

CONVEGNO TECNOLOGIE E BENI CULTURALI

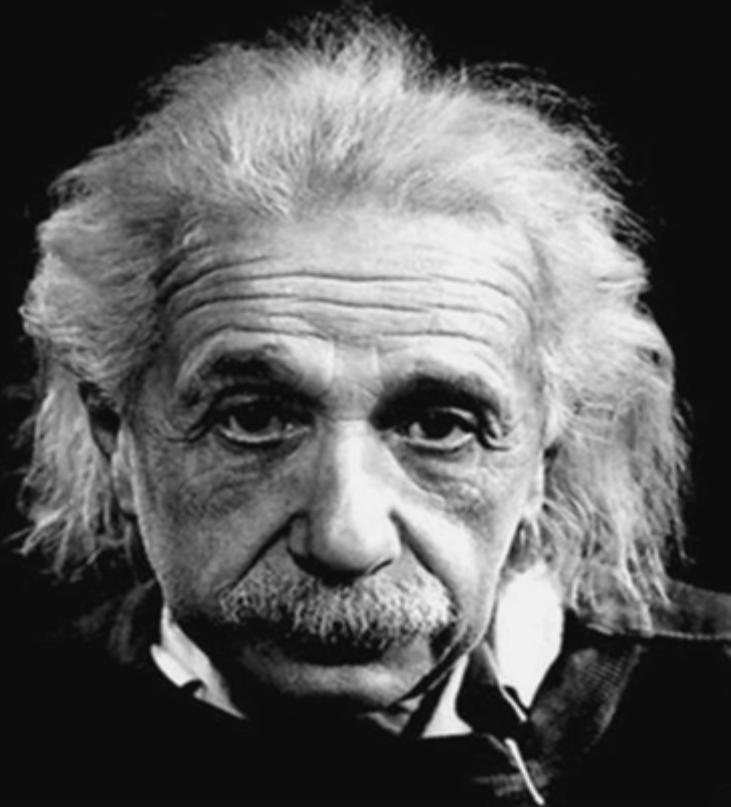
SASSARI, 26 FEBBRAIO 2010



SOCIAL WEB E MOBILE

nuovi mezzi digitali al servizio del marketing turistico culturale

“THE PHYSICS OF MEDIA ARE CHANGING”*



Limited distribution channels

Abundant attention

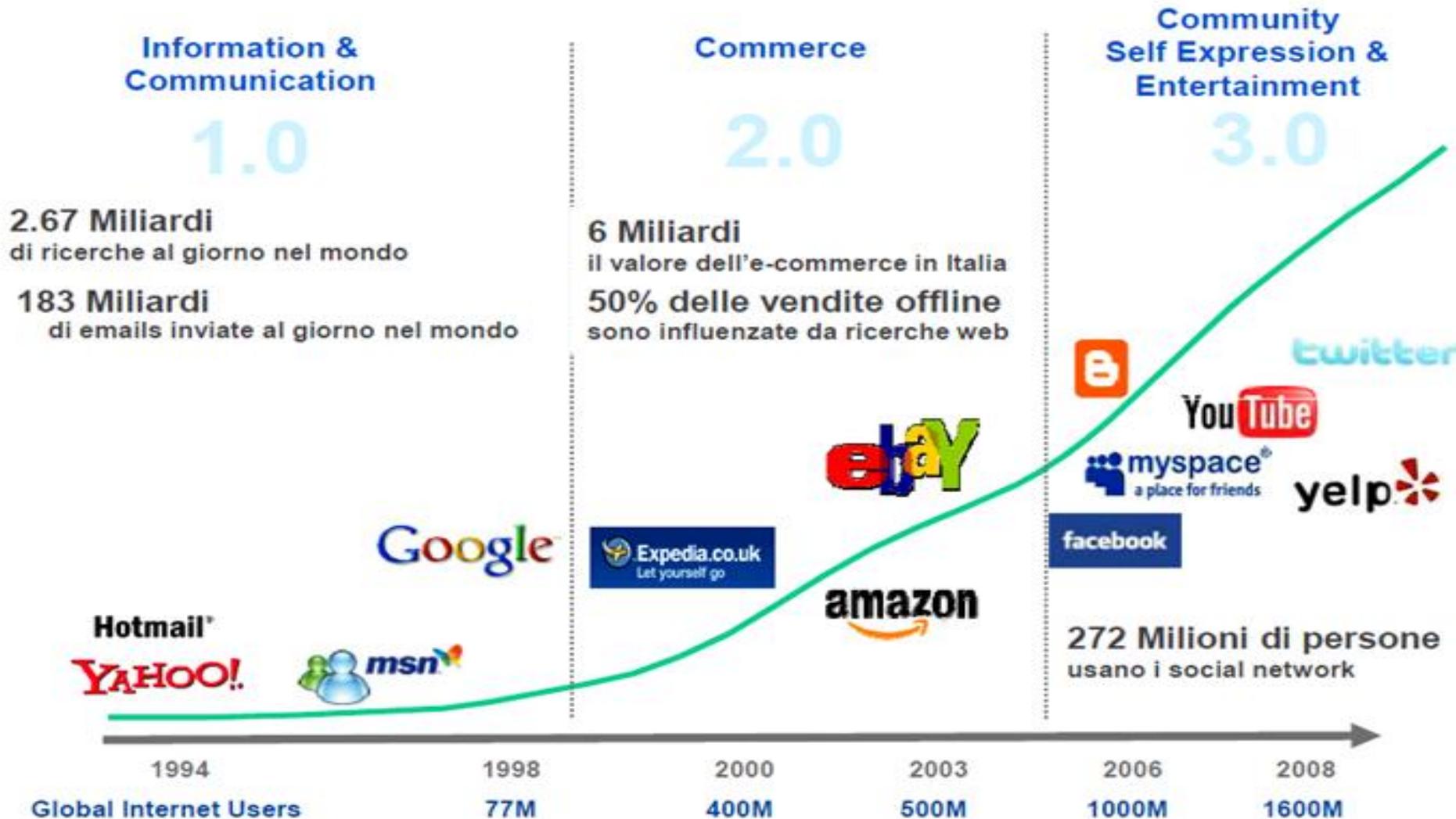


Unlimited distribution

Attention scarcity

*<http://www.fistfulayen.com/blog/?p=147>

Evoluzione dei mezzi digitali



Source: comScore qSearch, August 2008, monthly figure divided over 31 days.

E-Commerce 2009, Casaleggio Associati. The State Of Retailing Online 2008: Marketing Report, Shop.org & Forrester Research, April 2008

