

# 2<sup>a</sup> Parte

## Identità visiva e comunicativa

Questa seconda parte del presente documento non riporta più regole e divieti per la rigorosa apposizione del marchio cittadino a strumenti di comunicazione.

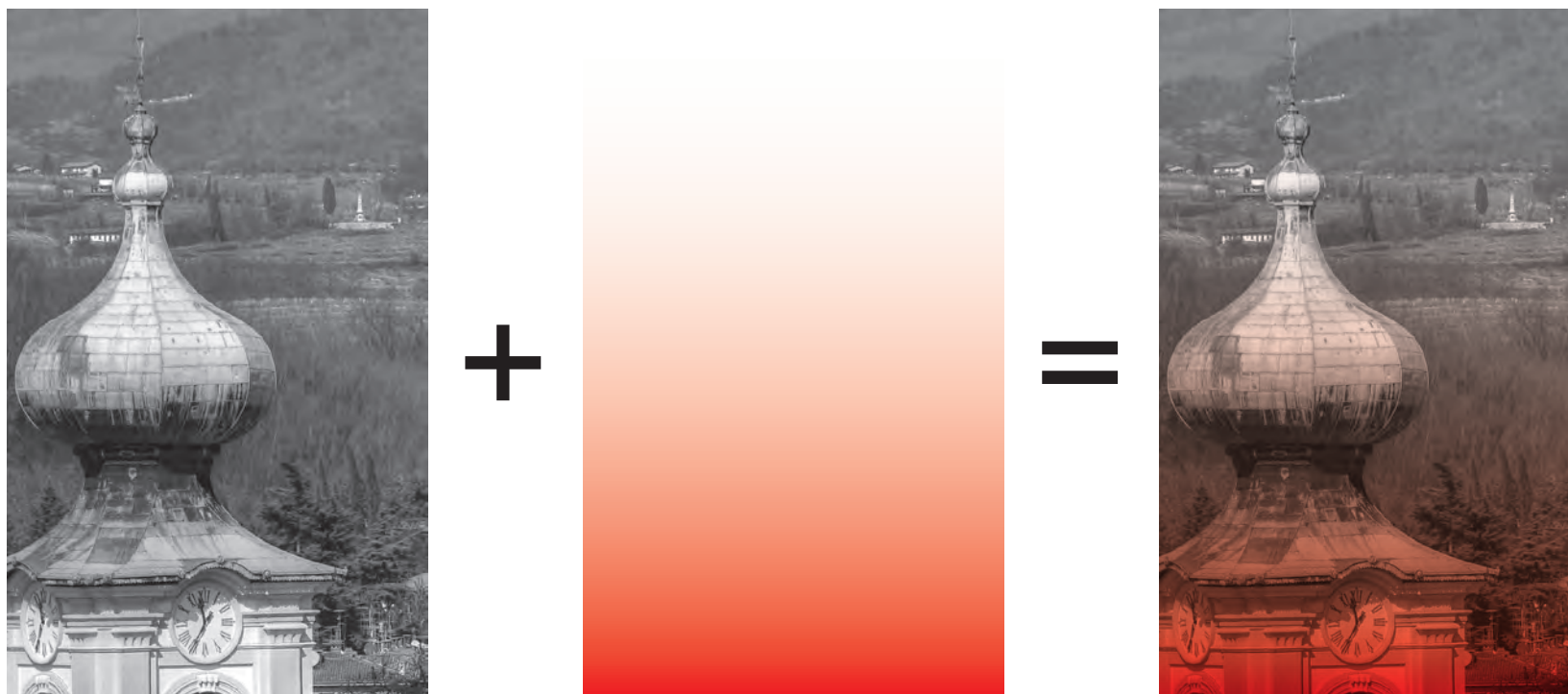
Bensì vuole essere un “manuale di stile”, ovvero suggerire ed ispirare, con esempi concreti di strumenti di comunicazione visiva, uno “stile” di comunicazione associato al brand cittadino.

Le seguenti applicazioni vogliono concorrere a formare un “vocabolario” visivo, uno stile unico e distintivo, una base di partenza per sviluppare ulteriore creatività, sotto il segno del marchio Let'sGo! e con esso ben coordinato e coerente

# Utilizzo delle immagini



## Utilizzo delle immagini



L'immagine è un potente mezzo di comunicazione. Quello che spesso succede durante le attività di marketing che coinvolgono diversi soggetti e promotori è di avere a disposizione scatti fotografici provenienti da diverse fonti, acquisiti in diversi momenti, prodotti da fotografi differenti e di qualità e stile raramente coerenti.

Quando questo accade il materiale fotografico non omogeneo produce una situazione di confusione visiva. Si decide di utilizzare in questi casi una strategia per uniformare il materiale fotografico e ottenere un risultato più omogeneo.

Le immagini fotografiche vanno desaturate e quindi virate grazie alla sovrapposizione di una sfumatura di colore base, a seconda del settore di riferimento (vedere le cromie caratteristiche precedentemente definite).

Questo permette di ottenere immagini omogenee e stilisticamente coerenti a partire da materiali fotografici anche molto diversi stilisticamente e qualitativamente.

# Utilizzo delle immagini scala di grigio

Desaturando l'immagine originale e convertendo la cromia in scala di grigi, si ottiene l'immagine monocromatica a cui applicare la sfumatura.



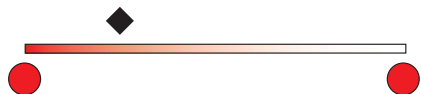
Foto a colori



Scala di grigio

Punto di nero:		Punto di bianco:	
H:	0 %	H:	0 %
S:	0 %	S:	0 %
B:	4 %	B:	96 %
R:	10 %	R:	245 %
G:	10 %	G:	245 %
B:	10 %	B:	245 %
C:	83 %	C:	5 %
M:	73 %	M:	4 %
Y:	62 %	Y:	4 %
K:	92 %	K:	0 %
#	0a0a0a	#	f5f5f5

# Utilizzo delle immagini applicazione sfumatura



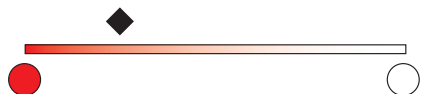
Photoshop/Illustrator

Tipo: lineare con angolo di 90°

● Colore palette  
opacità: 100%  
posizione: 0%

● Colore palette  
opacità: 0%  
posizione: 100%

◆ posizione: 25%



InDesign

Tipo: lineare con angolo di 90°

● Colore palette  
opacità: 100%  
posizione: 0%

○ Colore palette  
opacità: 100%  
posizione: 100%

◆ posizione: 25%



Sfumatura



Sfumatura applicata in modalità  
“moltiplica” all’immagine  
in scala di grigio

**Segni/simboli  
Iconografia  
unificata per  
la città**

## L'universo dei segni Let'sGo! il concept

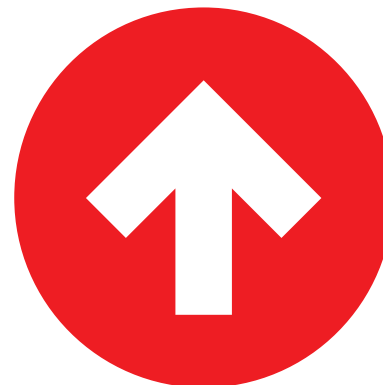
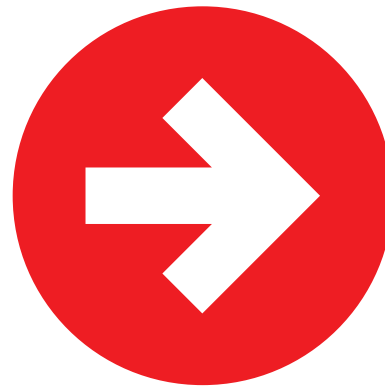
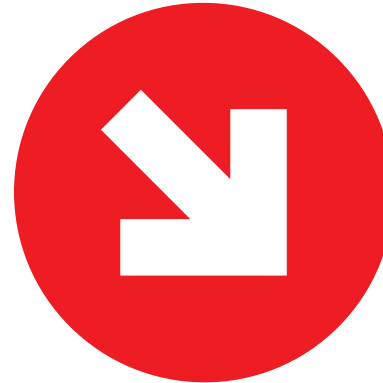


Il simbolo è - per antonomasia -  
l'elemento unificatore e parificatore di  
tutta la Comunicazione.

Il segno rappresenta la somma  
astrazione, il concetto visivo nel suo stato  
più essenziale.

In quanto tale il segno iconico  
rappresenta l'elemento chiave della  
comunicazione, universalmente  
comprensibile, globalmente condivisibile.

Avere un vocabolario di segni e simboli,  
unici e caratteristici, è un valore e una  
ricchezza unica, che permette a tutta la  
città di comunicarsi in maniera univoca  
ed efficace.





