



I Live Umbria

Sviluppare e utilizzare **l'innovazione** come cassa di risonanza per rafforzare l'identità territoriale e promuovere l'esclusività dei luoghi della regione Umbria.

Rafforzare il posizionamento turistico della regione sviluppando un'innovativa strategia di marketing dell' Umbria e presentando nuove efficaci forme di comunicazione e di promozione del turismo ricorrendo alla nuova tecnologia **Realtà Aumentata**.

Sviluppare una struttura dove Realtà Aumentata, geolocalizzazione, promozione, turismo, innovazione, valorizzazione dei beni culturali diventino un unico sistema fruibile a 360°.

Valorizzare e comunicare il patrimonio artistico, culturale, ambientale ed enogastronomico di tutto il territorio umbro attraverso l'utilizzo della Realtà Aumentata.

La produzione e distribuzione di T-Shirt in realtà aumentata e lo sviluppo di un portale dedicato con applicazioni AR saranno utilizzate per coadiuvare il cittadino e il turista tramite percorsi assistiti e informazioni utili riguardanti il territorio, la città e i suoi beni storico-culturali-artistici.

Promuovere conoscenza, valore e cultura con una strategia di innovazione coordinata.

BREVE DESCRIZIONE



Business Idea

I LIVE UMBRIA è un ambizioso **progetto di promozione turistica del territorio**, che potrà essere realizzato unendo il settore pubblico e quello privato per una promozione integrata del territorio, che racchiude tutte le caratteristiche e tecnologie che contraddistinguono l'attuale scenario di evoluzione del turismo e del turista.

Il Turismo rappresenta in Umbria un punto di forza e tramite il format “I Live Umbria” si potrà promuovere il territorio, farsi conoscere, farsi trovare, scoprire gli angoli più remoti, costruire una rete di relazioni e aprire nuove canali di promozione attraverso le tecnologie di ultima generazione. Usare le nuove tecnologie per farle diventare semplici e utili per vendere il prodotto “Umbria”.

L’obiettivo di Open Business Communications è quello di essere il veicolo, attraverso una partnership pubblico/privato, per creare un’immagine innovativa, un’idea che prospetta e che propone il brand “Umbria” con tante cose da dire tutte riunite in un’immagine sola, per affrontare nuove dimensioni e nuove frontiere. Iniziare un **percorso innovativo** di comunicazione turistica, basato sul fatto che non esistono più i testimonial di una destinazione, bensì ognuno di noi può essere il testimonial di un determinato territorio.

Oggi il turista non va più “catturato”, ma va emozionato e coinvolto in un processo di **engagement** e di co-creazione del valore. Bisogna dare delle motivazioni importanti affinché il turista si fermi e possibilmente ritorni.

Essere turisti nella nostra città e sentirsi a casa quando si viaggia verso mete lontane. Uno scenario sociologico notevolmente mutato grazie al web e ai social network. Un modo diverso di costruire le vacanze con turisti sempre più interessati a vivere il viaggio come esperienza emozionante e conoscitiva e non solo come occasione di riposo, in cui si cerca **la relazione come primo fattore di soddisfazione per il turismo**. I visitatori diventano sempre più selettivi e competenti.



L'idea del progetto **"I LIVE UMBRIA – A Country to Share"** è quella di unire l'uso della nuova tecnologia Realtà Aumentata (AR) alla valorizzazione del territorio, delle risorse storiche, culturali e paesaggistiche dell'Umbria, sviluppando così un vantaggio competitivo per aumentare l'attrattiva del luogo e creando e promuovendo nuove forme di sviluppo economico sostenibile.

Il progetto mira a sviluppare e rafforzare la conoscenza, la divulgazione, la promozione e la valorizzazione della Regione e dei suoi territori attraverso l'uso della nuova tecnologia Realtà Aumentata. Ciò costituirà un modello di servizi dedicato al miglioramento della qualità dell'offerta turistica e della promozione di tutta la Regione Umbria.

La Realtà Aumentata consente di aumentare, in tempo reale, la realtà che ci circonda con spettacolari elementi multimediali e interattivi (filmati, foto, informazioni, oggetti in 3D, etc.) visualizzabili attraverso uno smartphone o un pc dotato di webcam.

Open Business Communications ha scelto di applicare l'AR ad un mezzo da sempre riconosciuto come icona di espressione e di riconoscimento: la T-Shirt.