Universal McCann, "Power to the People: Wave 3," March 2008



Dai social network ai social media: la svolta di Obama

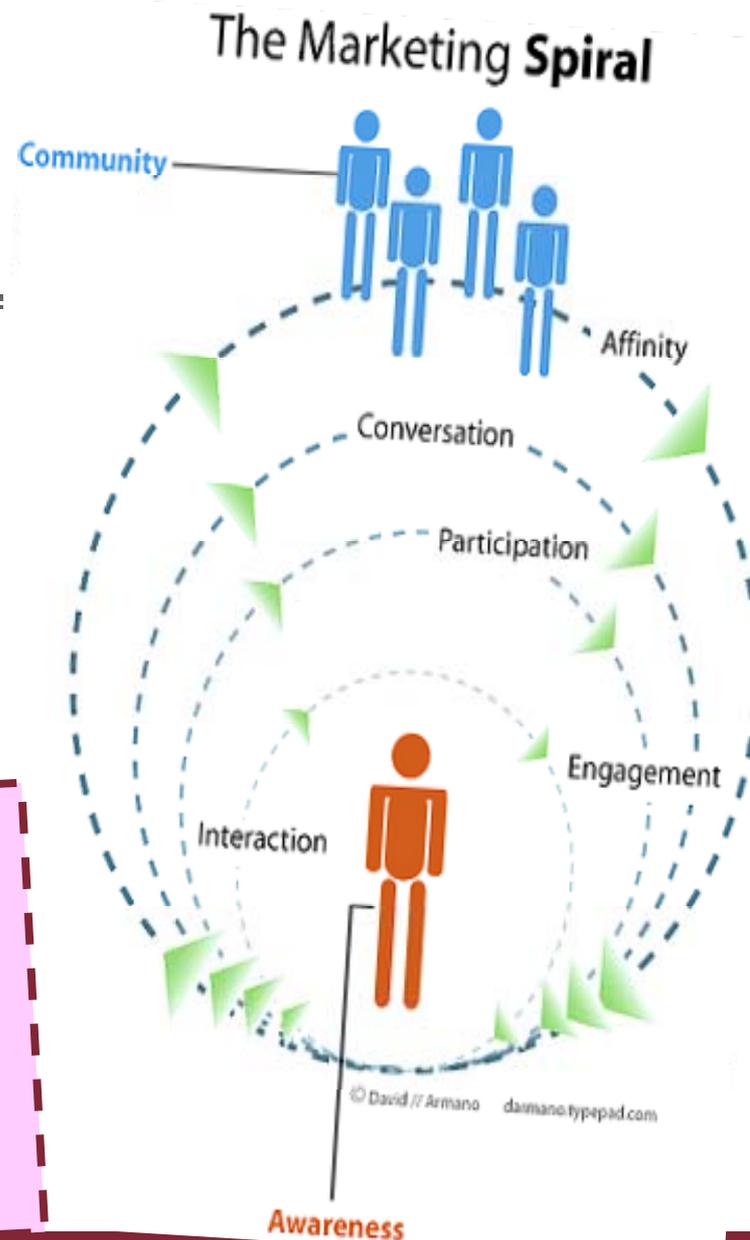
07:54 | **CRONACHE** | Facebook e Twitter sono i nuovi mezzi di comunicazione di massa del futuro di M. Pratellesi -

Commenta

Corriere della Sera (www.corriere.it), 23.feb.2010

- Il documento, la proposta integrale di Obama - [Guarda](#)
- La sfida del presidente Usa: conquistare il consenso di E. Caretto

**Il percorso evolutivo del web
(e del mobile !)
si va configurando come la nascita
di un **NUOVO MEDIUM**, non come
un semplice cambiamento
nel modo d'uso della Rete**





The Corporate Social Media Curve

© David // Armano darmano.typepad.com

**Il tema appare
piuttosto
complesso ...**

**... si rende
impegnativo
articolare
una strategia!**

I social media “invadono” il Turismo

Travel communities



Forum e Blog di viaggi



Social network



Video e immagini



Comunicati stampa



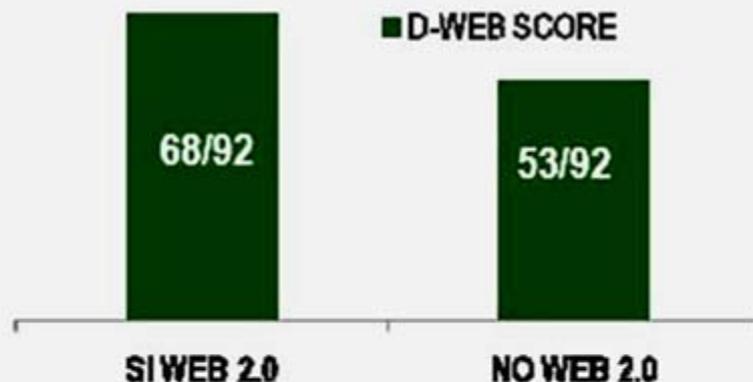
Social bookmark



Una spinta propulsiva verso il *Travel 2.0*

Fonte: IULM, Master in Tourism Management, 2009

	TRAVEL 2.0 *
TOTALE CAMPIONE	51%
PORTALI ITALIANI	41%
Regioni	57%
Città	50%
Paesi	47%



* Siti che utilizzano: weblogs, RSS, video casting, social bookmark, social networking, podcasts, picture sharing, ecc.

