Open To Meraviglia, la Venere influencer e il dominio web non registrato

venere-influencer-a5253949

È la Venere di Sandro Botticelli la protagonista della nuova campagna di promozione turistica, Open to Meraviglia, del ministero del Turismo ed Enit con il contributo del Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria della Presidenza del Consiglio.

La Venere, **in versione virtual influencer**, vive nel profilo Instagram **venereitalia23**, nel sito **Italia.it** e nelle **altre piattaforme social**. Viaggerà lungo tutto Italia presentando al mondo la "meraviglia" del Bel Paese. Si tratta di un'iniziativa che si porta dietro **un costo complessivo di nove milioni**, compresa chiaramente la veicolazione internazionale.

Il caso sul dominio opentomeraviglia.it

Digitando però il nome della campagna su **Google**, si nota che il dominio web opentomeraviglia.it non corrisponde all'operazione dell'Enit e del ministero del Turismo. Bensì si viene reindirizzati alla società fiorentina **Marketing Toys**; in sostanza, pare che nessuno abbia registrato il dominio web di Open to Meraviglia.
La scoperta ha dunque generato scalpore sui social, dove un utente ha affermato: "*Comunque raga non potete capire il livello ma… Indovinate chi è l'intestatario del dominio opentomeraviglia.it? Ebbene sì, non avevano nemmeno registrato il domino. L'ho comprato per un centesimo, un centesimo. Daniela Santanchè se lo vuoi scrivi pure. Fino ad allora il dominio punterà alla categoria Interracial Gay di Pornhub*".
In realtà, però, digitando opentomeraviglia.it non si viene ricondotti a *Pornhub*, nemmeno nel sito della campagna per la promozione turistica dell'Italia. Si approda invece in una pagina web della società **Marketing Toys**, di **Filippo Giustini**, **Filippo Sottani** e **Gaia Provvedi**, che devono avere avuto la stessa idea dell'utente che ha pubblicato il primo post virale citato e che sembra essere stato battuto sul tempo.

Marketing Toys avrebbe acquistato il dominio libero **a 4,90 euro**. Andando sul sito web opentomeraviglia.it appare la scritta "*Tranquilli, ci abbiamo pensato noi di Marketing Toys*". Sullo sfondo proprio **la Venere di Sandro Botticelli**.
Nel frattempo Il ministero del Turismo fa sapere che **il sito a cui fa riferimento la campagna è Italia.it** e Open to Meraviglia è solo il claim della campagna.