



Metodologie, strumenti e servizi innovativi per lo sviluppo del patrimonio culturale dei Geo-Archeo-Siti

OR4 - Fruizione

Attività 4.5 - G.A.S "parlanti", sistema ubiquitario di interazione per la loro fruizione

REPORT – Resoconto sintetico dell'Attività

Interazione tra app mobile e sensori nel turismo

Articoli analizzati:

1. Xiang, Z., Du, Q., Ma, Y., & Fan, W. (2017). A comparative analysis of major online review platforms: Implications for social media analytics in hospitality and tourism. *Tourism Management*, 58, 51-65.
2. Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). Smart tourism destinations: Enhancing tourism experience through personalisation of services. In *Information and communication technologies in tourism 2015* (pp. 377-389). Springer, Cham.
3. Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179-188.
4. Li, X., & Wang, D. (2017). Tourism destination recommendation using user-generated photos and sentimental analysis on social media. *Journal of Travel Research*, 56(4), 465-479.
5. Sigala, M. (2016). Disruptive technologies in tourism: Redefining experiences, co-creating value and enabling engagement. *Tourism Management Perspectives*, 18, 1-3.
6. Wang, D., Li, X., Liang, Y., & Huang, J. (2018). Mobile app usage in tourism and hospitality: A literature review. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 9(2), 253-272.
7. Xiang, Z., & Fesenmaier, D. R. (2017). Introduction to the special issue on smart tourism: convergence of information technologies, experiences and theories. *Journal of Travel Research*, 56(8), 939-951.

Sintesi dell'analisi:

L'integrazione di applicazioni mobili e sensori è diventata sempre più popolare nel settore del turismo. Le applicazioni mobili forniscono ai turisti una piattaforma per accedere a informazioni rilevanti, come mappe, recensioni e raccomandazioni, mentre i sensori consentono di raccogliere dati sull'ambiente circostante, come temperatura, umidità e posizione. Insieme, queste tecnologie possono migliorare l'esperienza turistica fornendo informazioni personalizzate e in tempo reale.

Una tendenza è l'uso di applicazioni mobili per creare guide turistiche virtuali, che possono fornire ai visitatori informazioni su attrazioni vicine, punti di riferimento storici e altri punti di interesse. Queste applicazioni possono essere personalizzate in base agli interessi e alle preferenze specifiche dei singoli turisti, offrendo un'esperienza più personalizzata.

Un'altra tendenza è l'uso di sensori per monitorare il comportamento e le preferenze dei turisti. Ad esempio, i sensori possono essere utilizzati per monitorare il traffico pedonale in determinate aree di una città, aiutando le aziende e gli urbanisti a ottimizzare le strategie di marketing e le infrastrutture. I sensori possono anche essere utilizzati per monitorare i fattori ambientali, come la qualità dell'aria e i livelli di rumore, che possono fornire informazioni preziose ai turisti quando pianificano i loro viaggi.

Nel complesso, l'integrazione di applicazioni mobili e sensori nel turismo ha il potenziale per rivoluzionare il modo in cui i turisti pianificano e vivono i loro viaggi. Fornendo informazioni personalizzate in tempo reale, queste tecnologie possono migliorare la qualità complessiva dell'esperienza turistica, rendendo il viaggio più piacevole ed efficiente.

Social-networking culturale

Articoli analizzati:

1. Hinton, S., & Hjorth, L. (2013). Understanding social media. Sage.
2. boyd, d., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated communication*, 13(1), 210-230.
3. Hogan, B. (2010). The presentation of self in the age of social media: Distinguishing performances and exhibitions online. *Bulletin of science, technology & society*, 30(6), 377-386.
4. Miller, D., & Slater, D. (2000). *The Internet: An ethnographic approach*. Berg.
5. Albrecht, A. (2008). Online social networking as participatory surveillance. *First Monday*, 13(3).
6. Papacharissi, Z. (2010). *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites*. Routledge.
7. Wang, Y., & Fesenmaier, D. R. (2006). Towards understanding members' general participation in and active contribution to an online travel community. *Tourism management*, 27(4), 661-671.
8. Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of computer-mediated communication*, 12(4), 1143-1168.

Sintesi dell'analisi:

Il social networking culturale è un termine utilizzato per descrivere l'uso delle piattaforme dei social media per mettere in contatto individui che condividono un interesse per le esperienze culturali, come l'arte, la musica, la letteratura e la storia. Con l'avvento dei social media, il social networking culturale è diventato sempre più popolare, in particolare nel settore turistico, dove viene utilizzato per promuovere il turismo culturale e mettere in contatto i turisti con le comunità locali.

Ecco alcune delle principali tendenze del social networking culturale in riferimento al turismo esperienziale:

Esperienze culturali virtuali: Con l'avvento delle tecnologie della realtà virtuale (VR) e della realtà aumentata (AR), il social networking culturale viene sempre più utilizzato per fornire esperienze culturali virtuali ai turisti. Ad esempio, i musei e le gallerie d'arte stanno creando tour e mostre virtuali che consentono ai turisti di esplorare i punti di riferimento culturali e le mostre comodamente da casa.