- gli strumenti del web 2.0 sono utilizzati dal **51%** delle destinazioni analizzate
- in Italia l'utilizzo del web 2.0 nel turismo è inferiore alla media (**41%**)
- le regioni sono i maggiori utilizzatori (**57%**)
- i portali turistici più efficaci (che hanno D-WEB SCORE più elevato) hanno implementato strumenti di web 2.0

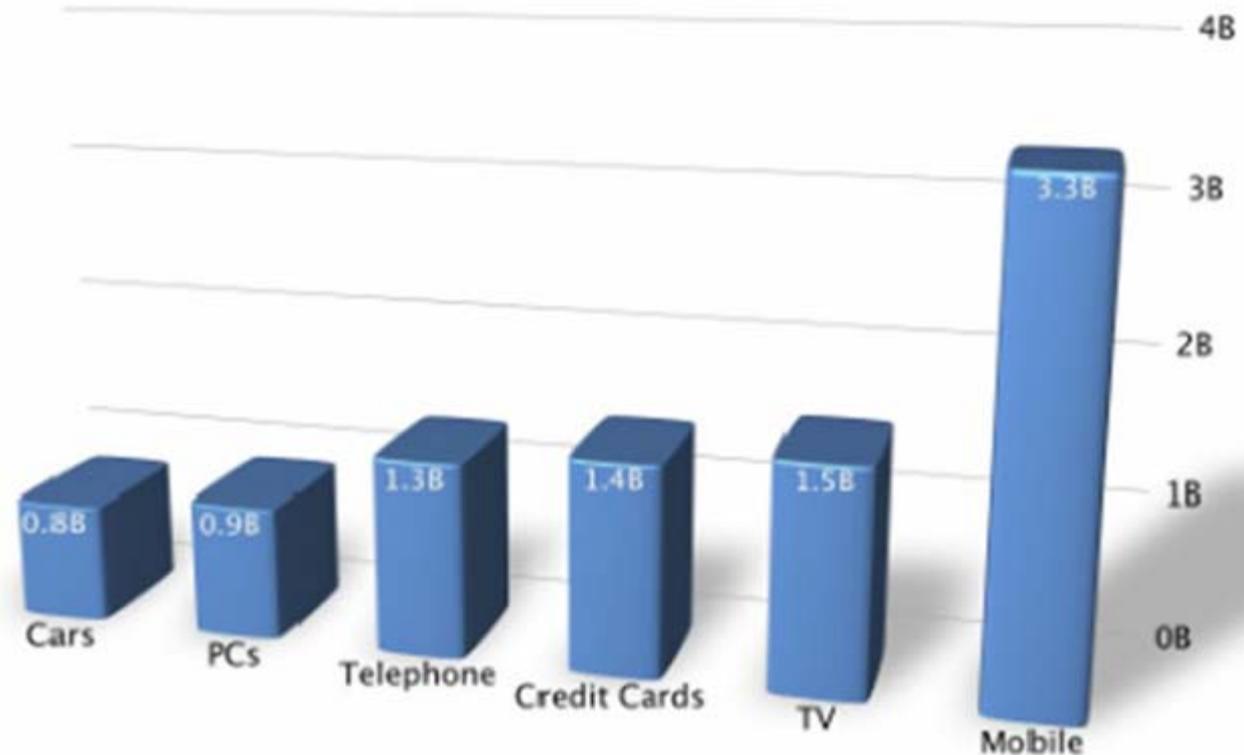
Indagine *IULM* dei portali turistici in 50+Paesi, 50+Regioni, 50+Città, basata su *D-WEB SCORE*, un indicatore sintetico di 90+ variabili che misura la qualità e la completezza dei portali turistici (*Website popularity - Customer perspective - Marketing effectiveness - Destination information*)

Perché parliamo di *Mobile* ?



3.3 Billion in Perspective

May 2008



Source: http://communities-dominate.blogspot.com/brands/2007/01/putting_27_bill.html
<http://communities-dominate.blogspot.com/brands/2008/01/when-there-is-a.html>

Cloud Four

The 7th mass media ?

- Il cellulare è il primo mezzo personale di massa
- Permanentemente connesso
- Sempre con noi
- Strumento integrato di pagamento
- Disponibile alla scelta d'impulso
- Favorisce la profilazione del cliente
- Cattura il contesto sociale di consumo
- Abilita la "realtà aumentata"

Source: Tomi Ahonen book - Mobile as 7th of the Mass Media, 2008

I nuovi comportamenti mediatici ...