La T-Shirt ha un design accattivante, di tendenza e con una componente tecnologica come la Realtà Aumentata, rappresenta una nuova forma di comunicazione interattiva e uno strumento per creare un vincolo emotivo tra la Regione e chi la indossa. Un modo giovane e innovativo per indicare l'appartenenza e il legame verso l'Umbria.

La T-Shirt, concepita come capo d'abbigliamento con uno stile particolare e unico, al fine di soddisfare le tendenze del mercato e indossabile in contesti diversi, costituisce il metodo più rapido affinché il fruitore si senta parte di "I Live Umbria" dando vita a un modo nuovo per essere riconosciuti e distinti dalla massa.



Grazie alla visione in modalità "realtà aumentata" il disegno della t-shirt ripreso dal vivo, mediante la fotocamera, si animerà e appariranno in tempo reale sullo schermo del dispositivo i video suddivisi per percorsi tematici. I video invitano il visitatore a vivere la città e non solo a visitarla; informano e guidano l'utente in un'esperienza unica e accattivante di fruizione personalizzata dei beni culturali, della storia e delle tradizioni. Ciò genererà un forte coinvolgimento emotivo da parte dell'utente, creando un nuovo modo di valorizzazione e fruizione del territorio e fornendo un importante contributo al marketing territoriale e ai beni culturali delle città umbre.

Il progetto prevede inoltre la possibilità, per il turista o il semplice cittadino, di accedere attraverso il portale "I Live Umbria" a tutti i servizi tipici dell'offerta turistica (sistema di ricettività, booking, eventi, prenotazioni, ecc.), ai servizi di pubblica utilità (viabilità ed accesso alla rete di trasporto stradale, servizi di assistenza, informazioni e accoglienza, ecc.) e ai servizi dell'offerta commerciale (artigianato locale, prodotti tipici, ecc.).

Il sistema punta a mettere a disposizione della persona, che entra in relazione con il territorio e i servizi della città, tutti gli strumenti in grado di costruire e condividere la propria personale esperienza di soggiorno e residenza nella città.

L'utente potrà interagire con i beni ritenuti rilevanti, cioè con quei beni in grado di testimoniare e raccontare porzioni di storia, cultura, sentimenti, passioni ed emozioni di una terra (chiese, palazzi, piazze, sculture, dipinti, ecc.), a prescindere da dove siano collocati: in spazi e percorsi naturali e/o urbani (aree protette/ piazze), o in luoghi dedicati (musei). Ogni oggetto è riconoscibile, attivabile e condivisibile direttamente dal dispositivo mobile (cellulare, smartphone, ipad) della persona.

L'obiettivo è quello di voler catturare l'attenzione del turista o del cittadino che vuole apprendere, conoscere, visitare, scoprire il territorio, i luoghi storici, i monumenti, le risorse culturali, i prodotti e i servizi locali offrendo così lo stimolo a vivere esperienze di qualità capaci di suscitare emozioni uniche e irripetibili.

La Realtà Aumentata rende interattivo lo spazio che circonda il fruitore aggiungendo informazioni multimediali alla realtà già percepita "in sé". Permette all'utente di conoscere e valorizzare le risorse storiche archeologiche, culturali e paesaggistiche del territorio aumentandone l'attrattiva e aiutandolo nel percorso cognitivo.

Un modo innovativo per fruire e scoprire il territorio e i suoi beni culturali, una guida turistica virtuale per un museo all'aperto in una sorta di sentiero digitale dove, "inquadrando" gli stessi monumenti della città, si potrà accedere alle informazioni più disparate del territorio in maniera del tutto "fruibile" e "mobile".

La promozione turistica e culturale dell'Umbria e la conoscenza del suo patrimonio artistico avrà un nuovo canale di divulgazione e informazione attraverso l'uso della nuova tecnologia digitale Realtà Aumentata, la



quale viene già considerata un nuovo linguaggio di comunicazione con un bacino d'utenza che registra una crescita imponente.

L'obiettivo di Open Business Communications è COMUNICARE e CONDIVIDERE L'UMBRIA, fornendo ai turisti e ai cittadini uno strumento per conoscere e scoprire al meglio il territorio in cui si trovano.



