

USA. Al nastro di partenza il network , una rivista e un programma televisivo dedicati alla “New York Italiana”

presentazione a New York di una duplice iniziativa editoriale ispirata all'Italia e al mercato americano: la nascita del magazine mensile **i-Italy/NY** e un programma televisivo settimanale destinato a tutto ciò che d'italiano c'è a **New York** e nella **Tri State Area** (New York - New Jersey - Connecticut).

Una nuova e grande sfida del network editoriale multicanale diretto da **Letizia Airos**.

Goffredo Palmerini

Having trouble viewing this email? [Click here](#)





Photo by Vito Catalano

Al nastro di partenza il network <i-ItalyNY>, una rivista e un programma televisivo dedicati alla "New York Italiana"

Presentata venerdì scorso, presso il Consolato Generale d'Italia a New York, una duplice iniziativa editoriale ispirata all'Italia e dedicata al mercato statunitense e in particolare alla città di New York. Nascono infatti, con il nome i-ItalyNY, un magazine mensile e un programma televisivo settimanale su tutto ciò che c'è di italiano a New York.

Rigorosamente in lingua inglese e indirizzato al numerosissimo pubblico americano amante dell'Italia,

i-ItalyNY è uno spin-off di www.i-italy.org, il più grande portale multimediale dedicato a tematiche legate all'Italia che si pubblica online negli Stati Uniti dal 2008, e che si trasforma ora in un vero e proprio network editoriale multicanale che abbraccia il web, la stampa, la TV e il mobile.

Nel Consolato, gremito di pubblico, hanno accompagnato la presentazione con un dibattito sul concetto di italianità all'estero, insieme al Console Generale Natalia Quintavalle, il cantante Jovanotti, il famoso designer Massimo Vignelli, il direttore della Casa Italiana della New York University Stefano Albertini, il conduttore dello show televisivo i-ItalyNY Riccardo Costa, e il Direttore Responsabile del network editoriale Letizia Airos.

Il dibattito è stato condotto dal noto giornalista e scrittore americano Fred Plotkin, profondo conoscitore dell'Italia e collaboratore di importanti testate newyorkesi. Plotkin ha condotto la serata con un format che ricordava quello del "Maurizio Costanzo Show", girando tra le poltrone e i divani degli ospiti. Sottolineando il suo apprezzamento per le iniziative editoriali di i-Italy "che hanno sempre 'stille', fin dall'inizio", Plotkin ha intervistato gli ospiti sul cuore di questo nuovo progetto editoriale: l'italianità a New York.

Jovanotti, raccontando se stesso cittadino newyorkese da qualche mese, ha detto di sentirsi orgoglioso e onorato di essere l'uomo-copertina del primo numero del magazine, oltre che l'intervista-chiave del secondo episodio dello show televisivo appena andato in onda. "Quando sono a New York mi sento molto più italiano di quando sono in Italia, perché questa è una città che favorisce incontri, diversità, contaminazioni, che mischia". "Bisogna aprirsi - ha aggiunto con una vena di paradosso -

bisogna essere meno italiani per essere più italiani".

Massimo Vignelli, decano del design italiano che vive da decenni a New York, ha sottolineato luci ed ombre di questa città e il grande contributo di stile che gli italiani vi hanno apportato. Per quanto si dica ormai favorevole più all'on-line che alla carta, Vignelli ha sottolineato che "la tempistica è tutto, e la tempistica per i-ItalyNY è quella giusta". Una volta affermata la propria presenza online è giusto che

i-Italy tenda ora a radicarsi sul territorio e a rivolgersi ai media tradizionali. Con un capovolgimento coraggioso che va dal globale al locale.

Dal canto suo, già nell'invito alla stampa il Console Generale Natalia Quintavalle si era detta molto contenta di ospitare il lancio di un'iniziativa appunto coraggiosa e molto importante per tutta la comunità italiana ed italo-americana come per tutti gli americani interessati all'Italia. Stefano Albertini ha ribadito l'importanza del lavoro di i-Italy anche per un'istituzione come la Casa Italiana della New York University, consolidata da tempo come una delle più presenti istituzioni che trasmettono lo spirito di questa italianità culturale al mondo americano. "Collaboriamo con i-Italy fin dalla sua nascita, ed ora questa nuova iniziativa lo conferma il media-partner ideale per portare l'Italia agli americani".

"Stay Foolish. Stay Hungry." Ricordando le parole di Steve Jobs, Letizia Airos ha sintetizzato lo spirito che tutte le persone che lavorano al progetto e in particolare dei giovani collaboratori della redazione. Non a caso il nome stesso di i-Italy è stato concepito, fin dal 2008, come un omaggio ad uno dei più grandi innovatori della nostra epoca. Letizia Airos ha anche rivolto un ringraziamento speciale ad Anthony J. Tamburri, Preside del Calandra Italian American Institute della CUNY che ha sostenuto il progetto i-Italy dal primo giorno, quando ancora pochi credevano nella sua fattibilità. Tra i più illustri sostenitori del progetto anche Giovanni Colavita e John Profaci (Colavita USA) che hanno sponsorizzato la prima stagione dello show televisivo e Nicola Farinetti e Dino Barri di Eataly, il megastore di gourmet italiano sulla 5th Avenue, che è uno dei più importanti nodi locali di distribuzione del magazine. Il numero di lancio del magazine i-ItalyNY è distribuito gratuitamente in 50.000 copie presso Eataly ed altri luoghi "italiani" della città: librerie, gallerie italiane di Soho,

ristoranti, pub, scuole, centri universitari ed istituzioni.

In questo numero interviste esclusive con il cantante Jovanotti, i registi Paolo ed Emilio Taviani, il presidente della Regione Puglia Nichi Vendola, oltre a interventi di esperti di cibo, musica, e cultura italiana, con le colonne di Fred Plotkin, Charles e Michele Scicolone, Robert Viscusi, Anthony Tamburri ed altri. A ciò si affiancano segnalazioni sulla "New York Italiana", con un calendario eventi dettagliatissimo di mostre, concerti, e spettacoli, indicazioni e recensioni di ristoranti italiani (il numero è dedicato alla cucina a base di pesce), idee per lo shopping Made in Italy e una sezione speciale dedicata al turismo (la Puglia è stata scelta per il numero di lancio).

La maggior parte dei contenuti del magazine sono fruibili anche in video. Piccoli segmenti video sono visualizzabili immediatamente puntando uno smartphone sui "QR code" stampati accanto ad articoli e interviste. Il resto si può seguire settimanalmente attraverso il "gemello" televisivo della rivista, trasmesso su NYC Life - Channel 25, la stazione TV ufficiale del Comune di New York che trasmette ad un bacino d'utenza di 18 milioni di persone nell'area metropolitana di New York e in gran parte della Tri-State area.

Link su Youtube alla seconda puntata andata in onda sabato e domenica scorsi >>>

Link alla versione elettronica del nostro magazine >>>

Il programma e l'intera guida alla New York Italiana verranno diffusi anche via web e iPhone (e saranno quindi visibili anche dall'Italia), nonché attraverso i device IPTV di nuova generazione più diffusi in America, come Samsung SmartTV, Roku e AppleTV (via iPhone).

