..."