

intut

INTELLIGENT NARRATIVE THREADS AND URBAN INTERNET OF THINGS

Ing. Paolo Alongi





- ❖ Il **primo obiettivo** è conoscere i **driver emozionali** che portano il visitatore a immergersi nella città
- ❖ Lavoro basato sulle indagini svolte soprattutto all'estero nel mondo dei grandi parchi a tema
- ❖ Metodologie all'incrocio tra sociologia e psicologia del turismo
- ❖ Disegnare nelle sue complesse articolazioni l'**immaginario esperienziale del turista**
- ❖ Comprendere per poter assecondare la sua **aspettativa** di **immedesimazione** e di **avventura conoscitiva**

## Tourism imaginaries

## Attrazioni: Roma

Attrazioni (522)

Attività (400)

Vita notturna (109)

Shopping (98)



Nome

### Attrazioni consigliati/e dai viaggiatori

522 di 522 strutture visualizzate

In ordine di

#### Chiesa di San Luigi dei Francesi



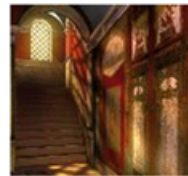
Posizione n. 1 di 522 attrazioni a Roma  
5.0 1.058 recensioni

"Caravaggio da non perdere" 02/04/2013  
"Caravaggio" 01/04/2013

Categoria: Siti religiosi; Chiese / cattedrali

Mappa | Foto dei visitatori (90)

#### Le Domus Romane di Palazzo Valentini



Posizione n. 2 di 522 attrazioni a Roma  
4.5 770 recensioni

"Molto bello da vedere ma la guida peno..." 02/04/2013  
"Da non perdere" 01/04/2013

Categoria: Musei; Siti storici

Mappa | Foto dei visitatori (21)

#### Roman Empire Tours Vatican Museum



Posizione n. 3 di 522 attrazioni a Roma  
5.0 238 recensioni

### Gli ospiti di hotel sono entusiasti di...



Artemide Hotel  
5.0 2.562 recensioni  
Roma, Lazio

Recensioni



iQ Hotel Roma  
5.0 1.534 recensioni  
Roma, Lazio

Recensioni



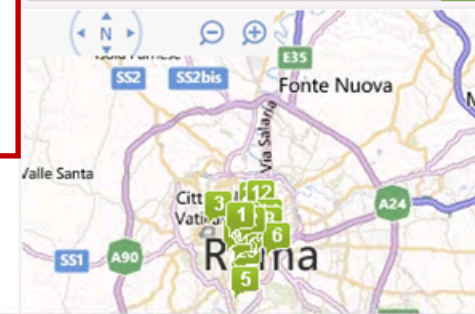
Sofitel Rome Villa Borghese  
5.0 997 recensioni  
Roma, Lazio

Recensioni

Tutti gli hotel in Roma (1264)

### Cerca per località

Cerca per indirizzo o per punto d'interesse





- ❖ Il **secondo obiettivo** è quello di generare, per ciascun luogo, **contenuti coinvolgenti** e non scontati
- ❖ I contenuti devono esprimere il vissuto profondo e la storia del luogo; devono dipanarsi dinamicamente e non essere freddamente predefiniti
- ❖ Metodologia: scavare nella complessa stratificazione di **storie sulla città** e i suoi luoghi (archivi, biblioteche, letteratura out of print); selezionare e digitalizzare e suddividere i materiali in “atomi” tematici indicizzati semanticamente e topograficamente
- ❖ I contenuti elementari possono essere ricombinati in **filiere narrative** coinvolgenti, personalizzate in funzione dell’utente, che seguono dinamicamente i percorsi di visita liberamente scelti

## Ingegneria dei contenuti



- ❖ Il **terzo obiettivo** è quello di fare dell'ambiente urbano un **continuum dialogante** con il visitatore
- ❖ La visita di più luoghi separati diviene esperienza in un luogo coeso e conduttivo, dove l'ambiente è attivo al pari del visitatore
- ❖ Copertura continua di **connettività** wi-fi, **sensorizzazione** dei points of interest, capacità elaborativa locale distribuita: i monumenti sono in rete tra loro e con un centro di comando e controllo
- ❖ I sensori consentono al monumento di "riconoscere" l'utente e dialogare con lui, raccontando le storie che lo riguardano, e integrando il percorso già svolto con nuovi suggerimenti di visita, etc.