La familiarità con una destinazione esprime l'interesse che un Turista ha verso un determinato luogo. Ciò può essere dovuto a fattori culturali (l'arte, la letteratura, la storia), paesaggistici, enogastronomici, ognuno dei quali contribuisce con peso ogni volta diverso a creare nelle persone un immaginario, fatto di suggestioni che si traducono poi in spinte motivazionali a visitare il territorio, cercandone proprio gli aspetti che permettono di soddisfare quelle curiosità.

La forte familiarità con i luoghi rende i turisti esperti del territorio, affina le loro esigenze, li spinge alla ricerca degli aspetti nuovi, sempre più lontani da quelli a portata di mano, che sono i primi con cui si entra in contatto. In termini turistici questo approccio si traduce nella ricerca di servizi sempre più sofisticati, nell'esigenza di scoprire e poter raggiungere gli angoli meno battuti e le risorse meno conosciute che una destinazione può offrire. Tutto questo può apportare un importante valore aggiunto al territorio e a chi lo abita, a patto che sia reso altamente fruibile attraverso le informazioni e raggiungibile attraverso i collegamenti.

Un elevato grado di conoscenza influisce anche nell'approccio che le destinazioni hanno verso i propri mercati di riferimento e suggerisce una comunicazione e una promo – commercializzazione sempre più raffinate, che puntino sull'innovazione delle proposte e delle modalità di fruizione.



Valenza Innovativa

La Realtà Aumentata (dall'Inglese "Augmented Reality", da cui ne deriva l'acronimo AR) è una prospettiva ormai sempre più concreta. Geotagging e smartphone hanno infatti reso possibile una nuova visione mediata della realtà che consente di portare sullo schermo degli smartphone informazioni aggiuntive sulla realtà che ci circonda.

L'AR (*Realtà Aumentata*) si basa sulla sovrapposizione al mondo reale di elementi virtuali, creando così una nuova forma di comunicazione e ricoprendo di informazioni aggiuntive la nostra vita quotidiana. La finalità è l'introduzione di elementi multimediali in sovrapposizione alla realtà per simulazioni immediate, rendendo così gli oggetti più informativi ed utili. Dare uno strumento ai turisti e ai cittadini per conoscere e scoprire meglio il territorio in cui si trovano. E' un avanzato sistema interattivo che permette di far interagire reale e virtuale, così da amplificare le potenzialità dell'informazione, sia da un punto di vista funzionale che emozionale, oltre che a trasformarla in un'inesauribile fonte d'intrattenimento.

Usi della realtà aumentata:

- Sovrapposizione di informazioni istituzionali



- Sovrapposizione di informazioni mirate all'utente (Augmented Advertising)
- Sovrapposizione di informazioni specifiche vendute come servizio e preselezionate dall'utente sulla base dei suoi interessi e della sua ricerca locale
- Sovrapposizione di informazioni personali, depositate dall'utente o da altri utenti all'interno di una data comunità

Grazie alla realtà aumentata è possibile infatti ricevere, in tempo reale, informazioni su un luogo, un monumento oppure un oggetto semplicemente visualizzandolo tramite la fotocamera del proprio smartphone. Un'apposita applicazione si occupa di individuare la posizione geografica dell'utente, riconoscere in relazione ai dati raccolti quanto ripreso dal sensore della fotocamera e di scaricare tutte le informazioni utili dalla Rete, sovrapponendole all'immagine mostrata sul display offrendo una nuova esperienza di navigazione. Con la realtà aumentata è possibile ad esempio conoscere i dettagli di un'opera d'arte, individuare la stazione della metro più vicina alla propria posizione, oppure scoprire i punti di interesse nelle proprie vicinanze.

Per fruire di tali informazioni è sufficiente utilizzare un smartphone di ultima generazione (iphone, android, tablet, etc.) sul quale è stata installata l'applicazione di realtà aumentata. "Puntando" la fotocamera del telefono sull'oggetto di interesse si possono ricevere una miriade di informazioni provenienti da un sistema di gestione di contenuti geo referenziato. ovvero un sistema il quale riconosce il luogo, l'oggetto o il logo al centro dell'obiettivo. Attraverso la connessione a internet ci fornirà un insieme di contenuti quali i punti d'interesse della zona, mappe, contenuti interattivi fino ai contenuti aggiuntivi, quali i commenti di altri viaggiatori, ricerca di coupon e sconti negli esercizi circostanti, ubicazione di bancomat, ristoranti, etc.