# Iconografia unificata per la città

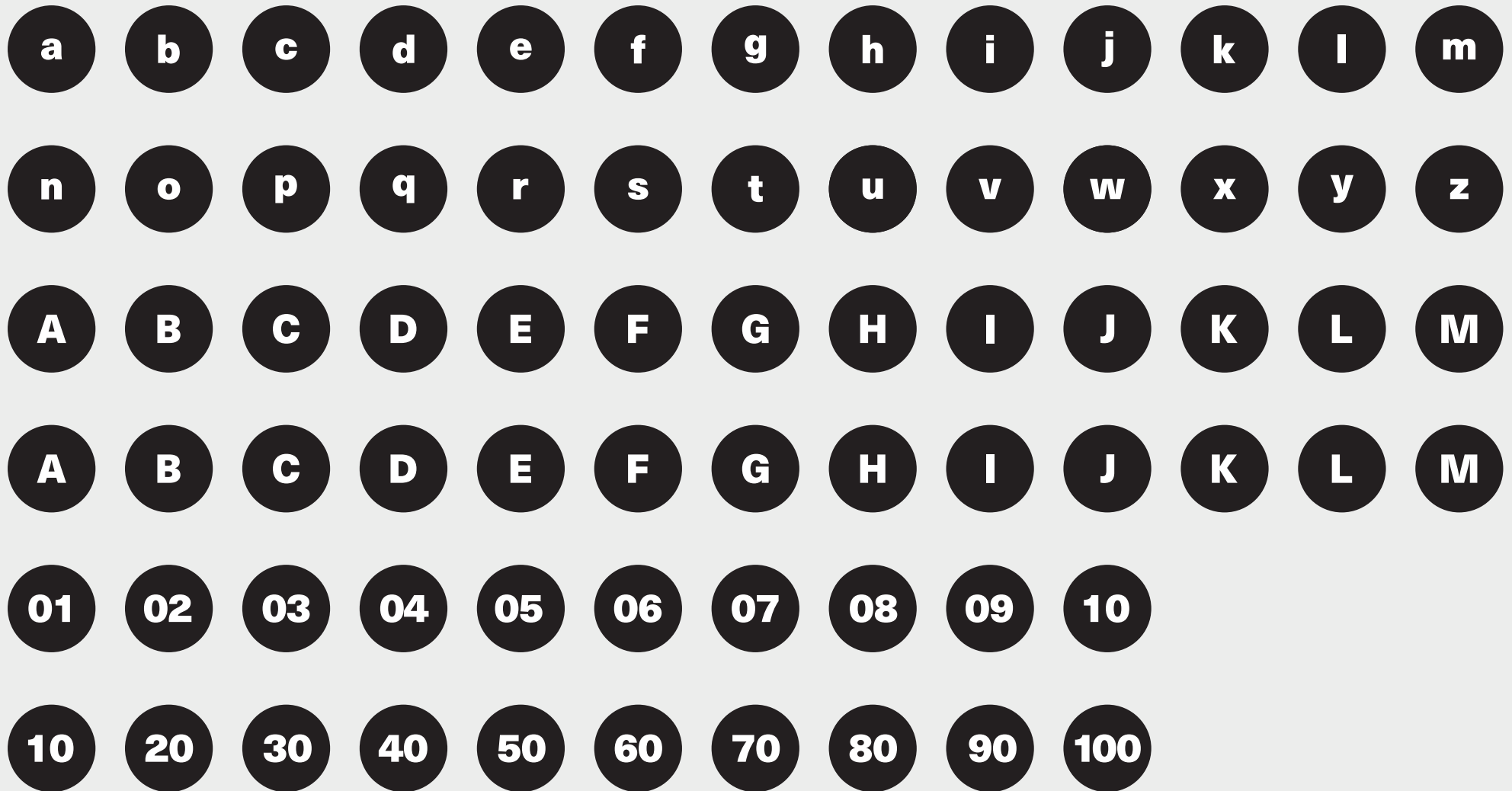


L'iconografia dei simboli qui riportata deve essere utilizzata per la rappresentazione di ogni settore della comunicazione: dalla segnaletica stradale, alle mappe degli itinerari turistici, agli strumenti digitali.

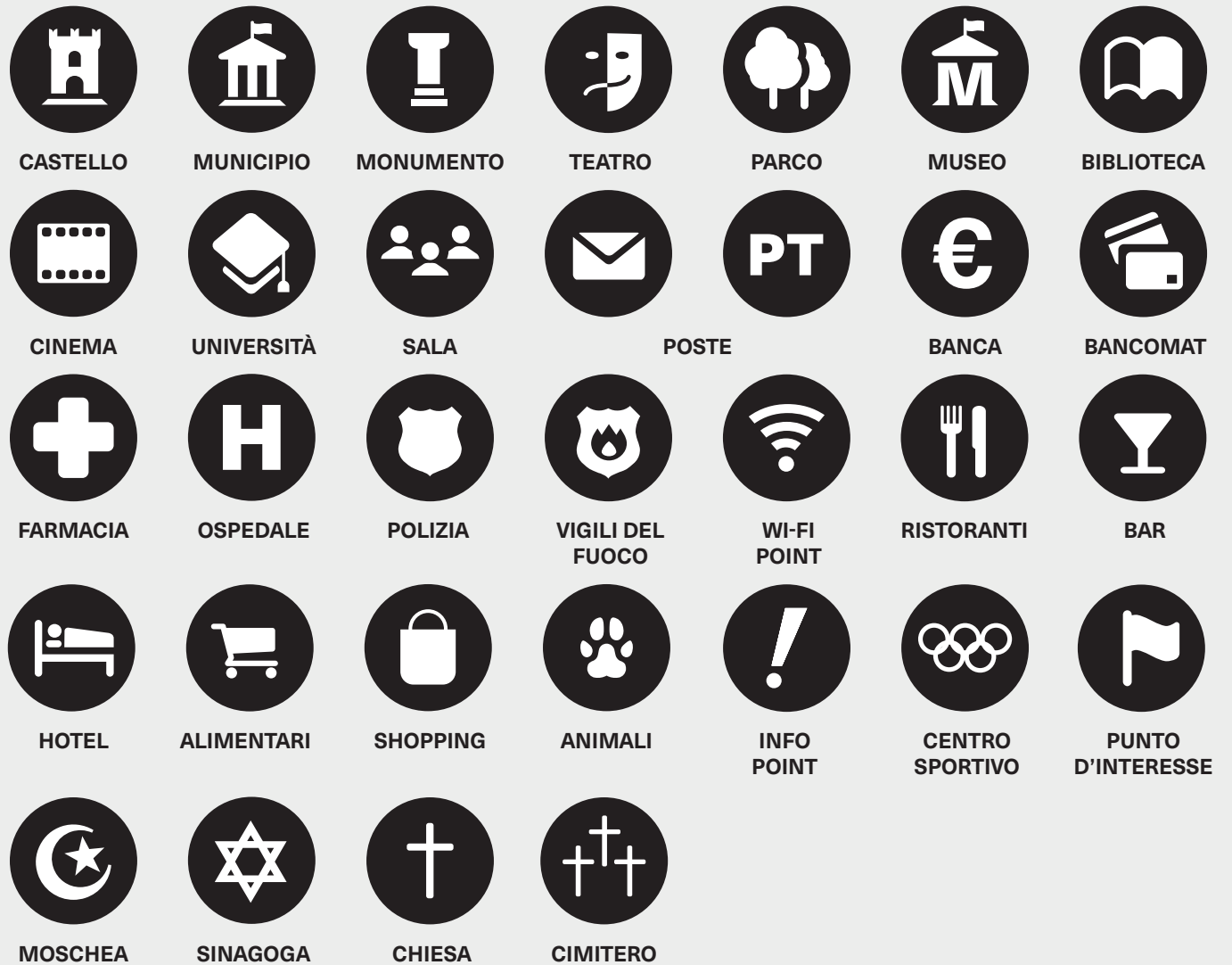
L'utilizzo di una iconografia aperta e comune garantisce uniformità e coerenza in ogni applicazione cittadina.



