

L'INTERVISTA

GIORGIO PROGLIO Creatore di Tabui, una delle app più scaricate dell'estate

La corsa del ciclista digitale dai ciabot delle Langhe agli Usa

ADRIANARICOMAGNO

Un moderno peripatetico. Come nella scuola aristotelica, le idee le trova nel movimento, ma non va a piedi, bensì in bici. Il panorama aiuta, visto che è quello delle Langhe: qui Giorgio Proglorio, 45 anni, nato a Torino e cresciuto ad Alba, ha trovato l'ispirazione per una delle applicazioni più scaricate dell'estate, Tabui: uno strumento per turisti e curiosi che ha conquistato l'Italia e ora sbarca in America. Come possiamo definirla, Proglorio?

«Mi piace imprenditore digitale».

Cosa significa digitale per lei?

«A dispetto di ciò che alcuni pensano, non è un concetto fumoso, anzi, è quanto di più tangibile esista. Il digitale è tutto: è la strada della comunicazione

e la comunicazione stessa, il modo che abbiamo per interagire con gli altri. Ha messo in comunicazione tutto il mondo, soprattutto grazie allo sviluppo registrato negli ultimi anni e all'ulteriore spinta del periodo dell'emergenza Coronavirus: una presa di coscienza di quanto è importante una risorsa che usavamo ma senza esserne così consapevoli. Il digitale fa parte di noi, è come un braccio bionico che racchiude infinite possibilità in uno smartphone o un computer».

Com'è nata questa passione?

«Vent'anni fa, prima di mettermi in proprio, lavoravo in Miroglio, l'azienda albese del tessile; già allora mi occupavo della parte informatica. Sono un perito informatico, uscito dall'Istituto tecnico di Fossano. La tecnologia mi appassiona sin da bambino: sono stato tra i primi della classe ad aver ottenuto un computer, studia-

Le mie grandi passioni sono la bici e il digitale. Ora si sono sposate a perfezione

I rischi del web? Tutti gli strumenti sono l'uso che ne facciamo Dipende da noi

Il Tabui è il cane da tartufo: conosce il territorio benissimo e accompagna ch vuole scoprirlo

vo elettronica da autodidatta. Ho un fratello elettricista e andavo con lui a mettere i cavi: mi attirava il mondo dell'elettricità, della luce, l'idea di poter trasmettere qualcosa tramite un filo e via etere, di raggiungere una persona in un altro punto mandandole un messaggio o una foto. Ho sempre avuto questo e la bicicletta in testa, e crescendo le due propensioni si sono sposate alla perfezione».

Cosa c'entrano le due ruote con il digitale?

«La bicicletta rappresenta la vita privata, la parte offline, il momento in cui non sono collegato con la rete ma lo sono ancora di più con la mente. Pedalare è qualcosa che amo profondamente e che mi permette di ragionare su progetti da sviluppare con la tecnologia quando scendo dalla sella. È la componente creativa tradizionale che si trasforma in digitale

quando mi siedo davanti allo schermo».

Cosa c'era prima dell'app?

«L'agenzia Zetabi, che ho fondato ad Alba 19 anni fa. L'azienda di creazione di siti web ha continuato il suo percorso senza grandi scossoni fino al 2015, anno in cui ha accelerato il passo a livello nazionale con l'ingresso di un socio importante. Si sono ampliate le competenze e le risorse: abbiamo iniziato a vedere il mondo in modo più ampio e non solo legato al nostro territorio, aprendoci a clienti all'esterno».

L'idea dell'app turistica come è venuta?

«Com'è ovvio, grazie alla bicicletta. Mi ero reso conto che ci sono tanti siti e app che raccontano le opportunità dei luoghi, ma con frammentazione digitale: l'app di un museo, quella dei ristoranti, un'altra per i sentieri. Ho ascoltato le esigenze

di chi arriva sulle nostre colline. Quando passo per La Morra i turisti mi chiedono indicazioni per il pranzo, se c'è un museo da vedere, oppure dove ho imboccato il sentiero che sto percorrendo». Le informazioni classiche che si domandano all'abitante del paese che si incontra per strada. Serviva una guida digitale per accompagnare le persone sul territorio senza dover scaricare infinite app o siti. Se vado a Barolo, ho pensato, ci deve essere tutto: chiese, monumenti, percorsi, enogastronomia e curiosità, e quando mi sposto a Torino non devo di nuovo essere costretto a cercare e scaricare innumerevoli app la cui vita media è di tre minuti e che quando torno a casa non userò mai più».

Cosa si trova di speciale dentro Tabui?

