

Morano con Condé Nast

Sarà Noris Morano, signora milanese delle pubbliche relazioni, a occuparsi della comunicazione corporate di Condé Nast. È la prima volta che la casa editrice guidata da Giampaolo Grandi decide di comunicare all'esterno in modo organico le attività legate alla gestione istituzionale e finanziaria e la scelta è caduta su una delle professioniste più note ed esperte nel settore economico finanziario e molto ben introdotta nell'ambiente dei media.

Nell'ambito della comunicazione di Condé Nast, Emanuela Schmeidler segue gli eventi speciali legati a *Vogue Italia* e all'*Uomo Vogue*, mentre Mara Vitali si occupa settimanalmente del lancio di *Vanity Fair*.

Olivares a Berlino

Infaticabile Olivares. Le sue edizioni hanno appena pubblicato il catalogo della 'Mostra del ritratto romano', allestita all'Altes Museum di Berlino e inaugurata dal presidente Ciampi e dal presidente federale Köhler. Il so-



FEDERICA OLIVARES

fisticato catalogo in lingua tedesca dà conto dell'esposizione incentrata sulla testa dell'Imperatore Costantino, riportata alla luce nel Foro Traiano il luglio scorso.

Bari ricorda Franco Sorrentino

L'associazione dei consiglieri provinciali di Bari sta preparando la seconda edizione del premio giornalistico Franco Sorrentino, intitolato allo scrittore e giornali-

sta, nonché ex consigliere nazionale dell'Ordine e presidente della Provincia barese, scomparso nel giugno 2001. Il premio è patrocinato da Comune, Provincia, Regione Puglia, Ordine dei giornali-

sti, università e Politecnico di Bari. I riconoscimenti economici sono forniti dalla vedova di Sorrentino, Ida: 2mila euro per il miglior lavoro su carta stampata o servizio radiotelevisivo su Bari e la

sua provincia e altri mille euro per tesi di laurea sulla storia del capoluogo pugliese. I premi saranno consegnati in giugno, in occasione del quinto anniversario della scomparsa di Sorrentino.

Roma, l'esperienza è un affare

Partire da Roma per conquistare il mondo. Idea vecchia? Forse, ma con le tecnologie diventa nuova. Il progetto è quello di usare l'immenso patrimonio artistico e culturale della capitale, confezionarlo in un sistema integrato di design, logistica, economia, tecnologia digitale e wireless, e trasformarlo in pura esperienza emotiva per il turista. Sfruttando così appieno le potenzialità economiche delle ricchezze paesaggistiche e culturali, vero 'oro nero' dell'Italia. Il progetto si chiama *Experience Roma*, e sperimenterà nella Città Eterna già dalla prossima estate un modello da applicare poi su scala nazionale.

Il 14 marzo scorso l'hanno presentato insieme il sindaco di Roma, Walter Veltroni, il presidente della Camera di commercio di Roma, Andrea Mondello, l'assessore all'Innovazione e turismo della Regione Lazio, Raffaele Ranucci, il presidente di RomaWireless, Gianni Celata, e Andrea Granelli, presidente del Distretto dell'audiovisivo e dell'ict e fervente sostenitore della convergenza tra cultura, business e tecnologia. Dall'esperienza di Roma, Granelli vuole ricavare "un approccio progettuale e piattaforme tecnologiche facilmente utilizzabili in altre città d'arte e luoghi di elevato interesse turistico e culturale". Con un'idea precisa di business Granelli ricorda che: "Il turista culturale spende in media 101 euro al giorno, contro i 55 del turista balneare tedesco". A Roma, del resto, il flusso turistico aumenta costantemente: più 5% nel 2005, dopo il più 8% del 2004. E con una spesa aumentata, sempre nel 2005, del 14,2% (contro lo 0,5% nazionale), raggiungendo i 4.263 milioni di euro.

Ma si può fare di più, spiega ancora Granelli: "Utilizzare l'innovazione tecnologica, che valorizza il turismo e crea un nuovo settore produttivo, perché sviluppa un'industria di tecnologie e materiali". Approccio condiviso dalla Regione Lazio, che ha stanziato 80 milioni di euro nei prossimi tre anni per ricerca, innovazione tecnologica e promozione turisti-

ca, e dal Comune di Roma. "Il turista deve desiderare di tornare a Roma per poter rivivere le emozioni uniche che una città unica al mondo gli procura", sintetizza Veltroni.

Dal punto di vista operativo, il progetto ruota attorno a una task force per l'innovazione sul turismo a Roma, coordinata dal Distretto dell'audiovisivo e dell'ict, e che cura la progettazione e l'integrazione dei vari interventi. Tre progetti principali sono già in fase di realizzazione. Il primo è la nuova porta d'accesso a Roma archeologica: realizzata presso i mercati di Traiano, darà al turista un punto di partenza e d'orientamento per fruire appieno l'immensa ricchezza archeologica romana, superando

anche grazie alle tecnologie multimediali gli ostacoli dovuti alla sua dispersione su un'area vastissima. Granelli azzarda un parallelo: "C'è un'analogia di senso con la piramide del Louvre. A Roma come a Parigi vediamo non un museo, ma un universo. Che ha un suo punto d'accesso".

Il secondo progetto, *Viaggio in Roma*, sfrutta la già avviata realizzazione di una rete wi-fi (senza fili) nelle zone di grande interesse culturale per creare servizi e contenuti localizzati e personalizzati, che il turista potrà 'navigare' in piena mobilità.

Il terzo progetto è forse quello concettualmente più innovativo: l'Alta scuola per la formazione dei progettisti e gestori dell'esperienza culturale. "Sarà un luogo d'eccellenza che formerà una figura altamente multidisciplinare e oggi inesistente", spiega Granelli. "Un creativo e un designer che però conosce anche marketing ed economia, e naturalmente tecnologie digitali e storia dell'arte. Sarà una scuola fortemente internazionale", si entusiasma, "un fiore all'occhiello italiano dove verranno a imparare da ogni parte del mondo". Per assicurare la massima qualità, la scuola viene realizzata in accordo con la Domus Academy, forse la più prestigiosa scuola di design italiana.

Jean-Luc Giorda



Andrea Granelli, a sinistra, presidente del Distretto dell'audiovisivo e dell'ict di Roma, e Andrea Mondello, presidente della Camera di commercio di Roma (foto Olycom, StudioFranceschin).