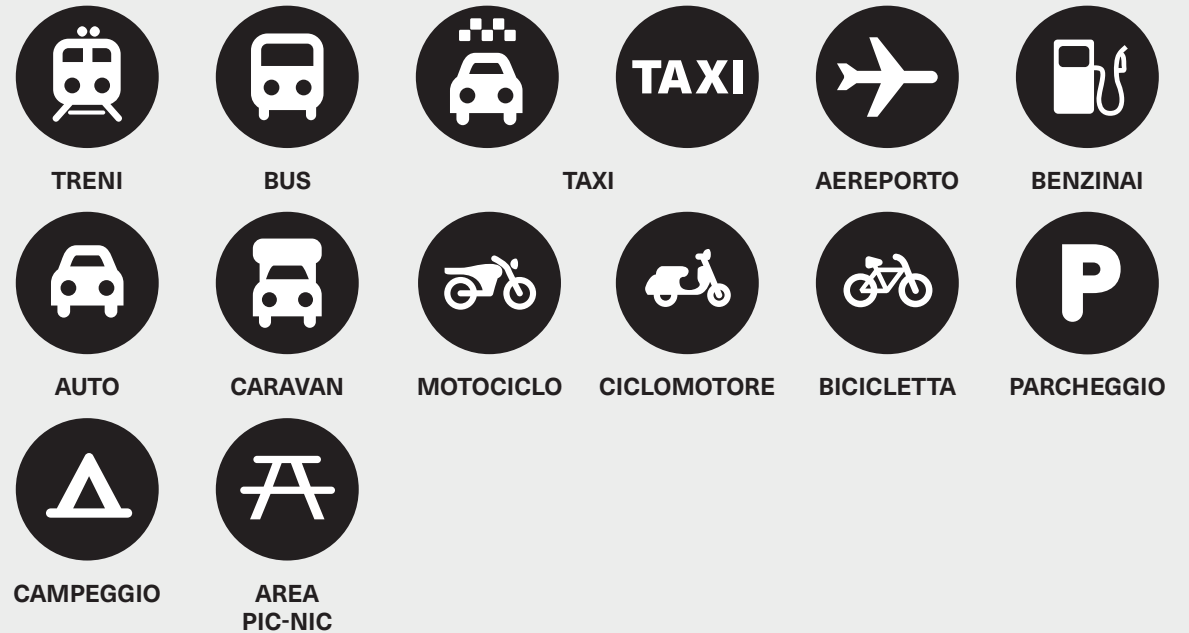
# Alfabeto e numeri



# Turismo / servizi



## Mezzi / attività



## Accessibilità / uso



# Tipologia di segnaletica

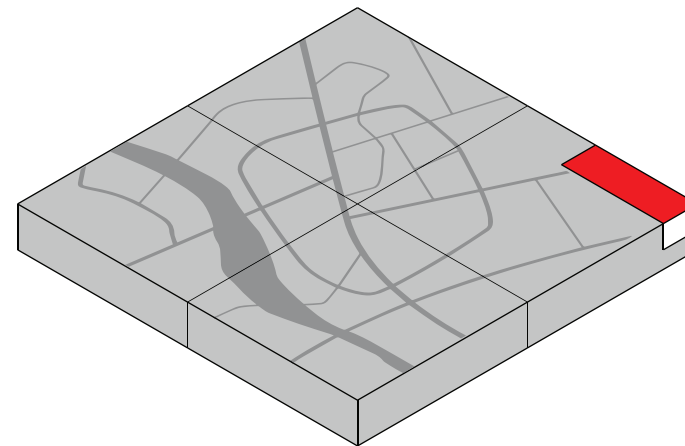
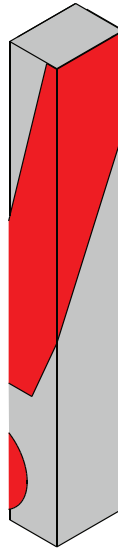
# Le Porte

Le PORTE sono un sistema costituito da oggetti molteplici, posizionati in punti strategici della città.

Il fil-rouge che unisce i diversi elementi è rappresentato dall'acciaio inox lucido utilizzato per la realizzazione degli elementi stessi. L'effetto del materiale, unito alla grafica di Let'sGo! Gorizia, rende subito riconoscibili le PORTE, oltre a riflettere il paesaggio circostante e il cielo.

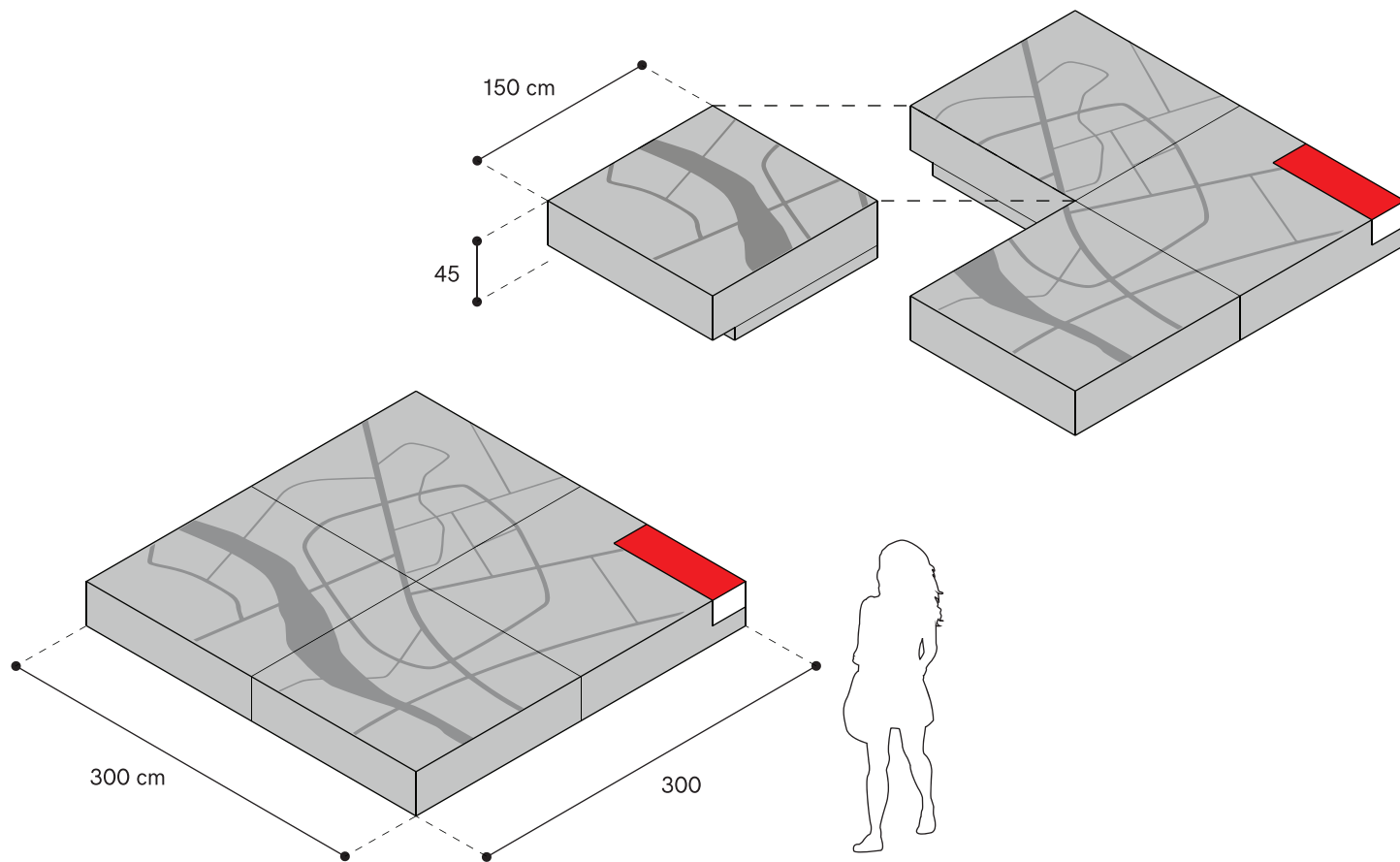
In questo modo le PORTE fungono, oltre che da landmark, anche da punto catalizzatore reale e virtuale, grazie alla possibilità per l'utente di fotografarsi riflesso nella città e nel cielo.

Le PORTE sono costituite da un sistema di FINESTRE SUL CIELO e di TOTEM Let'sGo!



# Finestre sul cielo

La FINESTRA SUL CIELO è un luogo simbolico, poetico, attraverso il quale la città si presenta, si mostra e, allo stesso tempo, diviene un tutt'uno con il suo paesaggio, nel suo cielo. L'elemento riconoscibile quale la planimetria della città, si riflette nel cielo, nelle nuvole che corrono in continuo movimento. DINAMISMO e PERMANENZA, fusi in un unico elemento. La FINESTRA SUL CIELO è costituita da 4 moduli metallici autoportanti in acciaio inox lucido, sulla faccia superiore è incisa la planimetria della città di Gorizia. L'elemento sarà utilizzato come seduta, sarà possibile fotografarsi riflessi nella città e nel cielo, divenendo luogo virtuale oltre che reale. La Finestra, per sua natura, potrà rimanere fissa in un luogo o divenire itinerante.