“Immense platee che si collegano con il telefonino cellulare e votano per i loro personaggi preferiti in una forma di nuovo cannibalismo, che cambia l’audience dei programmi e trasforma la funzione dei telespettatori da passiva ad attiva” [...]

Edmondo Berselli, La Repubblica, 21.feb.2010



... quanto velocemente stanno cambiando ?

MOBILE AFFINITY

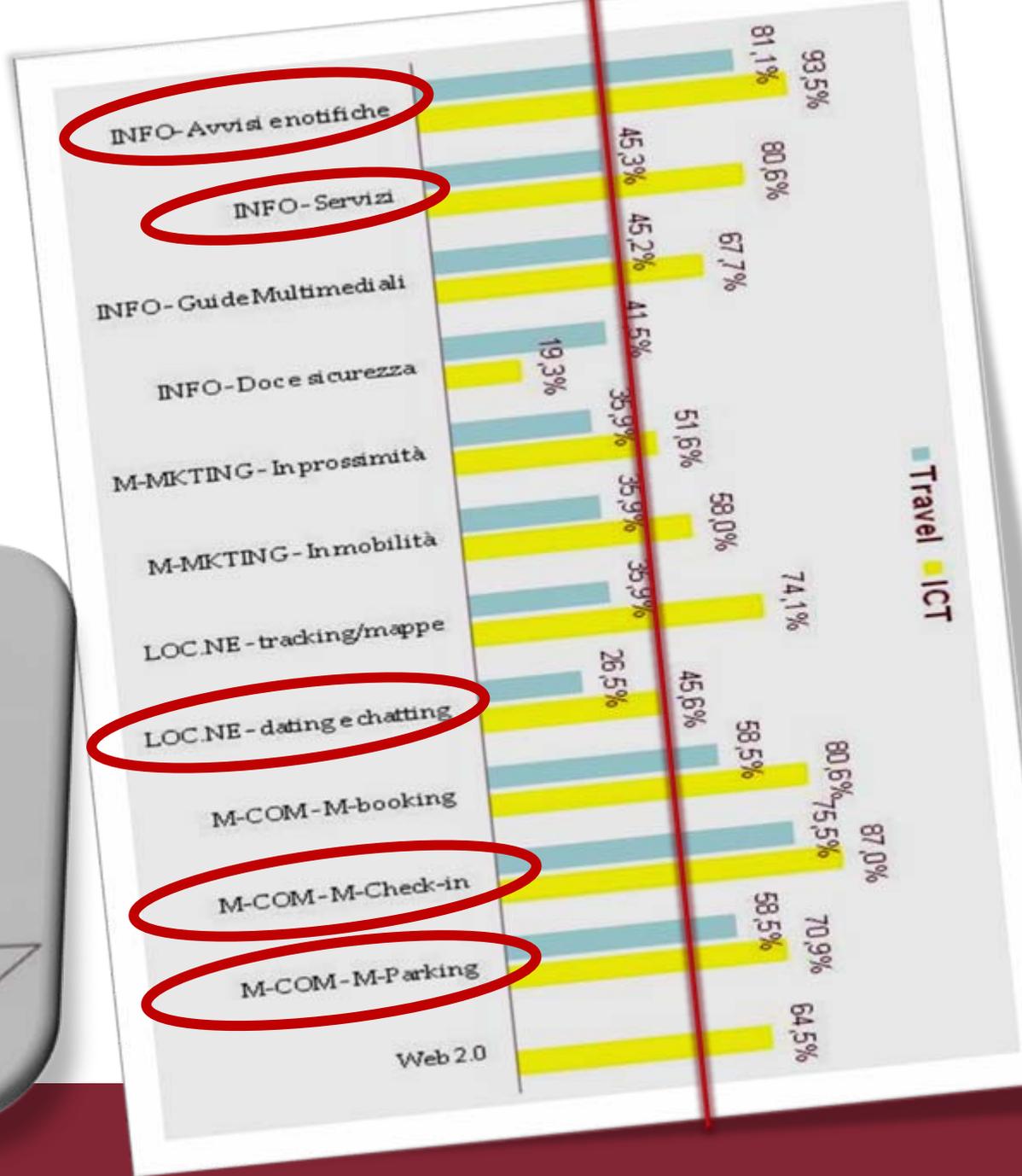
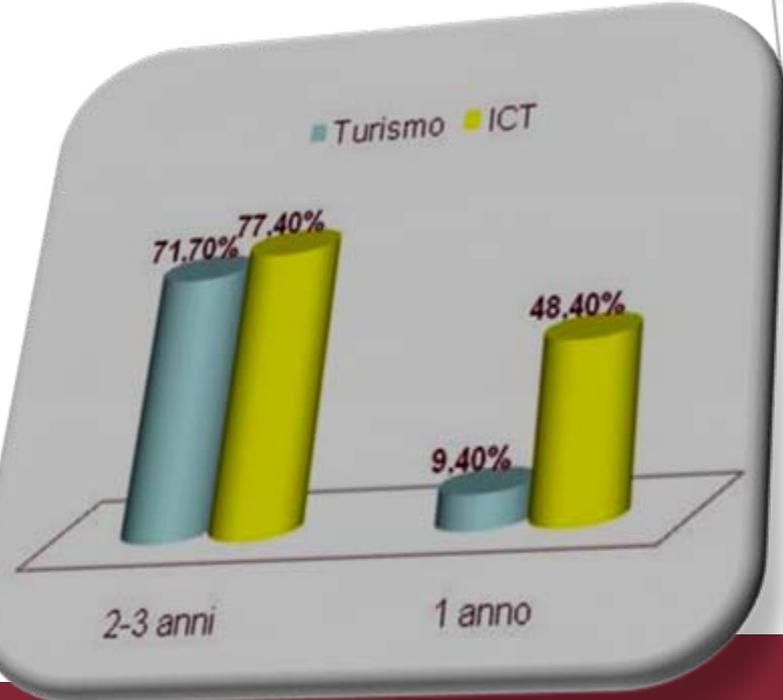


