# Nasce Italian Good Living, per raccontare la bellezza italiana

scritto da Claudia Meo | 18 Dicembre 2020




Il kick off di questo manifesto editoriale sulla bellezza e

sulla qualità della vita interpretate alla maniera italiana è stato celebrato martedì 15 dicembre, alla presenza digitale di professionisti dai 4 angoli del mondo, a testimonianza che la pandemia non ha cancellato la voglia di futuro e di progettualità che ai nostri interlocutori professionali, per reciproca elezione, fortunatamente non manca.

Autorevoli le firme del progetto, a partire da **Andrea Zanfi**, direttore editoriale e responsabile del progetto editoriale di Italian Good Living, che, forte della sua esperienza sul campo in fatto di viaggi, di luoghi, di bellezza ritratta nelle sue molteplici opere editoriali di successo, mette in campo la sua voglia di sperimentare, che, per usare le sue stesse parole, è al contempo coraggio e umiltà: il progetto nasce come una collaborazione aperta a tutti coloro che abbiano a cuore il buon vivere italiano e desiderino portare la voce della bellezza italiana al di fuori dei nostri confini.

Anche la bellezza, canone estetico eterno, ma non immutabile, se nessuno ne parla finisce per non esistere; di qui l'idea di un megafono per far conoscere la nostra idea di bello e di qualità della vita, mettendo da parte l'illusione che il mondo sappia cosa abbiamo realmente da offrire; non soltanto con riferimento al food&wine, ma in tutti gli ambiti di costume nei quali esprimiamo al meglio lo stile, il sentire, il sognare italian way, dalla moda all'arte, dal turismo alla artigianalità a tutto campo; il brand del Made in Italy, quindi, declinato in modo trasversale, per un target fatto di opinion leader, giornalisti, importatori, blogger che possono fare da ponte del nostro messaggio oltre i nostri confini.

Raccontare l'Italia dall'Italia a chi non parla italiano, quindi, ma anche risvegliare la memoria genetica di chi da generazioni vive all'estero e, nel proprio DNA, porta tracce indelebili di questa bellezza.

Un progetto "necessario" per **Fabio Piccoli,** direttore responsabile di Italian Good Living, perché noi stessi abbiamo

spesso dato per scontato che i prodotti italiani parlassero da soli, finendo per lasciare spazio a luoghi comuni e immagini collettive che non rendono giustizia alla ricchezza, alla bellezza, alla fantasia e alla voglia di vivere del nostro Paese.

Avremmo potuto attendere che passasse la tempesta, ma per **Lamberto Vallarino Gancia**, ideatore del progetto editoriale, che nel mondo del vino non ha bisogno di presentazioni, ma che vanta titoli ed esperienze di prestigio in altri ambiti culturali italiani – tra tutte la presidenza della Fondazione Teatro Stabile di Torino – non poteva esistere un momento migliore per intercettare e rilanciare il bello, il pulito, il sogno che, dopo ogni evento difficile, si fa strada nell'animo umano e collettivo.

Il progetto si avvale di una veste grafica e tecnologica innovativa, frutto della esperienza di **Emanuele Vescovo,** responsabile WEB del progetto, che sfoglia insieme a noi il primo numero della rivista, che si presenta graficamente come una rivista cartacea, ma con tutte le opzioni rese possibili dal digitale, in primis con la possibilità di linkarsi al sito internet per la lettura più agevole degli articoli.

Italian Good Living è anche un modo innovativo di rileggere la storia del nostro Paese. Nei secoli scorsi i giovani aristocratici europei transitavano, e stranamente spesso si fermavano, in Italia per comprenderne le origini, godere a pieno delle bellezze della nostra terra e della nostra cultura; al di là delle opere d'arte e del culto dell'antichità, i nobili viaggiatori dell'epoca non ripartivano senza aver fatto acquisti in Italia, in primis approfittando dei nostri sarti per rivedere il proprio guardaroba.

Lontane quindi le origini del nostro orgoglio e del richiamo che il nostro Paese esercita sul sentire collettivo di chi viaggia, fisicamente o virtualmente, per diletto o per lavoro,

con un’unica certezza: di trovare in Italia alcune unicità, che non lasciano mai indifferente il visitatore.

Un *Gran Tour* in senso inverso, quindi, ma innovativo, sperimentale e coraggioso, quello che Italian Good Living si propone di compiere, con il contributo di tutti coloro che ne sposeranno la mission e vorranno far parte del viaggio.

Un percorso che parte dalla rivista bimestrale in lingua inglese, ma che vuole, in tempi brevi, anche realizzare un sito che accoglierà news, eventi, appuntamenti sia del mondo eno-gastronomico che di tutte le altre declinazioni del ben vivere italiano.

**Se non sei riuscito a partecipare alla presentazione via Zoom puoi vedere la registrazione QUI**