Momondo lancia in Italia il DNA contest: in palio un viaggio alla scoperta delle proprie origini

Ricordate il video di Momondo, The Dna Journey in cui 67 persone scoprivano le origini del proprio DNA con risultati spesso sorprendenti? Il contest ora sta per essere lanciato in Italia e momondo dal 9 febbraio sta selezionando 30 persone che vi parteciperanno.

Per partecipare al contest sarà necessario accedere al sito www.momondo.it/letsopenourworld/dna e spiegare in 250 caratteri la motivazione che spinge a voler conoscere le proprie origini. Momondo selezionerà **entro il 20 marzo le 30 migliori risposte**, che riceveranno il DNA Kit dell'azienda Living DNA e potranno sottoporsi al test del DNA.
Ai selezionati verrà chiesto, al momento della ricezione dei risultati, di **registrare un video che riprenda la propria reazione**: il primo classificato, selezionato entro il 4 luglio, riceverà un premio del valore di 1.500€ per viaggiare alla scoperta delle proprie origini!

Il contest è parte del progetto globale **"The DNA Journey"**, ideato partendo dallo Studio Value of Travelling, i cui risultati hanno evidenziato una chiara correlazione tra i viaggi e la fiducia verso gli altri. Chi viaggia di più si apre maggiormente ad altre persone, religioni, nazionalità e culture e scoprire le proprie origini è un'ulteriore spinta ad aprire la mente verso nuove destinazioni.

A livello italiano, lo studio dimostra quanto il viaggio sia ritenuto strumento privilegiato per abbattere le barriere tra i diversi popoli e le diverse culture, tanto è vero che il 65% degli intervistati dichiara che se si viaggiasse di più ci sarebbero meno pregiudizi, il 62% che ci sarebbe più tolleranza e il 53% che ci sarebbe più pace nel mondo. Nonostante ciò, l'indagine rivela che secondo il 60% degli intervistati, oggi le persone sono meno tolleranti nei confronti delle altre culture rispetto a 5 anni fa. Confrontato con il dato globale pari al 48%, è evidente che in Italia questa percezione è molto più diffusa e sentita, soprattutto rispetto a paesi come Cina e Russia, in cui la percentuale si riduce notevolmente.

Il progetto “The DNA Journey” ha riscontrato un grande successo a livello globale, grazie anche al video della campagna che ha ottenuto più di 200 milioni di visualizzazioni su Facebook, Youtube e sul sito di momondo e più di 8 milioni di condivisioni sui social, dati in continuo aumento che dimostrano quanto il tema dell’apertura verso il prossimo sia fortemente sentito in tutto il mondo.

Il contest, che ha visto l’inaspettata partecipazione a livello globale di oltre 170.000 persone, arriva oggi in Italia e darà l’opportunità a una selezione di persone di sottoporsi al test del DNA e scoprire le proprie origini, spesso ritenute poco rilevanti o addirittura date per scontate.

“Siamo veramente orgogliosi del nostro progetto The DNA Journey e dei risultati ottenuti. L’elevatissima partecipazione a livello globale al DNA contest è la dimostrazione di quanto le persone abbiano, oltre che la necessità, anche la curiosità di conoscere le proprie origini e la voglia di aprire la propria mente” afferma **Clizia L’Abbate**, Head of Markets di Momondo, che continua “Il nostro obiettivo è quello di ispirare le persone al viaggio come mezzo non solo di svago ma anche di conoscenza delle diverse culture e il successo del progetto è la dimostrazione che stiamo andando nella giusta direzione. Vogliamo coinvolgere gli italiani in questo progetto e invitarli a mettersi in gioco per scoprire sulla propria pelle come la diversità sia una ricchezza e come aprire la mente sia il primo passo verso il vero cambiamento".