Atomi



Bits

Mobile@Tourism: priorità degli investimenti nei mobile services per il turismo



SMS booking & payment

Il primo sistema di prenotazione Mobile al mondo



Geo-Localizzazione
Ricerca per 40.000 Hotels
Pagamento sicuro

Ad smsHotels basta la rete GSM. Da qualunque telefono, in qualunque parte del mondo.

i(NOT A)Phone



Source: Apple

THERE'S AN APP TO THAT!



*A gennaio 2010 si contavano **130 mila** applicazioni pubblicate su AppStore ed il numero dei download era già salito a **3 miliardi***

Fonte: <http://www.iphoneitalia.com/>

PRONTO TRENO

Mobile Application sviluppata da Trenitalia, consente di richiedere informazioni, di prenotare un posto e di acquistarlo da cellulare:



- *Iscrizione al servizio tramite il sito web Trenitalia*
- *Download dell'applicazione (da iTunes iPhone)*
- *Notevole usabilità utilizzando uno Smartphone*
- *Possibile uso anche di comandi vocali*

IN VIAGGIO PER ROMA ANTICA

ILLUSIONNETWORK



La prima applicazione interattiva in Italia che sfrutta la cosiddetta **“realtà aumentata”** rivolta ai turisti e alla promozione dei beni culturali

Voyager X-Drive è il nome di un’innovativa applicazione, sviluppata da un’azienda italiana e che viene presentata a SMAU 2009

Il cellulare diventa una “macchina del tempo” con l’aggiunta di informazioni multimediali.

Il turista che si trova ai Fori Imperiali (sito pilota) dovrà solo puntare il cellulare verso le rovine ... e gli verranno mostrati gli edifici come erano all’era di Costantino



iPad – un altro step di convergenza ?



iBook Store conterrà presto migliaia di libri con prezzi fra i 9 e i 12 Euro

Nuove opportunità per promuovere i BENI CULTURALI ?

grazie

massimo.rovelli@uniroma1.it