All'utente verrà garantita un'esperienza esclusiva usando uno smartphone come semplice interfaccia facendo sì che tutti potranno fruire dei contenuti in AR attraverso modalità di interazione estremamente semplici e intuitive, avendo a portata di mano la possibilità di avere informazioni contestuali all'ambiente circostante. Puntando semplicemente la fotocamera del nostro cellulare su un "punto di interesse", avremo livelli di informazione aggiuntiva: foto, video, testo, animazioni 3D, interazioni con i social network. Il punto di forza è proprio la semplicità d'uso della nuova tecnologia da parte dell'utente legata all'accessibile costo di sviluppo e sostenibilità da parte degli addetti ai lavori.

L'applicazione della Realtà Aumentata porterà nuove forme di interazione, informazioni in tempo reale e facile accesso ai contenuti. Diventerà un utile strumento di guida che fornirà al turista un nuovo modo per immergersi nella realtà che lo circonda, rendendo così accessibili e sostenibili nuove forme di turismo dedite alla valorizzazione del patrimonio storico-culturale della Regione e aumentandone l'attrattività. Far vedere e far conoscere si trasformerà in un'esperienza unica ed emozionante che farà vivere realmente la storia, la cultura e l'ambiente di tutto il territorio umbro.

L'AR permette di fatto l'attivazione di nuovi servizi e azioni migliorative (in termini qualitativi/quantitativi) di servizi già esistenti sul territorio. Non occorre inventare cose nuove, ma dare loro una nuova forma di



comunicazione. In tal modo si possono operare interventi di innovazione, sia di processo sia di contenuto, che comportano un rafforzamento delle attività/servizi di un territorio con un ampliamento del loro raggio di ricaduta, e, soprattutto, di un miglioramento della loro sostenibilità economica ed organizzativa.

Le possibilità di fruire di questa innovativa tecnologia si dividono in due tipologie:

- Riconoscimento Marker 2D (QR-Code o AR-Tag) che, inquadrati dalla videocamera del dispositivo, ci forniscono delle informazioni in merito al marker che abbiamo inquadrato, con contenuti multimediali, elementi virtuali, animazioni 2D e 3D.
- GeoLocation (PoI - Punti d'Interesse) (device mobile, smartphone, ipad...)
 - Il cellulare inquadra un panorama, un punto d'interesse, etc...
 - riceve la sua posizione dal sistema GPS,
 - trasmette la posizione ad un server web
 - il server web trasmette al cellulare il contenuto da sovrapporre al flusso video inquadrato
 - il cellulare è in grado di dare informazioni turistiche, storiche e di ogni altro genere all'utente

Con il successo del web 2.0, i viaggiatori, nella ricchezza delle informazioni disponibili e dei commenti condivisi, vivono con grande attesa il momento della partenza. Ciò è fondamentale perché questa ricerca di emozioni, di intensità, di identità simbolica dell'esperienza del viaggio matura molto prima del viaggio e si coltiva in un lungo tempo di aspettativa che ha nei social media il primo luogo di formazione-informazione.

Si è passati da una competizione basata sulle caratteristiche distintive di una destinazione turistica – storia, natura, prezzo – ad una competizione basata anche e soprattutto sulla creazione di **esperienza emozionale** per i diversi segmenti di mercato.

Il **web**, in tutte le sue declinazioni “**2.0**” (Social Network, Blog, etc...) e il mondo del **mobile phone** (Realtà Aumentata, Qr-Code, Geo-localizzazione, etc..) hanno cambiato completamente l'esperienza turistica e i modelli di promozione del territorio. Le parole chiavi sono **interazione, partecipazione, condivisione.**



ESPERIENZA DI VIAGGIO 2.0



Nasce il “turista 2.0”, proiettato sui servizi online (prenotazioni), turismo virtuale (Flickr, Google Maps, Google Earth, ecc), connettività e convergenza (l’essere sempre connesso), mobile phone e apps (usare le applicazioni per migliorare la propria esperienza sul posto), condivisione e partecipazione.

Il **viaggio diventa esperienza emozionante e conoscitiva**. Parliamo di **microturismo** (esplorare il proprio territorio) e di **connettività globale**, ovvero si dà la totale importanza a una competizione basata anche e soprattutto sulla creazione di esperienza emozionale per i diversi segmenti di mercato. I nuovi fattori competitivi, in tal senso, sono il **crowdsourcing** e il **partecipative sensing**.

