

Scoprire l'Italia ai tempi del web 2.0

Discovering Italy in the web 2.0 age



PRIMA TAPPA
FIRST STOP
BASILICATA



A. ULTRA art direction: 46xy studio, lay-out: Claudia Ceso

Sette artisti internazionali under 35, sette giorni per realizzare altrettanti video e una regione poco conosciuta, la Basilicata. È il primo capitolo di **Cantforget.it{aly}** (www.cantforget.it), un innovativo format di marketing territoriale. Un portale che nei prossimi mesi proporrà un inedito viaggio virtuale lungo l'Italia attraverso una serie di "Diari Digitali" per immagini. Video-racconti (in lingua inglese) connotati da uno stile diretto e un linguaggio giovane, lontani dagli stereotipi della tradizionale promozione turistica, diffusi esclusivamente attraverso il web. Un progetto innovativo, perché fa propri gli strumenti del digital marketing – siti, community, blog, social network – e li mette a disposizione delle Agenzie di Promozione Turistica per raccontare efficacemente, con una strategia di comunicazione attenta ai nuovi trend e con un budget contenuto, le peculiarità di un territorio. Il concept del portale e la supervisione del progetto sono di Mikaela Bandini, viaggiatrice ed esperta di turismo on-line, già ideatrice di altre due pluripremiate iniziative in questo settore. **Viaggi di Architettura** (www.viaggiarchitettura.it) non è solo un sito che propone viaggi specializzati in tutto il mondo, accompagnati da guide esperte e con la possibilità di accedere a luoghi solitamente chiusi al pubblico, è anche un portale che informa il mondo degli architetti e degli amanti del design sulle ultime novità e tendenze. **Urban Italy** (www.urbanitaly.com) è invece un blog dove trovare segnalazioni e indirizzi alternativi sul meglio del made-in Italy, fuori dai circuiti di massa: dall'architettura al design, dall'arte al cibo. Un taccuino di appunti, al quale i "viaggiatori urbani" sono invitati a portare il loro contributo.

For stage one of the **Cantforget.it{aly}** project (www.cantforget.it), seven international artists under 35 years of age were given seven days to make seven videos of southern Italy's little-known Basilicata region. This project has adopted a new approach to territorial marketing. Over the next few months the portal will provide a ground-breaking virtual journey up and down Italy through a series of film sequences collected together as entries as "Digital Diaries". These video accounts (in English) use a direct style and an idiom that appeals to the younger generation, something that is quite different from the stereotypical language of traditional tourism promotion, and will be transmitted exclusively via the Internet. One of its main innovations here is the use of digital marketing tools – websites, communities, blogs, social networks – which are made available to the Tourism Promotion Boards in order to get a particular message about a particular region across, using a trend-conscious communications strategy, but with a shoestring budget. The overall concept of the portal and supervision of the project is by Mikaela Bandini, a seasoned traveller, expert in on-line tourism and the creator of two other award-winning initiatives in the sector. **Viaggi di Architettura** (www.viaggiarchitettura.it) is not just a specialised "architectural journeys" website offering trips to various parts of the world with expert guides with access to places usually closed to the public, but also a portal that provides design and architecture lovers with the latest news and trends. **Urban Italy** (www.urbanitaly.com), meanwhile, is a blog that provides information and alternative addresses about the best Italy has to offer away from the mainstream: from art, architecture and design to food and wine. It is also a notebook to which "urban travellers" are invited to add their own contributions.