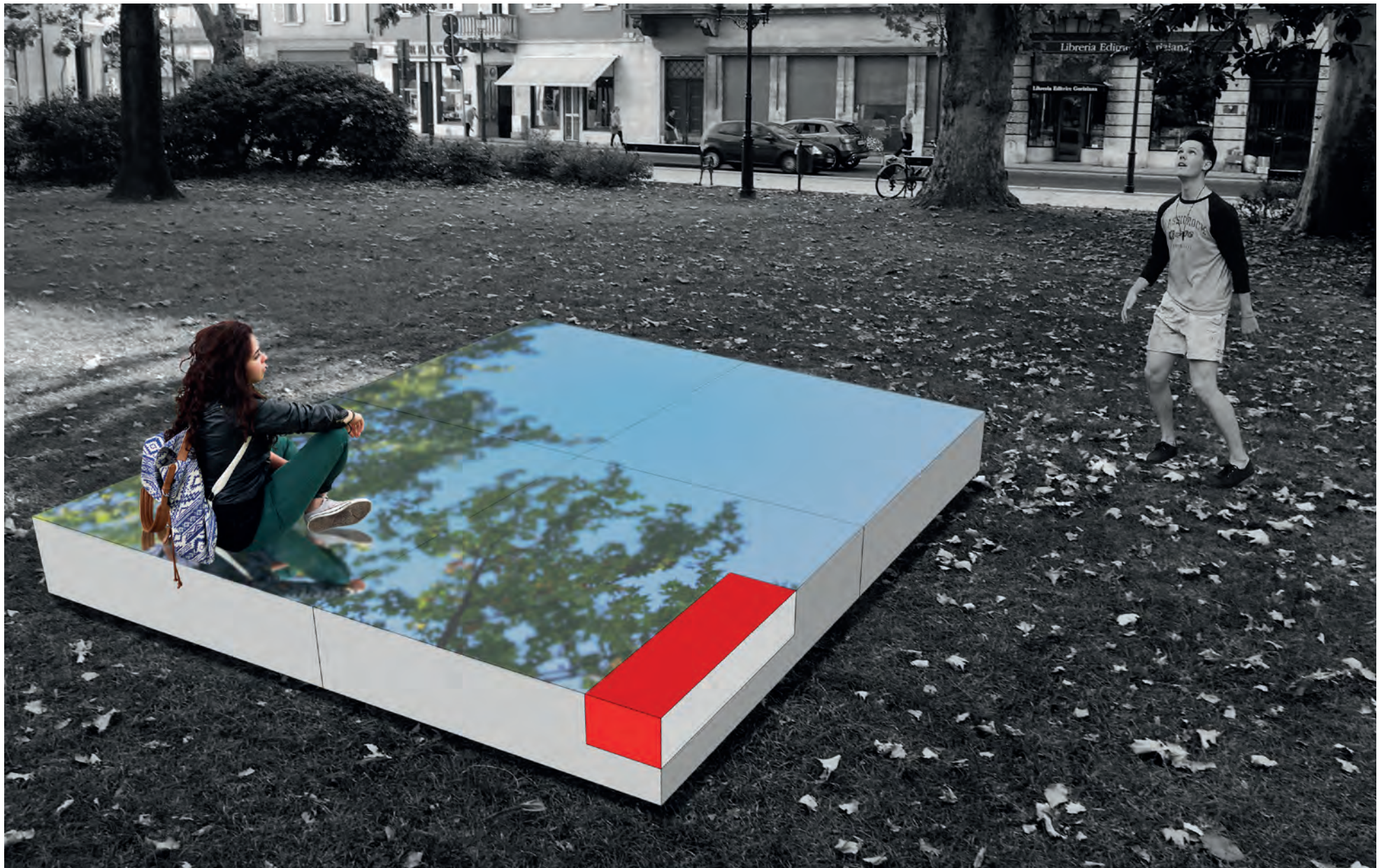
# Riferimenti

Anish Kapoor  
SKY MIRROR  
Kensington Gardens  
London - UK  
2010



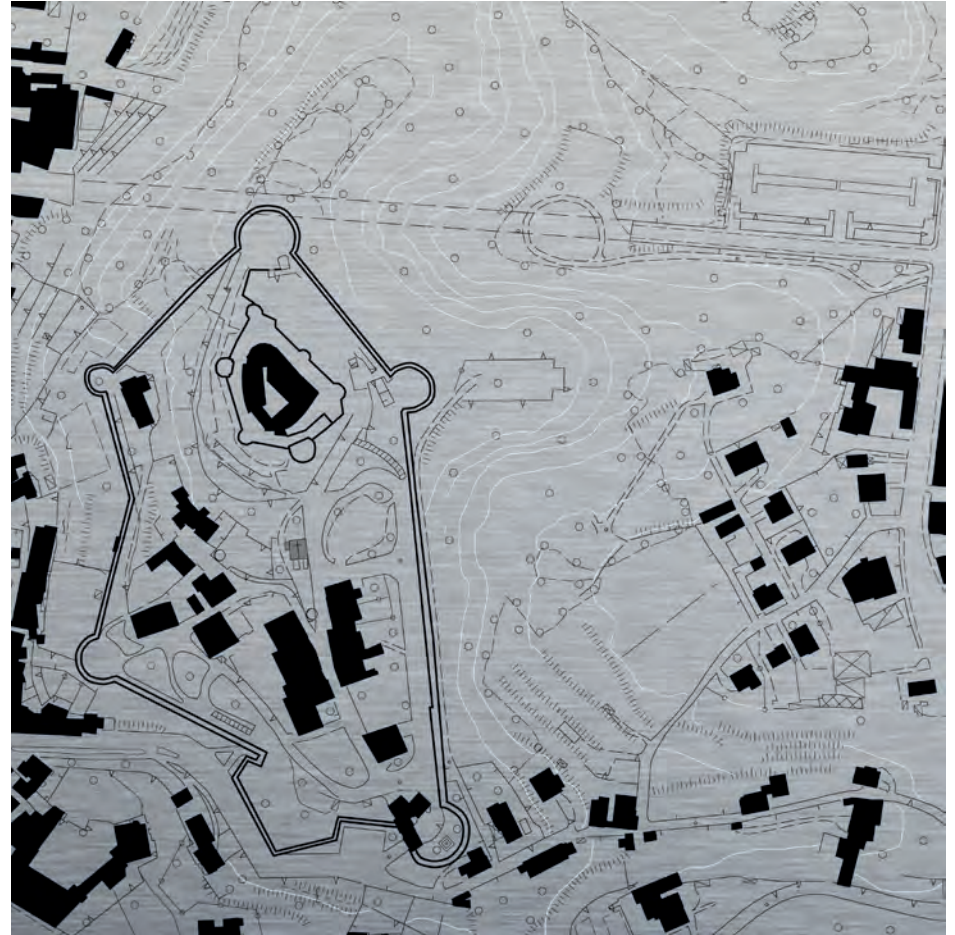
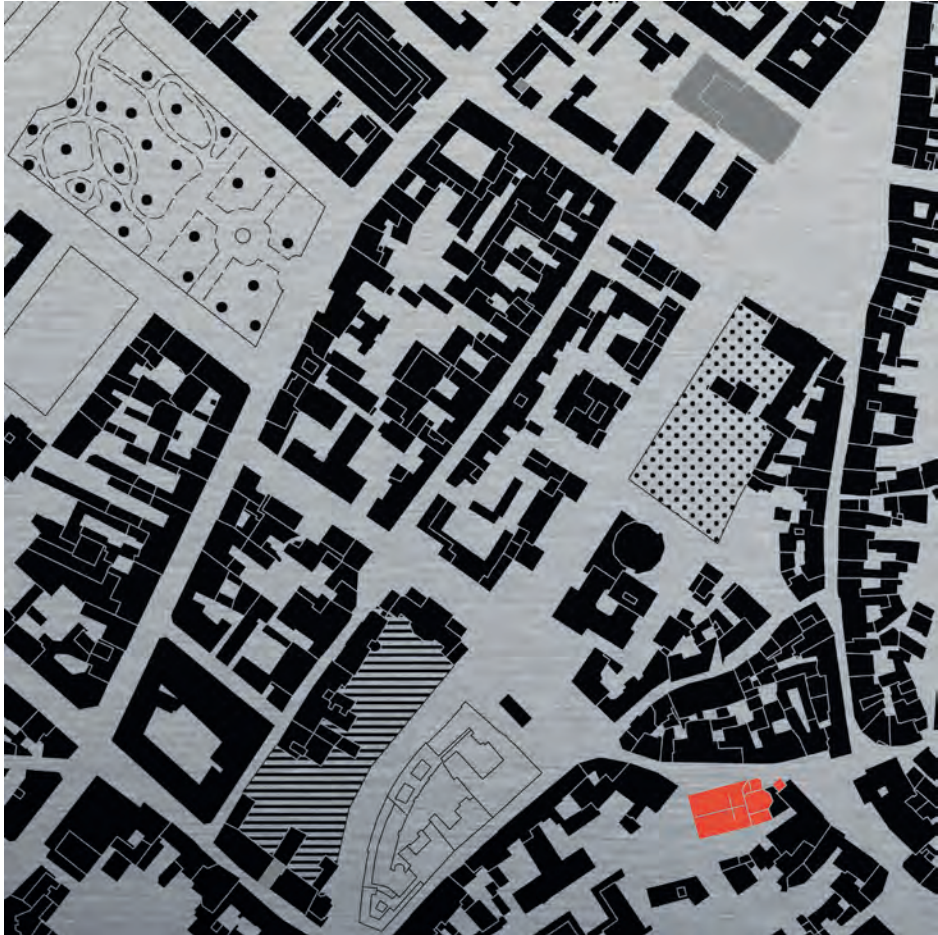
James Turrell  
DEER SHELTER SKYSPACE  
Yorkshire Sculpture Park  
Wakefield - UK  
2006





