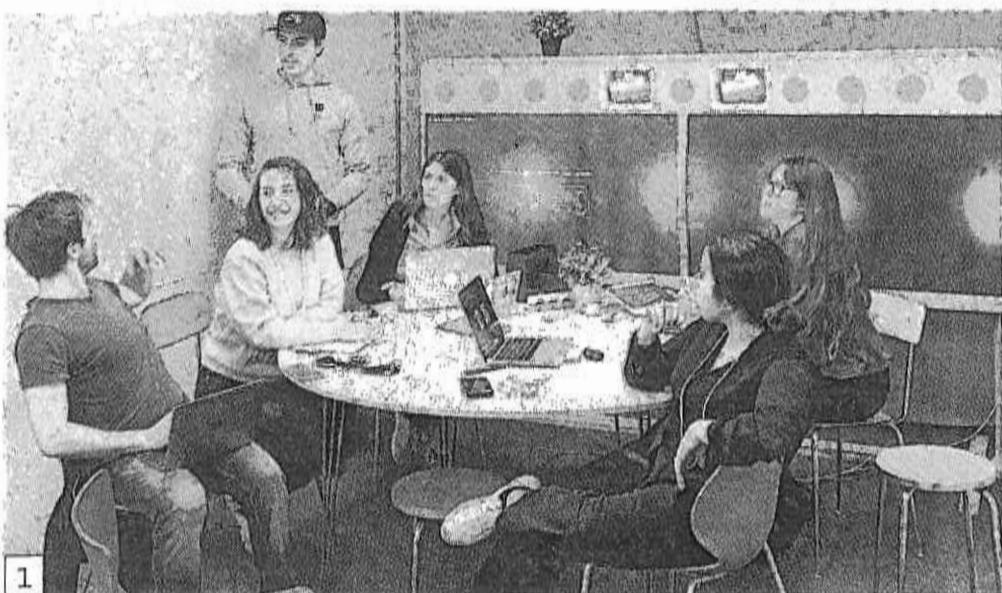


Will, un non-giornale che si legge su Instagram

FLAVIO BINI, MILANO

Una startup tutta italiana con l'idea di produrre un flusso di informazione alla portata dei giovani. Ha raccolto 100 mila follower in soli 15 giorni



Non chiamatelo giornale. Non fosse altro perché nei giornali di solito ci sono i giornalisti e invece in Will ci sono più data analyst, due, che giornalisti, uno. La nuova creatura che bussa alle porte del mondo dell'informazione è una startup tutta made in Italy. Un ibrido che nasce e vive soltanto su Instagram, abbastanza informativo per somigliare a un media tradizionale online - schede, riassunti, interviste, «spiegoni» - ma senza un luogo fisico digitale dove ospitare i contenuti. Per intendersi, nessun www.will.it dove trovare notizie.

Così, uno dei due fondatori, Alessandro Tommasi, 34 anni, preferisce coraggiosamente una definizione assai più ampia: «Siamo un online first community». Una comunità di utenti in cerca di informazioni ma anche un luogo dove accogliere e seminare spunti di dibattito.

Più che raccontare tout court, l'obiettivo è anche «accendere l'interesse», spiega l'altra mente dietro al progetto Will: Imen Boulahrajane, che gli utenti di Instagram conoscono soprattutto come Imen Jane. Ventiquattro anni, laurea alla Bocconi, e un esercito di 290 mila follower al seguito, Imen si è guadagnata una enorme popolarità a colpi di brevi Stories (i video temporanei che si pubblicano sul social network) in cui spiega temi di politica ed economia con un linguaggio chiaro e alla portata di tutti. Un'opera di alfabetizzazione che le è valsa anche l'invito al Quirinale del presidente della Repubblica Sergio Mattarella. «È sbagliato pensare che le persone siano disinteressate ad informarsi», dice. «In qualche modo devi accendere la fiamma, poi magari le stesse persone che fino a qualche giorno non sapevano nemmeno cosa fosse la Brexit poi ti scrivono che

vogliono capire e saperne di più».

Si torna ai giornali e agli altri grandi media in genere, e allo spazio eventualmente lasciato libero. «Spesso - aggiunge Tommasi - l'informazione è come un treno che visto da fuori va molto veloce. Salirci su sembra a volte troppo complicato e di fronte a questa difficoltà molti si scoraggiano. Questo produce distacco e quindi sfiducia». Per abbracciare questa sfida servono, almeno, nuovo linguaggio, nuovi strumenti e nuovi contenuti. Da dove partire? «Un mix delle tre, ma una delle cose più importanti oggi è che bisogna essere dove sono gli utenti. Se sono sui social, dobbiamo andare sui social», spiegano i fondatori.

La residenza Instagram non deve ingannare. Dietro a Will c'è un progetto imprenditoriale solido. «Chiuderemo a breve un round di finanziamento che ci permetterà di crescere ancora», spiega Tommasi, che ha all'attivo esperienze professionali di primo piano, prima come



Alessandro Tommasi
ex manager
Airbnb



Imen Jane Boulahrajane
ha 290 mila
follower su
Instagram

Public Policy Manager in Italia di Airbnb, poi come Head of Campaigns per l'Europa e il Mediterraneo dei monopattini di Lime. In prospettiva però la gran parte dei ricavi arriverà dai contenuti sponsorizzati, cioè grandi e piccole aziende, ma anche altri soggetti, interessati a produrre contenuti con temi in linea con gli interessi della comunità di Will. «Il nostro modello di business non guarda agli abbonamenti o alle inserzioni pubblicitarie ma ai branded content, cioè prodotti informativi frutto di collaborazioni con soggetti terzi: aziende, Ong o altri, che possono avere l'interesse a raccontare quello che fanno. Le condizioni sono che ci sia la massima trasparenza e soprattutto che questi messaggi siano coerenti con la community in cui si inseriscono», spiega ancora Tommasi.

Will è soltanto nel mondo social ma i suoi 11 lavoratori, tra cui autori, grafici e videomaker, esistono in carne e ossa. Sono ospitati a Milano da Talent Garden, lo spazio di coworking e hub di innovazione fondato da Davide Dattoli, unico italiano inserito nel 2019 nella lista di Forbes dei trenta under 30 più influenti nel settore della tecnologia, sostenitore del progetto nonché «galeotto» dell'incontro tra Alessandro e Imen. Traguardi a breve termine? «Entro fine anno contiamo di potere raddoppiare la nostra squadra», dice Tommasi. «Quanto al resto abbiamo raggiunto 100 mila follower su Instagram in 15 giorni, pensavo ci avremmo messo tre mesi. Ed ero stato cauto, ora vediamo».