Per crowdsourcing intendiamo una pratica sempre più diffusa che tende a consultare la comunità virtuale per la ricerca di soluzioni, idee e contenuti. Organizzazioni e singoli individui possono attingere a competenze di ogni tipo sparpagliate nella rete. Il participatory sensing, invece, è un nuovo paradigma che consente alle persone di percepire volontariamente il proprio ambiente usando dei sensori già disponibili su device come gli smartphone, e di condividere queste informazioni usando internet. Da qui si passa al concetto di **Geotagging, Social Network e Realtà Aumentata**: Facebook Places, Google Latitude, Foursquare, Layar, Wikitude, Junaio, applicazioni che aiutano il turista a vivere in toto il posto nel quale si trovano: è come se l’utente, visitando un luogo, fosse in possesso di tutte le informazioni che gli servono per comprenderlo al 100%.

La Realtà Aumentata, **sovrapposizione di informazioni multimediali su immagini viste attraverso la webcam di un pc o uno smartphone**, può offrire al settore turistico innumerevoli opportunità.



Rappresenta uno strumento di promozione del territorio molto interessante che permette all'ente di sperimentare nuovi modi di comunicare con il turista, mescolando i piani dell'offline con quelli della virtualità data dalle applicazioni mobile.

La Realtà Aumentata va decisamente di pari passo con i dispositivi mobile e con i social media, declinati in chiave di geolocalizzazione.

Partendo da un'analisi numerica sui web mobile users (i-phone, blackberry e android la fanno da padroni sugli altri devices), si è constatato che:

- Su **428 milioni di cellulari** venduti nel mondo nei primi 4 mesi del 2011 23,8% sono smartphone, con un incremento del 85% rispetto al 2010. (*Fonte: Gartner*).
- Utenti sempre connessi: **16,5 milioni di italiani** possiedono uno smartphone (*Fonte: Virgilio Mobile*)
- Internet Economy: 31,6 miliardi di euro il valore in Italia nel 2010 (*Fonte: Boston Consulting Group*)
- 14,3 miliardi il fatturato dell' E-Commerce in Italia, 31,4% quello del settore turismo (*Fonte: Boston Consulting Group*)

Secondo alcune previsioni affidabili, **nel 2020 i mobile devices supereranno i computer nell'accesso al web**. Prova ne è il fatto che, ogni minuto, viene prodotta una nuova app, e ad oggi sono 2 miliardi le app vendute in tutto il mondo.



T-Shirt AR

La gente viaggia, colleziona oggetti. Ma non sono tanti gli oggetti in sé ad essere importanti, ma quello che essi rappresentano. L'essenza della T-Shirt "I Live Umbria" è proprio questa. L'importanza di avere una T-Shirt che rappresenti il territorio, il simbolo e ricordo dell'esperienza vissuta.

L'efficacia del gadget ricordo come la T-Shirt, con in più quel plus tecnologico-emozionale, risiede proprio nel valore intrinseco che trasmette la T-Shirt, e nella possibilità di poter visualizzare dei video tematici (in Realtà Aumentata) inerenti al territorio. Ogni video immortalava una determinata emozione, sensazione e racconta un'esperienza. L'effetto-stupore incoraggia inoltre a condividere le proprie esperienze positive.

Il punto di forza è l'utilizzo della T-Shirt che genera un forte coinvolgimento emotivo grazie alla componente tecnologica quale la Realtà Aumentata, quale mezzo di comunicazione per trasmettere l'identità, la qualità, la specificità e l'unicità del prodotto Umbria. Senza contare che questa fetta di visitatori porterà a una conoscenza ed a pubblicità gratuita del brand Umbria ogni qualvolta indosserà la T-Shirt, sempre e in qualsiasi luogo o Paese.

L'esclusività della T-Shirt (acquistabile solo in loco) testimonia l'esperienza fatta e la relazione vissuta con la regione Umbria. A parità di contenuto della comunicazione, ad esempio legata alla bellezza di un'esperienza in un certo luogo, ognuno di noi è portato a dare maggiore fiducia se la fonte dell'informazione è uno-come-lui. Il livello di fiducia è ancora superiore se l'informazione viene da un "amico", una persona appartenente cioè alla propria rete sociale.

