

Scoprire le città venete La guida? Il telefonino

*Itinerari wi-fi pubblicati da **Marsilio** e nati a H-farm*

Alla fine del tredicesimo secolo, dopo il viaggio in Cina, Marco Polo torna a Venezia portando con sé uno scettro magico, sottratto all'imperatore Qubilai Khan. Si tratta del Ruyi, un oggetto dagli indicibili poteri, oggi nascosto in un angolo segreto di Venezia. La chiave per ritrovarlo è un antico quaderno cifrato che Carlo Dolfín, un professore di storia, ha ritrovato nell'archivio di famiglia. E sarà proprio Dolfín, d'ora in poi, a guidare i turisti-lettori nella misteriosa ricerca del Ruyi, prima che l'antica setta degli Invincibili se ne impadronisca. Non è un nuovo capitolo del Codice Da Vinci, ma la storia di fondo che anima la rivoluzionaria guida turistica dedicata alla città lagunare e appartenente alla collana Whaiwhai. Sessanta racconti, un unico obiettivo: inventarsi un nuovo modo per visitare le città d'arte.

In antico maori Whaiwhai significa «cercare». E' questo il nome scelto da LOG607, azienda fondata due anni fa da Tomas Barazzo nell'incubatore di imprese rappresentato da H-Farm, a Ca' Tron (Treviso), per la nuova e strabiliante collana di guide non convenzionali, che d'ora in poi usciranno col marchio **Marsilio**: l'azienda editoriale del gruppo Rcs Libri ha recentemente siglato un accordo con H-Farm per la cessione della maggioranza e del controllo di LOG607 a **Marsilio**, al fine di sviluppare e realizzare nuovi ed innovativi

modelli editoriali. Del consiglio di amministrazione di LOG607 oltre all'ad, Tomas Barazza, fanno parte Luca De Michelis, in qualità di presidente, Stefano Micelli, Marcello Honorato Giani e Riccardo Donadon.

Si comincia inviando un sms al cervellone centrale, che fornisce un codice per leggere la storia legata alla città in cui ci si trova e l'enigma da risolvere. Come in un romanzo virtuale del quale si diventa protagonisti, la storia si dipana in un intreccio di magie, imprevisti, colpi di scena e scoperte. Alla ricerca di un segreto da svelare, nella caccia al tesoro dell'epoca wi-fi, il viaggiatore è guidato in uno spazio fisico intriso di storie originali, relative al luogo che sta conoscendo. Per vivere l'esperienza Whaiwhai è sufficiente avere uno dei quaderni di gioco e il proprio telefono cellulare che serve per interagire e decifrare storie ed enigmi. Così il turista diventa giocatore e il suo viaggio assomiglia ad un'avventura emozionante.

Ad oggi, le guide riguardano quattro splendide città italiane: le venete Verona e Venezia, Firenze e Roma. Le storie veneziane, scritte da Alberto Toso Fei, ruotano attorno alla ricerca dello scettro magico. I racconti veronesi, di Francesco Mazzai, pongono al centro Eros, il dio dell'amore che, cacciato dall'Olimpo, sceglie Verona come sua nuova patria. Nel suo esilio, porta con sé i suoi due magici strumenti, l'arco e

le frecce, capaci di far scoccare la scintilla d'amore. Ma il modello Whaiwhai è già pronto ad estendersi altrove: ogni città o luogo di interesse può celare un segreto e raccontare una storia. I quaderni su Parigi, Londra e Praga sono in fase di lavorazione.

«L'idea di fondo - spiega l'ad di LOG607 Tomas Barazza - è quella di far immedesimare chi gioca in uno dei protagonisti di una storia, di far vivere al turista una vera e propria avventura all'interno della città in cui sta giocando: l'opera di finzione dà la cornice del gioco». Barazza ha recentemente ricevuto dalle mani del presidente della Repubblica Giorgio Napolitano il premio nazionale per l'Innovazione dei Servizi, per la categoria Turismo, istituito dalla presidenza del Consiglio. Il riconoscimento è stato assegnato al format Whaiwhai «per aver proposto una modalità non solo innovativa ma anche ludica ed originale di costruzione degli itinerari turistici e di scoperta dei luoghi visitati».

«Il premio - spiega l'ad - attesta e certifica un trend. Il modello turistico è cambiato: non più location geografiche, ma esperienze che sfruttano la tecnologia; il turismo ed il marketing territoriale sono perciò territori di grande interesse e innovazione. I turisti cercano informazioni non neutre sui luoghi, cercano storie e con Whaiwhai possono entrare dentro la storia».

Federica Baretta