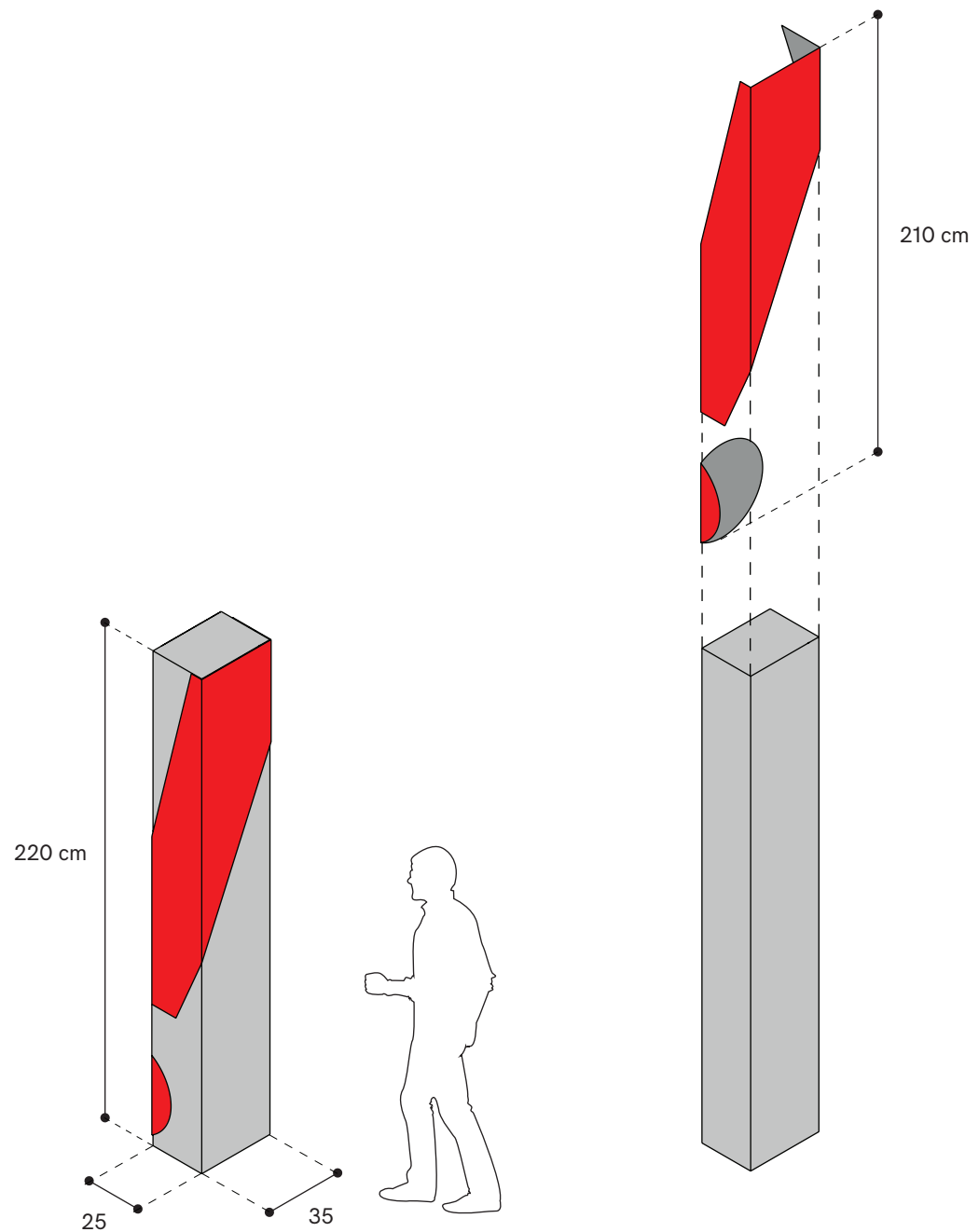


## Simulazioni di stampa



# I Totem Let'sGo!

Il TOTEM Let'sGo! rappresenta, assieme alle Finestre sul cielo, un landmark del progetto. E' costituito da un elemento verticale realizzato in acciaio inox lucido con, applicata sui quattro lati, la grafica dedicata Let'sGo!. Il TOTEM interagisce in maniera diretta con il paesaggio circostante e con l'utente, riflettendoli entrambi.

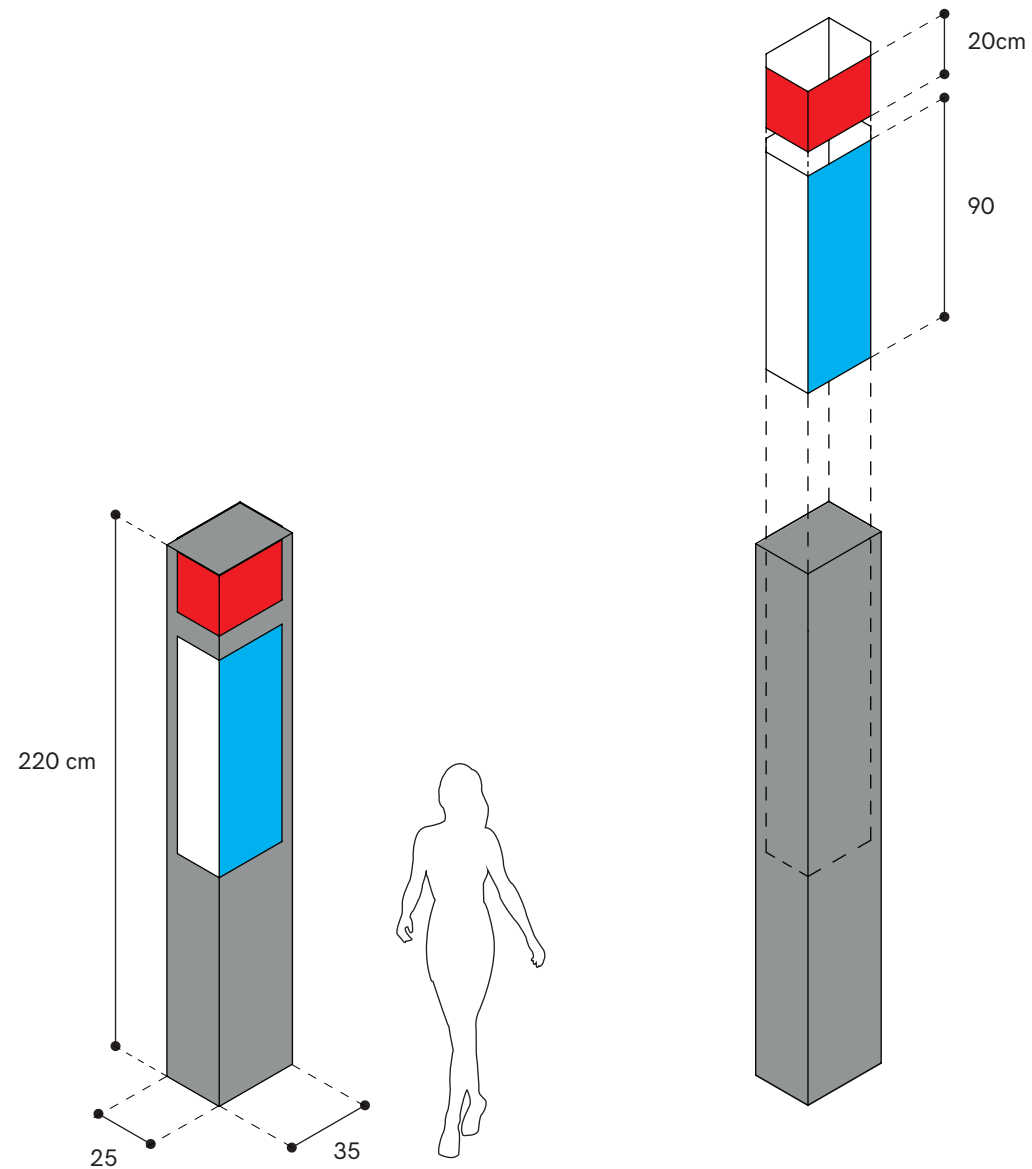




# I Totem


I TOTEM sono gli elementi più importanti della nuova segnaletica urbana della città di Gorizia. Sono 9 elementi metallici, FIGURE di supporto al turista e/o cittadino alla scoperta dei luoghi.

Il Totem accentra in sé una serie di informazioni che altrimenti potrebbero divenire caotiche: gli itinerari monotematici (2 itinerari per totem), le frecce indicatorie che permettono all'utente pedone di orientarsi nella città, le informazioni e link fisici alla APP cittadina. Si è valutato anche la predisposizione di Totem – Les't GO! da installare in luoghi significativi ma non presenti negli itinerari quali parcheggi, stazione FS, ecc..





**GORIZIA ASBURGICA**



- 01 🚉 Stazione meridionale
- 02 🏠 Corso Verdi
- 03 🏠 Via Mameli
- 04 🏠 S. Ignazio
- 05 🏠 Piazza della Vittoria
- 06 🏠 Palazzo della Prefettura
- 07 🏠 Palazzo della Questura
- 08 🏠 Piazza S. Antonio
- 09 🏠 Musei Provinciali di Pizzo Altens
- 10 🏠 Musei Provinciali di Pizzo Altens

**GORIZIA ASBURGICA (ITA)**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Pellentesque laculis justo massa, sed facilisis quam fermentum vitae. Mauris mollis diam eget scelerisque aliquet. Aliquam vestibulum nisl posuere fringilla rutrum. Integer congue mattis urna, in laculis erat cursus ac. Nullam in ultricies velit, non imperdiet libero.

**GORIZIA ASBURGICA (SLO)**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Pellentesque laculis justo massa, sed facilisis quam fermentum vitae. Mauris mollis diam eget scelerisque aliquet. Aliquam vestibulum nisl posuere fringilla rutrum. Integer congue mattis urna, in laculis erat cursus ac. Nullam in ultricies velit, non imperdiet libero.

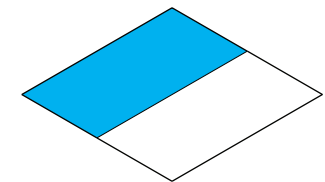
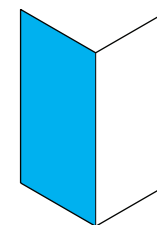
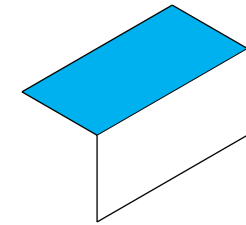
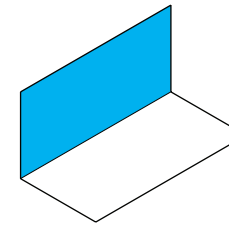
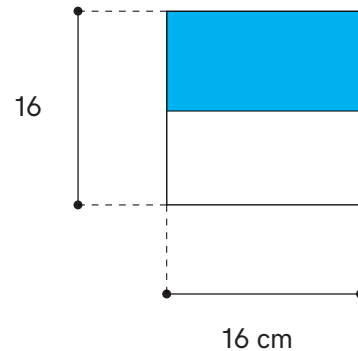
**GORIZIA ASBURGICA (ENG)**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Pellentesque laculis justo massa, sed facilisis quam fermentum vitae. Mauris mollis diam eget scelerisque aliquet. Aliquam vestibulum nisl posuere fringilla rutrum. Integer congue mattis urna, in laculis erat cursus ac. Nullam in ultricies velit, non imperdiet libero.



# Le Tessere

Elemento più semplice del sistema sono le TESSERE che, in modo univoco, individuano i punti di interesse degli itinerari tematici. Le TESSERE compongono il MOSAICO CITTÀ, nominano gli edifici di pregio, i luoghi simbolici, fatti storici, ecc.. si delineano come discrete ma visibili indicazioni che accompagnano i city users nell'itinerario urbano, informazioni essenziali e link visuali al Sistema Digitale Integrato Let's GO!

Tali dispositivi saranno fissati su superfici murarie, pali segnaletici esistenti o a terra e altre superfici orizzontali. Il progetto prevede di installare 90 TESSERE sufficienti ad individuare tutti punti di maggiore interesse degli itinerari urbani esistenti e di progetto.





# GORIZIA ASBURGICA



Via Mameli



# GORIZIA ASBURGICA



**Piazza S. Antonio**



# Promozione e marketing



Esempio di applicazione dell'identità visiva al merchandising



Esempio di applicazione dell'identità visiva al merchandising



## Manifesti / Locandine / Poster istituzionali



Esempio di applicazione dell'identità visiva a manifesti, poster e locandine pubblicitarie, per la promozione di specifici eventi e spettacoli. Lo stile visivo rispetta le regole e le linee guida precedentemente definite, nelle scelte compositiva, cromatica e fotografiche.

# Let'sGo! Gorizia

Con la consuetudine all'uso, sarà possibile identificare le iniziative e gli strumenti di promozione della città spogliando ulteriormente il marchio dalle proprie sovrastrutture estetiche.



La potenza comunicativa del logo risiede nella sua nitidezza. Non è una firma puramente estetica, non gioca solo sulla geometria. È pure persuasiva. Può la interazione.

Per questo motivo possiamo affiancare al logo l'elemento (il logo) e la sua identità (la sua funzione) altrettanto bene (2)

Con la consuetudine all'uso, sarà possibile identificare le iniziative e gli strumenti di promozione della città spogliando ulteriormente il marchio dalle proprie sovrastrutture estetiche, in modo che il marchio possa essere collegato dal solo simbolo identificativo: che diventa "logo nel logo", costituito dal punto esclamativo (2)

Esempio di applicazione dell'identità visiva a un poster pubblicitario stradale che promuove la città di Gorizia.

Esempio di applicazione dell'identità visiva a una locandina pubblicitaria installata presso un display della stazione dei treni.



**Let's Go!**  
*spettacolo*

Facierionse plabores arum voluptatem  
qui doluptatem quatemp oristoreicia consequi  
laecers peropemat amus dolum est, que simus  
di de senihictatur solorum dolecae nihilior sust,  
vit assitam unt, solor aut ari ut laborep eribus  
sequia volore dis im hitinctur molorpori incipitat  
facepudi nam ipid molupti istempo restibe atuntor  
aut dener, inctas volest, venitate rem arumque  
im volorae oditi volectem aut que sint adicrem.  
Mus delique excepernem, sum nihil,  
optatiorem quo beate volent et molupta quam, sus.



Esempio di applicazione dell'identità visiva a una locandina pubblicitaria installata presso un display della stazione dei treni.

# Gorizia. La città che non ti aspetti.

Il logo Let'sGo! - nelle sue diverse varianti e declinazioni - deve essere sempre circondato da uno spazio libero di una dimensione minima predefinita, al fine di mantenere una separazione tra il logo e gli altri elementi (testo, loghi, immagini e altri elementi grafici di accompagnamento) che ne garantisca la leggibilità e l'equilibrio.

E' consigliato mantenere comunque uno spazio maggiore dello spazio di rispetto minimo previsto con tali elementi.

L'area di rispetto è misurata dall'altezza del simbolo " " utilizzato nel logo Let'sGo!

## Manifesti / Locandine / Poster di terze parti



Il marchio Let'sGo! Gorizia accompagna ogni iniziativa di interesse turistico, commerciale e culturale a Gorizia. L'esempio qui riportato evidenzia come può essere applicato ad un manifesto di un evento che ha una propria identità visiva, ma che fa parte del sistema culturale di cui Let'sGo! è l'elemento di unificazione. In questo caso trattandosi di un evento culturale, si può applicare sia il marchio generico che la declinazione specifica per il settore cultura.

# Il concept di promozione turistica

## **Un CONCEPT COMUNICATIVO per una visione unitaria della città.**

Il concept di comunicazione per la promozione turistica permette di focalizzarsi sulla strategia generale con cui si identifica il “prodotto città di Gorizia” nel mercato turistico, rispondendo ad alcuni quesiti:

Cosa è Gorizia?

Come viene percepita?

Qual è la sua unicità?

Quali sono i valori distintivi?

Cosa può “funzionare” sul mercato turistico?

In sintesi:

**Come la vediamo e come la “vendiamo” la nostra città?**

# La Gorizia percepita

E' esperienza comune che chiedendo a un cittadino di parlare di Gorizia questi dipinga una città con poche iniziative, poche attrattive, poche cose da fare.

**È lo stereotipo del goriziano caratterizzato da un atteggiamento di “understatement”, ovvero volto a sottostimare e sottovalutare la propria città.**

## Understatement

understatements. ingl. (pl. understatements);  
in it. s.m. inv. (o pl. orig.), pr. adatt.  
affermazione volutamente attenuata, ridimensionata; anche,  
tendenza a minimizzare l'importanza di un'affermazione.

Questo è un atteggiamento negativo e critico che sino a ieri era molto comune e diffuso.

## **INVERSIONE DI TENDENZA: La Gorizia vera. A Gorizia c'è di tutto.**

Ci rendiamo conto che negli ultimi tempi si assiste a un'**inversione di tendenza** rispetto a questo atteggiamento: se andiamo ad approfondire, a guardare sotto la superficie, scopriamo e riconosciamo una **Gorizia meravigliosa**.