L'idea è quella che un turista, acquistando la T-Shirt, può usufruire di contenuti AR a tema "promozione turistica dell'Umbria" grazie al proprio dispositivo mobile (cellulari ultima generazione) ed utilizzare un portale dedicato tramite un normale pc o uno smartphone. Nel portale sarà possibile trovare applicazioni in Realtà Aumentata finalizzate alla promozione turistica legate alle emozioni tipiche che il territorio può offrire.



© Umbria - I Live Umbria



Punti di forza e fattori di successo di I LIVE UMBRIA

“I Live Umbria” e il concetto della T-Shirt AR, l’importanza di comunicare il territorio, il valore che essa rappresenta e la sua esclusività.

In breve tempo è cambiato il modo di vivere l’esperienza turistica e di conseguenza cambiano i modelli di promozione del territorio.

Si è passati da una competizione basata sulle caratteristiche distintive di una destinazione turistica – storia, natura, prezzo – ad una competizione basata anche e soprattutto sulla creazione di esperienza emozionale per i diversi segmenti di mercato.

I nuovi fattori competitivi sono:

- saper coinvolgere le persone
- capacità di stimolare l’immaginario e raccontare il territorio
 - il geotagging e il ruolo delle applicazioni per la creazione di un’esperienza memorabile
- la capacità di farsi trovare in rete
 - social media marketing
 - operare sui motori di ricerca
 - migliorare rating e fidability
- la capacità di curare la reputazione di una destinazione
 - la capacità di valorizzare la memoria di una destinazione

La **Realtà Aumentata** è uno strumento veloce e performante rispetto alla brand awareness di un territorio. Unisce la novità di una tecnologia all’avanguardia con la portabilità dei cellulari di ultima generazione. La AR è immediatamente fruibile e, tendenzialmente, ricca di infiniti contenuti. Attraverso la webcam dello smartphone la realtà si arricchisce di informazioni culturali, commerciali e sociali.

In questo progetto, viene sviluppata in modo da dare servizi e contenuti ai cittadini e ai turisti che soggiornano in Umbria, trasformando le informazioni in comunicazione e arricchendo l’esperienza turistica con stimoli emozionali.

La convergenza tra la Realtà Aumentata e Mobile genererà un’infinità di opportunità per creare strategie di marketing e comunicazione innovative

Confermata come un nuovo canale di comunicazione e interazione, la potenzialità della Realtà Aumentata è proprio quella di rendere il fruitore/consumatore protagonista e partecipe, anziché spettatore passivo dell’ambiente che lo circonda.



Le possibilità e i vantaggi derivati dall'utilizzo di un questa tecnologia sono molteplici:

- Maggiore fruizione per l'utente
- Informazioni in tempo reale
- Coinvolgimento emotivo del visitatore
- Miglioramento della comunicazione turistica
- Accesso alle informazioni in ogni luogo ed in ogni momento
- Possibilità di tracciare le campagne di promozione e di comunicazione
- Facilitazione della condivisione e la diffusione delle informazioni
- Possibilità di creare prodotti turistici "contestualizzandoli" con il territorio e il Qr code.
- Creazione una segnaletica turistica del tutto "emozionale" [video, immagine, testo, foto]
- Realizzazione di totem informativi all'interno di città e/o strutture turistiche
- Etc...

Attraverso la T-Shirt AR e un semplice dispositivo portatile si potrà aumentare il fascino del territorio, dell'attrazione turistica stimolando i visitatori ad approfondire il più possibile la loro conoscenza.

Tramite la T-Shirt verrà promosso e veicolato il Brand Umbria, con in più il valore aggiunto della Realtà Aumentata e tutto ciò che essa incorpora e rappresenta.

L'importanza di avere una T-shirt che rappresenti l'Umbria e i suoi luoghi, è data dal messaggio intrinseco che racchiude l'oggetto in sé. Rappresenta inoltre un potente strumento di marketing ed il metodo più comunicativo per valorizzare e diffondere un Brand.

La T-Shirt I LIVE UMBRIA vuole stimolare curiosità ed interesse grazie al suo design accattivante e alla moda, e alla componente tecnologica Realtà Aumentata inserita nel disegno.

Vuole coinvolgere attivamente i suoi consumatori: persone che fanno scelte consapevoli, che capiscono l'importanza di veicolare ed indossare un certo tipo di messaggi piuttosto che altri. Persone che non si limitano a vestire passivamente una maglietta, ma che decidono di indossare e trasportare sogni, arte, concetti, idee, emozioni.

Open Business Communications si inserisce in questo contesto, utilizzando una "T-Shirt Aumentata" per innovare e valorizzare rispettando l'identità della Regione Umbria.



Il format “I LIVE UMBRIA”

Open Business Communications ha già acquistato il dominio www.iliveumbria.com.

I LIVE UMBRIA sarà il punto di partenza di tutto ciò che caratterizzerà l’Umbria in Realtà Aumentata.

Il portale I Live Umbria (www.iliveumbria.com) è il contenitore tramite il quale sarà possibile fruire di tutte le applicazioni e i contenuti in realtà Aumentata. Un portale dinamico e moderno, con contenuti accattivanti e informazioni accessibili, utili sia per il cittadino che per il turista.

I Live Umbria rappresenta:

- Un sistema integrato di servizi volti a promuovere lo sviluppo e la conoscenza del territorio, creando un insieme di servizi tecnologici avanzati che consentirà agli operatori turistici e commerciali ed ai loro clienti di accedere in modo innovativo ai servizi tradizionali.
- Un innovativo portale web 2.0 per la promozione delle attività locali, delle città e dei piccoli borghi che integra tecnologie innovative ed aspetti tipici del Social Network.
- Un’innovativa piattaforma digitale per la promozione e la fruizione integrata di servizi multimediali.
- Un’area retail innovativa che offre l’opportunità ai clienti di coniugare molteplici esperienze di acquisto e di arricchimento culturale.
- Un concept store che innova le esperienze di soggiorno nel settore del turismo

Il vantaggio è quello di avere piattaforme che riescono contemporaneamente a sapere chi o cosa è presente o si muove (persone o oggetti), aggiungendo i contenuti multimediali di volta in volta più adatti. Nel marketing e nella comunicazione si può utilizzare questa sinergia per aumentare la portata del proximity e del behavioural marketing, implementando azioni e campagne mirate che agiscono focalizzando opportunità per esperienze di brand e prodotto ‘al momento e al posto giusto’.

Fasi del Turismo



I vantaggi che derivano dal format “I Live Umbria”:

- Arricchimento dell’esperienza di viaggio nel territorio
- Accessibilità alle informazioni
- Promozione non invasiva: raggiunge il turista nel posto giusto al momento giusto
- Condivisione tra reti e individui
- Crowdsourcing territoriale: la ricchezza informativa aumenta con il contributo di tutti

La T-Shirt, può essere inoltre utilizzata come una sorta di carta delle emozioni, collegata ai percorsi tematici attraverso cui viene promosso il territorio, con la possibilità di usufruire di una scontistica e di agevolazioni.

Affinché il turista possa scoprire dove usufruire di queste agevolazioni sarà realizzata un’applicazione in AR (scaricabile gratuitamente attraverso la registrazione al portale I Live Umbria) per visualizzare quali attività intorno a lui sono aderenti al circuito e quali sconti gli offrono. La Realtà Aumentata consente di sovrapporre una serie di informazioni alla realtà che viene inquadrata attraverso la webcam dello smartphone.

Attraverso l’applicazione sarà possibile individuare inoltre i punti di interesse e le imprese inerenti al circuito. L’utente, molto semplicemente, può, muovendosi per la città e inquadrando la sua visuale attraverso la fotocamera del cellulare, vedere dove sono i punti di interesse del luogo. E poi può interagire con essi e vedere tutta una serie di informazioni aggiuntive, può consultarle, selezionando tutta una tipologia di imprese (ristoranti, hotel, negozi, musei, prodotti tipici, noleggi biciclette, etc...) o di percorsi tematici (cicloturismo, ippovie, enogastronomia, cultura, storia, religione, etc...).



Un portale è un'azione di marketing, e come tale deve presupporre analisi di contesto, individuazione di obiettivi e strategie, come ogni altra buona operazione di marketing. Inoltre deve essere coerente e coordinata con le altre azioni di marketing off line. Spesso si vede l'indirizzo dei portali su tutte le brochure di una destinazione, poi si va a vedere questi siti e si scopre che non contengono nulla di più di quando già presente nel cartaceo. Operazioni di questo tipo non hanno senso.

