

TOURISM DAY: PRESENTATO PROGETTO ABRUZZO 2.0 CON RAI LOCAL

20 Maggio 2011

ROCCARASO – Abruzzo senza frontiere con “Rai Local”, la nuova piattaforma free per mobile e web realizzata da Rai Nuovi Media e Massachusetts Institute of Technology (Mit) che unisce i territori con tecnologie 2.0 e social network. Il progetto, realizzato in accordo con Abruzzo promozione turismo, è stato presentato oggi al Tourism Day di Roccaraso dall’assessore al Turismo e coordinatore nazionale assessori regionali al Turismo, Mauro Di Dalmazio, dal direttore di Rai Nuovi Media, Piero Gaffuri e dal direttore del Mobile Experience Lab del Mit, Federico Casalegno.

Attivo dal prossimo giugno al sito www.railocal.rai.it e sui cellulari Android e I-Phone, il progetto, realizzato con la collaborazione tecnica del Mobile Experience Lab del Mit, si fonda sul coinvolgimento degli utenti attraverso la connessione del patrimonio multimediale Rai con quello “fisico” dei territori abruzzesi.

La piattaforma intende arricchire attraverso la tecnologia l’esperienza turistica in Abruzzo, con il telefonino che diventa chiave di accesso a contenuti media geolocalizzati e strumento di condivisione di itinerari e informazioni in mobilità.

Molte le applicazioni possibili in tutte le fasi del viaggio, a partire dalla creazione di un profilo per accedere a mappe, informazioni, foto e video (Rai, istituzionali e video generati dagli utenti) fino alla possibilità di scaricare guide ed e-book, pianificare l’agenda e il proprio itinerario personalizzato, esplorare i luoghi attraverso la navigazione Gps.

Il progetto è la prima declinazione operativa frutto della partnership avviata con il MIT tre anni fa per analizzare i vari scenari evolutivi della fruizione TV.

L’accordo è sfociato nella prima applicazione pilota in ambito turistico, Lo-cast, testata a Venezia nel luglio 2009, di cui Rai Local è l’implementazione.

Un’applicazione in linea con il crescente uso di internet nelle scelte turistiche: secondo lo studio “Fattore Internet” commissionato da Google al Boston Consulting Group (BCG), la rete è diventata la principale fonte di informazione per chi intende viaggiare.

I motori di ricerca sono i più utilizzati sia da chi si sposta per motivi di lavoro (40%), sia da chi lo fa per piacere (48%).