## Intelligenza ambientale



- ❖ Capire **l'immaginario del turista** significa disegnare storie avvincenti
- ❖ Queste a loro volta possono nutrirsi di **contenuti selezionati e ben narrati**
- ❖ La narrazione è resa **dinamica** dall'ambiente urbano attivo
- ❖ L'ambiente urbano "conosce" il visitatore
- ❖ Gli parla e lo accompagna nella visita
- ❖ Percorsi liberi, contenuti narrativi e **monumenti "parlanti"** creano un effetto di immersione e di avventura
- ❖ Prato e Pisa, sedi di sperimentazione, rappresentano il modello ideale delle 100 città medie d'Italia che possono trasformarsi in nuove "smart cities"

## Riassumendo



- **SPACE SpA Capogruppo** Impresa di comunicazione ed economia culturale, la valorizzazione dei contesti urbani con nuovi servizi al turismo culturale;
- **META srl**, impresa leader nel campo delle applicazioni di linguistica e knowledge management, le attività di authoring di contenuti dinamici;
- **NEXSE** e **01S**, system integrators e software provider, le applicazioni di gestione dell'informazione in ambiente mobile;
- **MIZAR srl**, realtà leader della comunicazione scientifica grazie alle attività di Piero Angela e Paco Lanciano, le tecniche di rappresentazione mediante realtà aumentata;
- **SOFTEC**, software factory leader nelle applicazioni evolute di rete, gli sviluppi legati alla pervasività della Internet of Things.
- **Università degli Studi La Sapienza di Roma**;
- **IRAT CNR**
- **Comune di Prato**
- **Comune di Pisa**

## Partenariato



Il partenariato risponde a **criteri di eccellenza**: ogni proponente ha dimostrato una leadership ideativa e tecnologica nel proprio dominio tale da porsi in una posizione di eccellenza nel quadro nazionale (con importanti proiezioni a livello europeo);

i proponenti hanno skill, know how e capacità complementari, che messe assieme contribuiscono a conseguire un “capability improvement” e un “progress beyond the state of the art” altrimenti non raggiungibile dai singoli proponenti.

Il partenariato proponente di INTUIT è **radicato nel territorio toscano e laziale**; tuttavia, quasi tutte le aziende partecipanti hanno una chiara proiezione sovraregionale, ed **operano sull'intero territorio nazionale**.

Ciò conferisce all'aggregazione una struttura che affianca alla specificità del territorio (luogo di elezione per i temi del turismo culturale) una connotazione settoriale/disciplinare (più vicina al concetto di laboratorio pubblico privato), che esprime filiere di eccellenza scientifico tecnologica, capaci di coinvolgere, al fianco delle imprese, gli enti e le università operanti anche in contesti territoriali diversi

## Partenariato





**Dott. Flavio Tariffi – SPACE S.p.a.**  
*Responsabile progetti e innovazione*

Via Torelli, 24  
I-59100 Prato - ITALY  
tel. +39 0574 27256  
fax +39 0574 401443

Mobile +39 348 3509417  
Email: [flavio.tariffi@spacespa.it](mailto:flavio.tariffi@spacespa.it)  
<http://www.spacespa.it>  
Skype: ftariffi

**Contatti progetto**



**Paolo Alongi**  
**SPACE S.p.A.**

[paolo.alongi@spacespa.it](mailto:paolo.alongi@spacespa.it)



**Grazie per l'attenzione**