Applicazioni e siti web ottimizzati stanno letteralmente cambiando il modo di viaggiare. La prenotazione, i mezzi di trasporto, la scelta dei percorsi e, più in generale, la pianificazione dell'intera vacanza, avviene sempre di più tramite dispositivi mobile. Questo significa possibilità di nuove e più ricche possibilità di marketing per connettersi con i consumatori, prima, durante e dopo i loro viaggi.



In questo ambito Open Business Communications intende realizzare un **circuito** con tutta una serie di imprese, servizi e prodotti turistici che si vogliono mettere in rilievo e avere massima visibilità.

Il portale, www.iliveumbria.com, oltre a **fornire informazioni** su numerose categorie, utili sia al cittadino che *al turista, video tematici, applicazioni in realtà aumentata, da la possibilità di vedere tutte le imprese che offrono una serie di agevolazioni e di sconti, offrendo così una maggiore visibilità alle attività e una maggiore usabilità agli utenti in cerca di negozi, ristoranti, hotel, ecc.*



Il **portale** è fruibile in due modi: sul dispositivo mobile e su un normale pc. Parte dei contenuti saranno visualizzabili solo da chi è in possesso della T-Shirt (come per esempio i video dei percorsi tematici).

Il sistema di georeferenziazione permette di creare innumerevoli inserzioni pubblicitarie che possono essere una semplice segnalazione su mappa di una attività commerciale fino alla distribuzione di contenuti multimediali complessi. Inoltre, grazie all'acquisto della T-shirt, nel portale possono essere distribuiti contenuti extra, si può partecipare a blog, social network, eventi e promozioni.

L'informazione è potere. È anche la chiave per un efficace mantenimento dei clienti/turisti, perchè se li conosci davvero sei in grado di offrirti un servizio migliore e rispettare le loro esigenze.

Coloro che accederanno al portale avranno la possibilità di registrarsi per poter usufruire di ulteriori servizi, video tematici aggiuntivi e scaricarsi applicazioni in Realtà Aumentata.

Tramite i dati di registrazione c'è quindi la possibilità di raccogliere tutte le informazioni che potranno essere utili agli operatori del settore. Tracciare i dati e i comportamenti dei clienti: genere, stato civile, professione, data di nascita, modalità e frequenza di soggiorno, possono diventare dettagli rilevanti da utilizzare per una comunicazione strategica e targettizzata e per offrire servizi che entusiasmino i turisti.

Prevedere le richieste del turista. Sorprenderlo. Farlo sentire a casa senza risultare invadenti.

I Social Media servono a creare i vincoli fra le persone e le aziende, le destinazioni turistiche. Il Risultato è raccogliere consensi ed avere persone entusiaste legate da un vincolo emozionale con il Brand Umbria che racconta le sue esperienze positive nel territorio.



“Il Turista è il media: fino a ieri le destinazioni raccontavano storie di se stesse, oggi le destinazioni sono quelle che le persone raccontano di loro”¹: in questa frase c’è il principio del marketing turistico 2.0.

La rete parla di noi, anche se noi non ci siamo.

La presenza in rete va finalizzata ed orientata alla produzione di contenuti rilevanti e servizi.



I LIVE UMBRIA è una piattaforma flessibile:

- Ricevere ed inviare notizie in tempo reale
- Collegare i blog
- Condividere i link e i file di altri portali (piccoli borghi, comuni, etc..)
- Geolocalizzabile
- Applicazioni per integrazioni con altri servizi
- Versione mobile e off-line

I LIVE UMBRIA rappresenta:

- Web come piattaforma
- Applicazioni come servizi
 - Mobile App in Realtà Aumentata
- Differenziazione dei dispositivi, quindi software interoperabili e multiplatforma
- Controllo dei Dati (generati dagli utenti)
 - Analytics: visite, provenienze, etc...
 - Iscrizioni ai feed RSS
 - Iscrizioni alle Newsletter
 - Tracce lasciate dagli utenti sui vari servizi “social”
- Contenuti generati dagli utenti

¹ Sabrina Pesarini - Digital Marketing Consultant presso [Four Tourism](#)



- Blog
- Video
- Foto
- Commenti
- Geolocalizzazione – informazioni sulla località
 - Dove siamo
 - Come arrivare
 - Cosa succede (eventi nel territorio...)
- Studiare i comportamenti dei turisti e monitorare il fenomeno turistico
- Marketing
- Social media monitoring (monitorare il Brand)
- Modello di business
- Customer Care (coinvolgere i clienti)