«Un esempio sono i ciabòt: analizzando i dati vedevamo che tante automobili si fermano lungo le strade provinciali delle Langhe e attraversano le vigne per andare a vedere le tipiche casette in mezzo alle vigne. Una piccola tappa di circa un quarto d'ora. Tuttavia i ciabòt prima di Tabui non erano segnati da nessuna parte, e solo le guide del posto accompagnavano i visitatori a scoprirli. A chi vuole scoprire una regione o una città interessano sia le informazioni principali che le particolarità: non serve a granché dire a un turista che a Torino c'è la Mole Antonelliana, perché lo sa già».

Da dove arriva il nome Tabui?

«Sempre in bici, ho avuto un piccolo incidente a La Morra, scontrandomi con un ciclista norvegese. Mi ha medicato sul suo camper parcheggiato poco distante e mi ha spiegato di essere un tour operator costretto a venire in loco un mese prima per tracciare i percorsi dove portare i turisti, perché online questo tipo di informazioni scarseggiavano. Gli ho detto: "Bjorn, l'app domani te la faccio io", e lui quasi bruscamente mi ha esortato a farla davvero. In quel momento nel bosco è passato un trifolao col suo cane, un cercatore di tartufi, e mi è venuto spontaneo spiegare al norvegese che il nome del cane da tartufo è tabui. Una scintilla ed ecco l'idea del cane digitale che ti accompagna sul territorio: nessuna guida è meglio di un quattro zampe che conosce palmo a palmo la zona».

A un certo punto mi sono accorto che c'erano molte applicazioni dedicate al turismo: il museo, i ristoranti, i sentieri. Nessuna però dava tutte queste informazioni insieme. Noi abbiamo raccolto le indicazioni che di solito si chiedono agli abitanti del luogo in un posto solo



ma per tracciare i percorsi dove portare i turisti, perché online questo tipo di informazioni scarseggiavano. Gli ho detto: "Bjorn, l'app domani te la faccio io", e lui quasi bruscamente mi ha esortato a farla davvero. In quel momento nel bosco è passato un trifolao col suo cane, un cercatore di tartufi, e mi è venuto spontaneo spiegare al norvegese che il nome del cane da tartufo è tabui. Una scintilla ed ecco l'idea del cane digitale che ti accompagna sul territorio: nessuna guida è meglio di un quattro zampe che conosce palmo a palmo la zona».

Come siete arrivati dalla Langhe alla Florida?

«Siamo partiti caricando contenuti locali: sentieri per trekking, passeggiate a cavallo, chiese, musei, tappe enogastronomiche, ma non bastava. Avevamo già sviluppato per altri clienti realtà aumentata, dovevamo usarla. Ora, al belvedere di La Morra i turisti non devono più interpellare un passante per chiedere cosa stanno osservando, ma possono vedere da soli che là c'è la torre di Barbaresco e lì Grinzane Cavour col suo castello. Ripetevo spesso che il progetto sarebbe rimasto sul territorio ma mi so-

no dovuto contraddire perché il digitale è un'autostrada che ti mette contatto con un'altra parte del mondo. Non era ipotizzabile che il progetto si arrestasse. Sull'app chiunque può caricare contenuti, e così è successo dapprima in Abruzzo e poi in Valle d'Aosta: nel giro di poco tempo Tabui ha messo una zampina in ogni regione d'Italia e a metà luglio abbiamo superato i 100 mila utenti. Lo stesso è successo con Miami: uno dei responsabili della promozione turistica si è incuriosito dell'app tramite il mio profilo LinkedIn. Ha iniziato a caricare e ora abbiamo circa

3.500 materiale e informazioni, in crescita costante. Qualcosa di simile sta accadendo a Doha, in Qatar».

Cosa significa Tabui per un americano?

«La fortuna è nell'acronimo: territorio, arte e cultura, bellezza, Unesco e innovazione, che in inglese hanno le stesse iniziali. All'Unesco tengo particolarmente, perché siamo partiti dai Paesaggi Vitivinicoli di Langhe-Roero e Monferrato che hanno sostenuto l'idea dell'app ma anche perché i siti Unesco sono un filo rosso in cui credo già da prima di Tabui come veicolo di valorizzazione del territorio a livello mondiale».

Cosa c'è nel futuro di Tabui?

«Quest'estate siamo stati scelti da Telecom Italia come app per la ripartenza del turismo dopo il periodo di stop. Da settembre parte una nuova collaborazione con Decathlon Italia: compri le scarpe da montagna, il sentiero lo trovi con l'app».

Lei è un entusiasta della tecnologia. Cosa pensa dei pericoli che vi nascondono?

«utti gli strumenti sono l'uso che se ne fa, non solo il digitale. È importante la consapevolezza di avere in mano uno strumento molto potente, con tutto ciò che ne consegue: dalle opportunità strabilianti della telemedicina ai rischi del dark web. La privacy è il problema principale, per non parlare del mondo social dove si espone qualsiasi cosa a chiunque, perfino le foto dei bambini. Come finalmente si torna a proporre l'educazione civica a scuola, bisognerebbe inserirla nei programmi anche un'ora a settimana di educazione digitale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA