

DIGITAL EXPERIENCE: CULTURE & TOURISM

Ridisegniamo il modo di gestire, vivere e pensare l'arte, la promozione dei territori locali e tutto ciò che ruota intorno a due motori dell'economia italiana: la cultura e il turismo.

DI COSA PARLIAMO?

1	Cos'è il Digital Experience: Culture & Tourism	3
2	Il nostro approccio	6
3	Le nostre soluzioni	10

AUTORI

Erika Bressani

Augmented City Consulting, Municipia

✉ erika.bressani@eng.it

in [Erika Bressani](#)



Per più di 15 anni si è occupata di Pubblica Amministrazione locale maturando una forte esperienza nei processi di innovazione tecnologica e digitalizzazione nella PA. In Municipia dal 2017, segue lo sviluppo dell'offerta Augmented City, accompagnando gli Enti locali nella Digital Transformation.

Eleonora Marzano

Bid Manager - Sviluppo e ingegneria dell'offerta, Municipia

✉ eleonora.marzano@eng.it

in [Eleonora Marzano](#)



Eleonora approda in Municipia nel 2017 e forte della sua formazione umanistica collabora allo sviluppo dell'offerta nei settori Cultura e Turismo. Oggi, come Bid Manager, studia la documentazione delle gare, elabora i progetti di risposta e supporta i Consultant della direzione Augmented City nella relazione con i clienti.

1

**COS'È IL DIGITAL
EXPERIENCE:
CULTURE & TOURISM**



DIGITAL EXPERIENCE: CULTURE & TOURISM

93 miliardi di euro è il valore del turismo in Italia secondo il Conto Satellite del Turismo (CST) dell'Istat relativo al 2017. Un dato che conferma l'importanza del settore, legato a doppio filo alla cultura. Due comparti cruciali, motori dell'economia italiana, che hanno finalmente avviato processi di trasformazione e digitalizzazione finora solo auspicati e raramente messi in pratica.

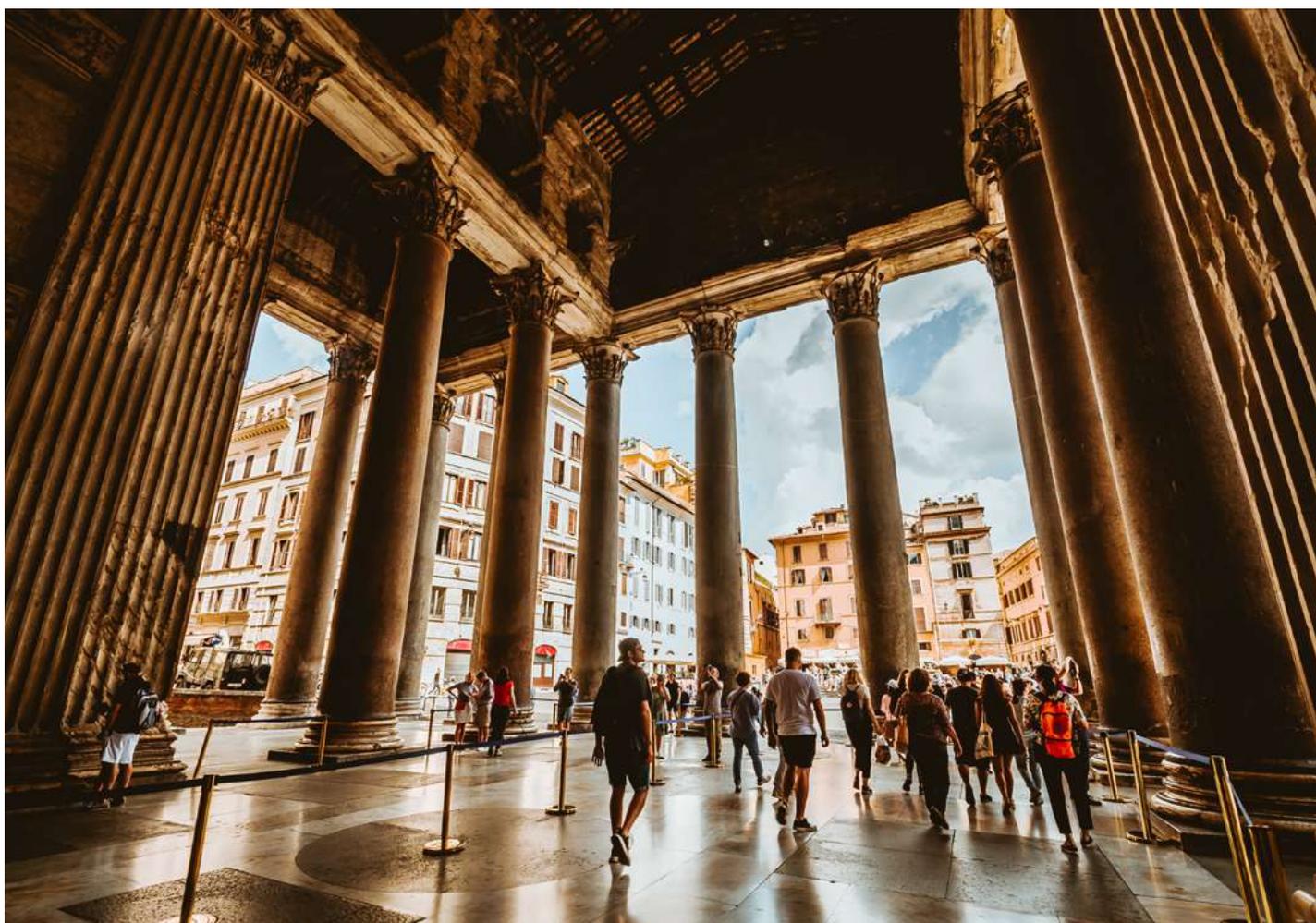
Il mercato è in continua evoluzione. Si è passati dal **“Vedere e fare”** al **“Vivere e sentire”**; le persone sono più consapevoli, si informano e si organizzano prima di partire attraverso internet, vogliono sperimentare, essere coinvolte, emozionarsi ed emozionare chi sta intorno a loro, complici anche i social network.

A questo si aggiungono le nuove **disposizioni post Covid**, il distanziamento sociale, la capacità di essere accessibili anche a distanza e in qualsiasi momento da tutte le parti del mondo.

E tutto questo richiede risposte puntuali da parte delle Amministrazioni per alcune delle quali, purtroppo, questi ambiti hanno uno straordinario potenziale ancora inespresso. Il marketing territoriale deve essere quindi accompagnato da una programmazione adeguata, così da portare i turisti non solo nelle grandi città ma anche nelle mete meno note. In altre parole, attirare le persone e trattenerle, superando la logica del “mordi e fuggi” che già tante città europee stanno cercando di contrastare. **L'obiettivo è creare nuovi circuiti, basati sull'esperienza e sulla percezione**, superando anche le barriere della lingua e le eventuali difficoltà sensoriali e motorie che possono esistere.

È necessario un approccio innovativo in tutta la filiera da parte delle Amministrazioni e degli stakeholder territoriali, che devono proporsi come destinazioni smart, mettendo a disposizione dei turisti adeguate infrastrutture e strumenti che riattivino i processi di sviluppo locale: ogni 100 euro di transazioni nel turismo ne generano ulteriori 87 euro in altri settori.





Un salto di qualità necessario per diventare Augmented Cities, città tecnologiche, resilienti e inclusive al servizio dei cittadini.

Management della destinazione, digitalizzazione, controllo e gestione dei flussi anche ai fini della sicurezza, creazione di percorsi immersivi e personalizzati anche per i bambini, Realtà Aumentata e Virtuale, chatbot e videogame, rappresentano allora alcuni dei tanti strumenti innovativi che possono soddisfare queste esigenze. Le nuove tecnologie concorrono infatti a rendere competitiva l'offerta, rinnovandone lo spirito e riscrivendone, in una certa misura, portata e significato: il digitale che entra nei luoghi d'arte e di storia può aumentare tanto il valore concreto del patrimonio quanto quello percepito dell'esperienza, ampliando e gestendo i flussi turistici e permettendo un **miglioramento e rivitalizzazione socio-economica del territorio**.

È chiaro, dunque, che cultura, turismo e tecnologia possono sostenersi e sospingersi verso il comune obiettivo di rendere la storia, l'arte e il turismo materie assolutamente democratiche, fonti di conoscenza e crescita per individui, comunità e territori.

2

**IL NOSTRO
APPROCCIO**

DIGITAL EXPERIENCE: CULTURE & TOURISM

Turismo e cultura sono stati finora settori nei quali l'importanza delle tecnologie nella strategia d'innovazione dei prodotti e dei mercati è stata sottovalutata: mettere in rete operatori, attività, servizi, punti di interesse e cittadini è invece la base per un servizio di accoglienza turistica e gestione del patrimonio culturale partecipativo, che accompagna anche target potenzialmente esclusi dalla fruizione.

È in questa direzione che guarda Municipia - Gruppo Engineering, fornendo **soluzioni digitali modulabili per affiancare gli Enti locali nella progettazione dei servizi, ottimizzando risorse economiche e conoscenze e valorizzando le professionalità**, dando così risposte a breve e a lungo termine per il management turistico e per la visitor experience.

Il contributo dell'ICT, insieme alla diffusione dei dispositivi mobili (smartphone e tablet), può fornire ad esempio a turisti e cittadini servizi in mobilità (98% dell'utenza Internet), e sancisce di fatto il passaggio dall'e-tourism al **mobile tourism**. ICT e dispositivi mobili sono strumenti che accompagnano il turista sin dalla pianificazione del viaggio e/o della visita culturale e contribuiscono a renderla un'esperienza unica. Ma è possibile garantire anche la fruizione da remoto dei siti artistici e culturali, magari anche a pagamento, attraverso la realtà aumentata. L'obiettivo: **rendere sempre più democratico, coerente, immersivo, sensoriale, persino personalizzabile il racconto del patrimonio e della cultura**. Perché non è il visitatore a dover scegliere la tecnologia o la connettività migliore, ma è l'architettura tecnologica stessa ad adattarsi all'ambiente e a proporre il supporto migliore al visitatore, in maniera trasparente.



Cosa cambia

- Modalità innovative di rappresentazione del patrimonio storico-culturale materiale e immateriale della comunità
- Modalità innovativa di fruizione da parte dell'utente-turista
- Un'esperienza d'uso seamless, senza discontinuità nella transizione tra ambienti fisici e virtuali, dei servizi di fruizione del territorio da parte del cittadino-turista.

È dunque possibile:

- Gestire contenuti digitali (immagini, video, Realtà Virtuale e Aumentata)
- Raccogliere informazioni dalle interazioni con gli utenti, sia in fase di promozione sia in fase di fruizione dei beni e dei servizi
- Apprendere e prevedere le preferenze degli utenti per aiutare l'Amministrazione a offrire un prodotto turistico più appetibile e competitivo
- Migliorare la promozione delle risorse territoriali
- Aumentare il coinvolgimento in fase di fruizione
- Analizzare i dati per acquisire informazioni strategiche, anche in tempo reale.



Vantaggi per l'Ente e il territorio locale

- **Ricadute economiche:** migliorano l'accessibilità e lo sviluppo delle risorse culturali, vengono coinvolti gli stakeholder; il sistema di accoglienza supporta e facilita la visita turistico-culturale creando valore per l'intero comparto, garantendo la sopravvivenza delle imprese di ogni dimensione e tutelando i livelli occupazionali
- **Storytelling legato all'attualità:** l'utilizzo di canali multimediali e tecnologici garantisce un costante aggiornamento, salvaguarda investimenti e ambiente
- **Strumenti per la pianificazione:** monitorando i dati e recuperando feedback quantitativi e qualitativi, è possibile gestire e pianificare in modo efficace gli investimenti, perseguendo lo sviluppo del territorio nella maniera più aderente alle reali necessità e aspirazioni



Vantaggi per gli utenti

- **Informazioni e servizi sempre a portata di mano:** le nuove tecnologie facilitano l'interazione tra Pubblica Amministrazione locale e city user, incrementando la comunicazione e facendo arrivare a tutti, anche in modo targettizzato, dati e informazioni. Questo si traduce in un accesso semplificato e chiaro ai servizi: è l'informazione specifica che raggiunge gli utenti, non quest'ultimi che devono cercare le informazioni
- **Esperienza diretta e possibilità di condivisione:** l'utilizzo delle tecnologie è attrattivo e coinvolgente e favorisce meccanismi di diffusione e scambio di informazioni peer-to-peer. Condividendo infatti la loro esperienza e le loro emozioni, gli utenti diventano dei veri e propri ambasciatori delle bellezze culturali e turistiche dei territori

**DIGITAL EXPERIENCE:
CULTURE & TOURISM**

3

LE NOSTRE SOLUZIONI



Integrazione e digitalizzazione sono le parole chiave del processo evolutivo al centro anche del **Piano Strategico del Turismo 2017-2022** elaborato dal Comitato Permanente di Promozione del Turismo con il coordinamento della Direzione Generale Turismo del MiBACT.

Le tecnologie per la governance e per l'esperienza



Portale multicanale

Gestione e accesso multicanale (web, app, chat, social) a informazioni, contenuti e acquisti



eTicketing

Servizi di pagamenti elettronici multiplatforma



Assistente digitale

Intelligenza artificiale, deep learning, analytics e NLP per l'accesso conversazionale e multilingua ai contenuti



Tecnologie immersive

Realtà aumentata e virtuale, modelli 3D, supporti touch interattivi, gaming per l'engagement dell'utente



Fruizione on demand

Fruizione dei contenuti storico-culturali mediante esperienze video multimodali (TV, mobile, web, installazioni)



Visitor experience

Gestione dell'esperienza d'uso e relazione con gli utenti: profilazione, personalizzazione, analytics



IoT e geofencing

Localizzazione indoor, geofencing e marketing di prossimità

Le soluzioni offerte da Municipia e dai suoi partner sono quindi tese a sviluppare una nuova modalità di accesso e fruizione degli spazi e degli eventi facendo ricorso a una serie di strumenti altamente innovativi che abilitino al contempo la governance del sito turistico culturale.

La Realtà Aumentata (Augmented Reality o AR) e la Realtà Virtuale (Virtual Reality o VR)

permettono di espandere l'esperienza di fruizione turistico-culturale e renderla quanto più coinvolgente e partecipativa possibile. Abilitano altresì la fruizione on demand, anche a distanza, e consentono il rispetto delle norme dettate dal New Normal.

DIGITAL EXPERIENCE: CULTURE & TOURISM

Attraverso la Realtà Aumentata è possibile **ricostruire tridimensionalmente un ambiente diverso da quello percepito a occhio nudo**, integrando gli elementi reali con elementi virtuali che riproducono caratteristiche architettoniche del passato o avveniristiche e forniscono informazioni e contenuti aggiuntivi. Un coinvolgimento maggiore degli utenti si ha poi con la Mixed Reality (MR), che integra modelli digitali nel mondo fisico e consente alle persone di interagire con oggetti virtuali visualizzati nel loro campo visivo grazie a dispositivi mobili.

Queste tecnologie permettono di creare un ulteriore livello di interazione con il turista, che rende ancor più coinvolgente l'esperienza di visita: la **gamification**. Con l'Augmented Reality e le mappe interattive è possibile coinvolgere i visitatori con regole e meccaniche d'interazione mutuata dal gioco, in sfide che li portano a interagire con il patrimonio culturale e turistico per poter raggiungere determinati obiettivi, risolvere problemi e proporre soluzioni, aumentandone la motivazione attraverso lo stimolo fornito da premi e competizioni, trasformando il turista in positive ambasciator della località turistica.

L'offerta si struttura su un **modello scalabile e modulare** che può essere personalizzato in base al contesto di intervento, con l'adozione di standard e interfacce aperte, componenti software open source e uno stile architettonico a micro-servizi e web based, che consente di integrare servizi già esistenti valorizzando gli investimenti già sostenuti o prevedere sviluppi e integrazioni future.



Nel dettaglio:

- Sistemi di content management (residenti su web ed erogati in modalità SaaS) per creare e aggiornare i contenuti delle applicazioni multimediali fruibili dai visitatori sul web, su pannelli multimediali nel sito culturale o app di fruizione. Il CMS consente di svincolare i contenitori applicativi multimediali e web del sito turistico dal loro rispettivo contenuto, integrando il tutto con dispositivi o soluzioni già presenti e consentendo una proposizione modulare
- Sistemi per gestire le guide multimediali in ambito indoor e outdoor integrati con la Realtà Aumentata e in grado di proporre itinerari preimpostati o personalizzati a seconda delle preferenze del turista (età, caratteristiche di accessibilità, nazionalità e interessi)
- Ambienti di realtà virtuale e visite immersive che permettono di fruire di mondi virtuali a distanza con un approccio innovativo e multimediale, utilizzabili tramite pc, smartphone e visori
- Sistemi di ologrammi interattivi, basati sia su chatbot che su trasmissioni in diretta, che funzionano con una proiezione su lastra orografica, anche sagomata, adattabili ad ambienti più o meno luminosi
- Storytelling per mostre, installazioni ed esibizioni, sia permanenti che temporanee, per avere “chiavi in mano” un evento espositivo
- Sistemi/piattaforme per accompagnare la visita delle zone urbane tenendo in considerazione i temi legati ai cambiamenti climatici e alla sostenibilità ambientale. Ad esempio, consentono di impostare i percorsi per la gestione dei flussi turistici tenendo conto del meteo, delle condizioni ambientali, dei livelli di inquinamento etc. È possibile personalizzare la visita per età, nazionalità e interessi, creando così degli itinerari ad hoc, adatti alle preferenze e caratteristiche di ciascun utente e tarati in base all’offerta del territorio
- Piattaforme di educazione a distanza basate sulla realtà virtuale per rendere la formazione e l’informazione più immersive e coinvolgenti.

In quest’ottica l’innovazione tecnologica abilita e sostiene il processo di valorizzazione territoriale in termini di servizi, partecipazione, conservazione del patrimonio storico culturale. Un patrimonio che va sì potenziato e tutelato ma anche reso “aperto” e fruibile da tutti in qualsiasi condizione. Una nuova vita per la Cultura e il Turismo all’insegna del digitale. Una “nuova normalità” più a misura delle persone.

MUNICIPIA

Municipia fa parte del Gruppo Engineering, la più grande realtà italiana di Digital Transformation con 12.000 addetti nel mondo, 65 sedi e più di un miliardo di euro di ricavi annui. Affianca le città di ogni dimensione nel percorso di trasformazione digitale gestendo i servizi per gli Enti e per i loro cittadini, realizzando maggiori livelli di efficienza, efficacia, trasparenza e sostenibilità attraverso la tecnologia digitale. Municipia interviene anche con formule di partenariato pubblico-privato e project financing con investimenti e rischi a suo carico e compartecipazione ai benefici derivanti dall'incremento delle entrate e dalla diminuzione dei costi. Valorizza gli investimenti e le tecnologie esistenti mettendo a disposizione l'esperienza e le soluzioni tecnologiche del Gruppo Engineering, intervenendo sia con iniziative verticali che con progetti trasversali per migliorare la qualità della vita in città e semplificare il rapporto tra Pubblica Amministrazione e cittadini.

Municipia porta avanti il progetto dell'Augmented City, la città tecnologia, resiliente, inclusiva e al servizio delle persone agendo su cinque pilastri di un unico ecosistema tecnologico: sostenibilità finanziaria e ambientale, sicurezza, mobilità, welfare e interattività.

ENGINEERING

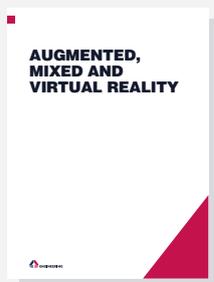
Engineering è tra i principali attori della Trasformazione Digitale di aziende e organizzazioni pubbliche e private, con un'offerta innovativa per i principali segmenti di mercato. Il Gruppo Engineering con le sue controllate è impegnato a delineare sempre nuovi confini di applicazione delle tecnologie emergenti, lavora all'implementazione e integrazione di sistemi e alla ridefinizione dei processi con l'obiettivo di generare innovazione per aziende e Pubblica Amministrazione. Con circa 12.000 professionisti in 65 sedi distribuite tra Italia, Belgio, Germania, Norvegia, Repubblica di Serbia, Spagna, Svezia, Svizzera, Argentina, Brasile e Usa, Engineering gestisce progetti in oltre 20 Paesi, affiancando i clienti nelle aree di business in cui la digitalizzazione genera i maggiori cambiamenti. La sua offerta si declina in tutti i segmenti strategici, tra cui Digital Finance, Smart Government & E-Health, Augmented Cities, Digital Industry, Smart Energy & Utilities, Digital Media & Communication.

L'obiettivo del Gruppo è contribuire a cambiare il modo in cui il mondo vive e lavora, combinando infrastrutture tecnologiche organizzate in un modello unico di multicloud ibrido, capacità di interpretazione dei nuovi modelli di business, competenze specialistiche in tutte le tecnologie di ultima frontiera: AI & Advanced Analytics, Cybersecurity, RPA, Digital Twin, IoT, Blockchain. Con importanti investimenti in R&D, Engineering svolge un ruolo di primo piano nella ricerca, coordinando progetti nazionali e internazionali grazie a un team di 450 ricercatori e data scientist e a una rete di partner scientifici e universitari in tutta Europa. Asset strategico del Gruppo è l'attenta politica di formazione del personale: dal 1999 Engineering dispone infatti di una propria struttura dedicata ad attività di formazione multidisciplinare, la Scuola di IT & Management "Enrico Della Valle", che con oltre 300 docenti certificati e centinaia di corsi, nell'ultimo anno ha erogato oltre 19.000 giornate di formazione tecnica, metodologica e di processo.

Il nostro punto di vista



Coming Soon



**DIGITAL EXPERIENCE:
CULTURE & TOURISM**



 www.eng.it

 [@EngineeringSpa](https://twitter.com/EngineeringSpa)

 [Engineering Ingegneria Informatica Spa](https://www.linkedin.com/company/engineering-ingegneria-informatica)