Basta una seconda occhiata per rimanerne sorpresi.

**Parchi e ville** a pochi metri dal centro, un **castello** e un **borgo medievale** con un fascino incredibile, un **centro storico** vivibilissimo, **eventi internazionali** che attirano centinaia di migliaia di persone, e ancora, **cultura, teatro, natura, musica, sport**.

Il tutto perfettamente e squisitamente tagliato **a misura d'uomo**.

Gorizia è un meraviglioso contenitore di esperienze.

**L'architettura della città** riflette questo "understatement".

Luoghi nascosti, antri che nascondono interi mondi da scoprire. Il visitatore attraversa una Gorizia che è una facciata e una porta su "altro".

Che attende solo di essere scoperta.



## Gorizia città nascosta.

Ogni portone, ogni vicolo, ogni angolo,

nascondono **scorci inaspettati** e **locazioni affascinanti** che non attendono che di essere scoperte.

Questa visione si sta diffondendo, anche sui social, dove sta sempre più prendendo piede un “**riaffezionarsi**” alla propria città, una **rivalutazione** dei contenuti, dei luoghi, degli eventi, visione che si accompagna allo “stupore” di quanto la città abbia da offrire.

*“Gorizia TI AMO  
e quando posso  
torno a trovarti”*

*“Gorizia è sempre  
viva nei miei più cari  
ricordi”*

Alcune reazioni sui social relative  
a discussioni su Gorizia.



*“Raylight 2.0. Una cosa veramente sorprendente. BRAVISSIMI.”*

*“Questa è la Gorizia che ci piace.”*



**Luciano Barnaj Caleffi**

5 settembre alle ore 22:51 · 🌐

Una "cosa" veramente sorprendente. BRAVISSIMI, mi sono emozionato mentre assistevo allo spettacolo



*“Complimenti, bellissima manifestazione, incredibile che sia a Gorizia!!!”*

## Aspettativa vs. Realtà

Ci sono città anticipate da un'alta aspettativa,  
ma la cui visita - alla fine - lascia l'amaro in bocca.

Hanno già scoperto le loro carte.  
Hanno già detto quello che avevano da dire.  
**Non c'è profondità, non c'è scoperta.**

Quello che offrono al visitatore  
non è all'altezza delle aspettative.



Firenze. Aspettativa.



Firenze. Realtà.

## **Gorizia non è così. È di più di quanto ci si aspetti.**

Gorizia non si rivela subito.  
Ha bisogno di un pò di fiducia e di perseveranza, di uno sguardo che metta in luce cosa si cela sotto la superficie.

Ma se gliene dai la possibilità, Gorizia ti sorprende.

Ed è proprio questo che definisce più di tutto Gorizia:

**Gorizia è una sorpresa inaspettata.**

## Gorizia. Effetto sorpresa!

Gorizia ti sorprende con una ricchezza di contenuti **che non ti aspetti.**

Ti sorprende con **eventi** che non ti aspetti,  
con una **profondità culturale e storica** che non ti aspetti,  
con un'offerta **enogastronomica** che stupisce per le contaminazioni di  
gusti e di culture, con **luoghi** di fascino inatteso...

Palazzi, parchi, musei, offrono una **ricchezza di esperienze inaspettata.**

Scoprire qualcosa di inaspettato è emozionante.

**Gorizia emoziona, perchè ti sorprende.  
È una città che non ti aspetti.**

# Gorizia.

# Effetto sorpresa.

La città che non ti aspetti.

# Gorizia. Effetto sorpresa!

La festa che non ti aspetti.



Let'sGo!

# Gorizia. Effetto sorpresa!

La musica che non ti aspetti.

Let'sGo!

Let'sGo!

**Gorizia. Effetto sorpresa!**  
Gente che non ti aspetti.



# Le sagome parlanti



**TI RACCONTO GORIZIA.**

**La scoperta della città  
attraverso i protagonisti che  
ne hanno fatto la Storia.**

# Le sagome parlanti

## Uno storytelling innovativo

Uno degli strumenti innovativi per la comunicazione turistica della città di Gorizia è il racconto della città attraverso dei “testimonial” d’eccezione.

Personaggi storici, ma anche celebrità contemporanee, riprodotti in misura naturale, che popolano la città accanto ai cittadini. Sono installati presso i punti di interesse turistico, o dove è accaduto un evento che vale la pena ricordare, nei palazzi, musei, nei luoghi di arte e di cultura.

Sono una “guida” – una sorta di Virgilio – che accompagna il visitatore nella scoperta di Gorizia.

Ognuno di loro racconta in prima persona un’ “esperienza”, un aneddoto, un pezzo di storia.



# Caratteristiche di un personaggio



Personaggio: Edmond Halley

Luogo: Borgo Castello

Testo Breve (sagoma) – max 40 parole / 200 caratteri

In molti conoscono la cometa che porta il mio nome: Edmond Halley – scienziato e ingegnere inglese - ma pochi sanno che le mura e i bastioni del Castello di Gorizia sono, in parte, opera mia.

Testo Lungo (app) – max 150 parole / 800 caratteri

Caro visitatore, sono Edmond Halley – astronomo, matematico e ingegnere inglese. Probabilmente conoscerai la cometa che porta il mio nome. Devi sapere, però, che da Londra, mia città natale nel 1656, ho viaggiato molto e intrapreso spedizioni scientifiche in tutto il mondo. Nel mio girovagare mi sono fermato per un periodo anche a Gorizia, dove ho avuto l'onore di dirigere i lavori di potenziamento della cinta muraria del Castello, realizzando - tra le altre cose - il “nuovo Bastione” (oggi Bastione Fiorito) e il muraglione che si estende verso la Castagnavizza. Visita queste opere mirabili e potenti che per me sono state un'eccitante sfida come la scoperta di una cometa!





# Comunicazione digitale



Via Diaz - Palazzo  
Alvarez e Chiesa

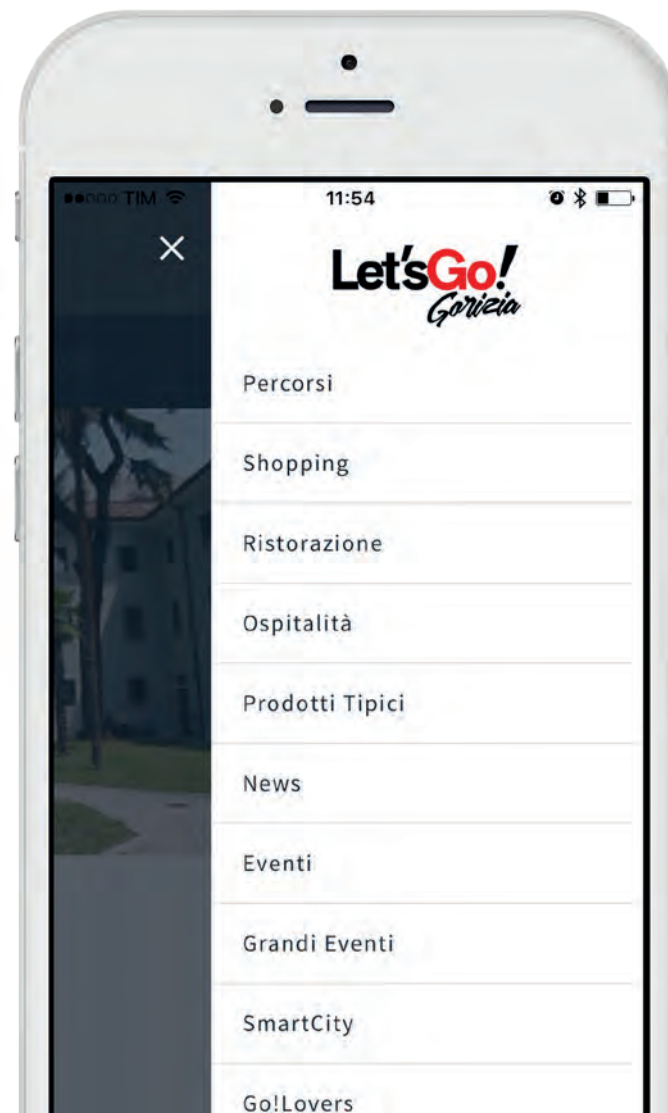
Sul lato opposto dell'incrocio si apre la  
via Diaz, un tempo via Alvar...

Scopri...



# La nuova app Let'sGo!

La nuova app ha uno stile fresco e contemporaneo, ma nel contempo l'interfaccia completamente ridisegnata permette di accedere in maniera semplice a molti più contenuti.



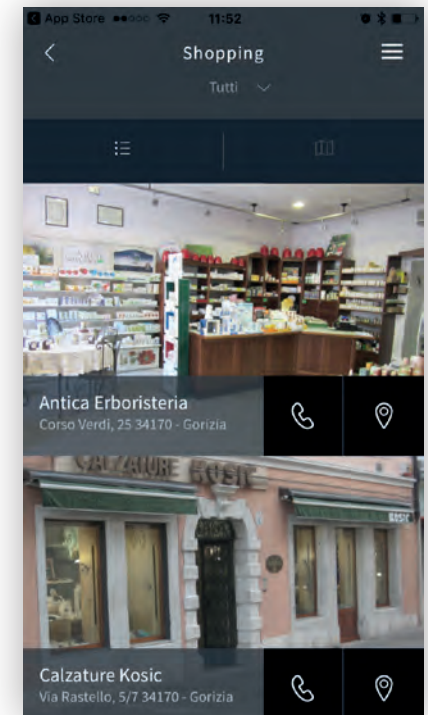




Gorizia.  
Effetto sorpresa!  
Gente che non ti aspetti.

# La nuova app Let'sGo!

L'interfaccia progettata con il suo stile, l'iconografia, gli elementi grafici e visivi, va considerata come il paradigma per ogni ulteriore e futuro strumento digitale.





# Go! Lovers

# Go! Lovers

## La rete di supporters di Gorizia

Gorizia ha bisogno di essere amata.

Sembra una frase banale, ma poche città sono state sottovalutate dai propri stessi cittadini come lo è stata Gorizia fino a pochi anni fa.

Questa situazione sta cambiando velocemente.

Abbiamo sempre più iniziative spontanee, idee, individualità che vogliono emergere e comunicare.

Ci piace pensare che un atteggiamento di positivo e sano entusiasmo di alcuni cittadini che si considerano “amici” di gorizia possa fare la differenza

**Questi “supporter” cittadini, che abbiamo chiamato “Go! Lovers”, amano la propria città e la conoscono a fondo. Conoscono luoghi curiosi o fuori dai tradizionali circuiti turistici. Non sono guide turistiche professioniste, ma semplici appassionati ed “entusiasti” della propria città, ed hanno voglia di comunicarla, e di condividere idee per migliorarla.**

Costituiscono una voce e una visione “autentica” della città che amano e vivono.

E per questo vogliono condividerla con gli altri.



## L'integrazione con il logo Let's Go



# Cromie e varianti consentite

● Pantone Black  
C=0 M=0 Y=0 K=100  
R=0 G=0 B=0

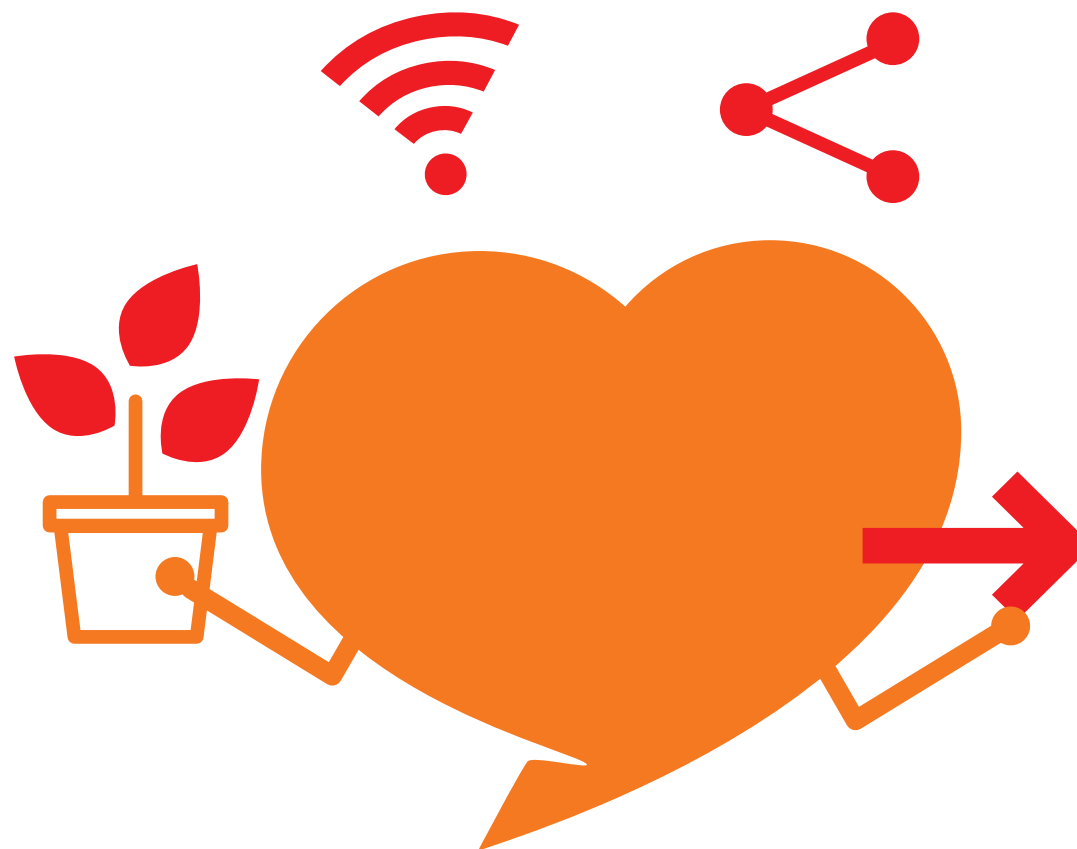
● Pantone Red 032  
C=0 M=100 Y=100 K=0  
R=255 G=0 B=0





## La carta d'identità del supporter goriziano

- Il supporter goriziano è un volontario.  
Lo “status” di supporter non è in alcun modo impegnativo o vincolante, ed è gratuito.
- Il supporter goriziano conosce la propria città, ed è entusiasta di creare momenti e occasioni per condividere le sue conoscenze.
- Il supporter goriziano accoglie e condivide progetti e programmi che rispettino l'ambiente e creino benefici per la sua città.
- Il supporter goriziano è a favore della socialità: crea e partecipa a momenti e occasioni di scambio e arricchimento tra cittadini.
- Il supporter goriziano è connesso sui social e condivide con entusiasmo le iniziative, gli eventi e le notizie utili alla promozione di Gorizia.
- Il supporter goriziano ha a disposizione alcuni elementi distintivi ma il primo tra tutti è il sorriso.



## 01.

Il supporter goriziano  
**conosce la propria città,**  
ed è entusiasta di creare  
momenti e occasioni  
per condividere  
le sue conoscenze.



## 02.

Il supporter goriziano  
**accoglie e condivide**  
**progetti e programmi**  
**che rispettino l'ambiente**  
e creino benefici  
per la sua città.



### 03.

Il supporter goriziano  
**è a favore della socialità:**  
crea e partecipa a momenti  
e occasioni di scambio  
e arricchimento  
tra cittadini.



## 04.

Il supporter goriziano  
**è connesso sui social**  
e condivide con entusiasmo  
le iniziative, gli eventi  
e le notizie utili alla  
promozione di Gorizia.



## **Kit:** gli elementi distintivi a disposizione del supporter

I lovers goriziani avranno degli elementi che li  
distingueranno visivamente tra cui:

- **Felpe**
- **Tote bag**
- **Spilla**
- **Badge**





# Comunicazione

## informare sulle attività

I Go!Lovers per loro stessa natura sono comunicatori, fortemente connessi con i social.

Una delle attività centrali del Go!Lover sarà proprio quello di diffondere questa “visione” di una Gorizia nuova e ricca di fermento attraverso i propri contatti.

I Go!Lovers potranno avere una loro visibilità dedicata tramite la APP Let'sGo! e sui canali istituzionali del progetto Let'sGo!

I Go!Lovers saranno una fonte di informazione e di diffusione di contenuti su Gorizia indipendente, autonoma e sincera. Un applicazione spontanea.

Racconteranno della propria esperienza perchè è ciò che piace loro fare. E ci tengono affinché la propria città sia vista, conosciuta e amata.

*nella simulazione a fianco, una comunicazione sui social di presentazione dei Go!Lovers.*

The image shows a Facebook page for 'Let's Go! Gorizia'. The page header includes the Facebook logo, the name 'Let's Go! Gorizia', a search bar, and navigation icons for Home, Friends, Messages, and a lock icon. The profile picture is the 'Go! Gorizia' logo. The cover photo is a black and white image of a large, ornate dome structure. The main post is a red graphic with white text that reads: 'Go! Lovers', 'Sono nati i supporters di Gorizia.', and 'Scopri chi sono e come possono esserti d'aiuto.' Below the graphic are interaction buttons for 'Mi piace', 'Commenta', and 'Condividi', along with a comment count of 11. To the right of the post, there are sections for 'Cerca post in questa Pagina', 'Place a 681 persone', 'Invita i tuoi amici a mettere "Mi piace" a questa Pagina', 'INFORMAZIONI' (with a link to 'http://www.lets.go.gorizia.it/'), and 'FOTO' showing a grid of images related to the project.