Influencer marketing sui social media: Gli influencer dei social media vengono utilizzati per promuovere le destinazioni e le esperienze del turismo culturale. Questi influencer hanno un grande seguito sui social media e possono contribuire a promuovere le esperienze culturali a un pubblico più ampio.

Esperienze di turismo collaborativo: I social network culturali vengono utilizzati anche per promuovere esperienze di turismo collaborativo. Ad esempio, i turisti possono entrare in contatto

con le comunità locali attraverso le piattaforme dei social media e partecipare ad attività ed eventi culturali, come corsi di cucina, spettacoli musicali e laboratori artistici.

Esperienze culturali personalizzate: Le piattaforme dei social media vengono utilizzate per offrire ai turisti esperienze culturali personalizzate. Ad esempio, i turisti possono utilizzare le piattaforme dei social media per connettersi con le guide locali e ricevere raccomandazioni personalizzate per esperienze culturali basate sui loro interessi e preferenze.

Conservazione culturale: Le piattaforme di social media vengono utilizzate per promuovere la conservazione culturale, sensibilizzando sull'importanza del patrimonio culturale e promuovendo pratiche di turismo sostenibile che proteggono i punti di riferimento e le tradizioni culturali.

In generale, il social networking culturale è una tendenza in crescita nell'industria del turismo, in quanto offre un modo per mettere in contatto i turisti con le comunità locali e promuovere le esperienze culturali e la conservazione. Sfruttando la potenza dei social media, le destinazioni del turismo culturale possono raggiungere un pubblico più vasto e offrire ai turisti esperienze culturali più personalizzate e coinvolgenti.

Nuovi modelli di interazione sociale e dinamiche di fruizione avanzata volti a favorire un elevato soddisfacimento dei bisogni e delle necessità dei visitatori durante la visita ad un sito turistico

Articoli analizzati:

1. Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in tourism management: Twenty years on and 10 years after the internet—The state of eTourism research. *Tourism management*, 29(4), 609-623.
2. Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179-188.
3. Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2015). Technology as a catalyst of change: Enablers and barriers of the tourist experience and their consequences. *The Routledge Handbook of Transport Economics*, 156.
4. Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism management*, 21(1), 97-116.
5. Femenia-Serra, F., Neuhofer, B., & Buhalis, D. (2019). Technology as a catalyst of change: A case study on the impact of digital technology on tourist experiences. *Current Issues in Tourism*, 22(18), 2273-2293.
6. Xiang, Z., Du, Q., Ma, Y., & Fan, W. (2017). A comparative analysis of major online review platforms: Implications for social media analytics in hospitality and tourism. *Tourism Management*, 58, 51-65.
7. Zhang, J., & Li, X. R. (2010). Quality evaluation of tourist attractions based on user-generated content. *Journal of Travel Research*, 49(4), 437-455.
8. Wang, D., Li, X. R., & Liang, Z. (2011). The effects of online reviews on the booking intentions of hotel guests. *International Journal of Hospitality Management*, 30(2), 46-51.

Sintesi dell'analisi:

L'analisi ha condotto ad identificare alcune tendenze legate a nuovi modelli di interazione sociale e a dinamiche di fruizione avanzate volte a favorire un'elevata soddisfazione dei bisogni e dei desideri dei visitatori durante la visita di un sito turistico:

Personalizzazione e customizzazione: I turisti sono sempre più alla ricerca di esperienze personalizzate che rispondano alle loro esigenze e interessi specifici. Per rispondere a questa esigenza, gli operatori turistici stanno sfruttando tecnologie come l'intelligenza artificiale e i big data per offrire raccomandazioni e itinerari personalizzati.

Integrazione dei social media: Le piattaforme dei social media vengono sempre più integrate nelle esperienze turistiche, consentendo ai visitatori di condividere le loro esperienze e di connettersi con altri turisti. Questo può avvenire attraverso app dedicate, mostre interattive e altri mezzi.

Realtà aumentata e virtuale: Le tecnologie di realtà aumentata e virtuale vengono utilizzate per migliorare l'esperienza del visitatore, fornendo esperienze immersive e interattive. Ad esempio, i visitatori possono usare la realtà aumentata per vedere i siti storici come apparivano in passato, o la realtà virtuale per esplorare un'attrazione turistica prima di visitarla di persona.

Sostenibilità: Poiché i turisti sono sempre più consapevoli dell'impatto dei loro viaggi sull'ambiente, le pratiche di turismo sostenibile stanno diventando sempre più popolari. Questo include tutto, dagli alloggi eco-compatibili alla riduzione dei rifiuti e delle emissioni di carbonio.

Esperienze multisensoriali: I turisti cercano esperienze che coinvolgano tutti i sensi, dal gusto all'olfatto, dal tatto al suono. Ciò può essere ottenuto attraverso attività come degustazioni di cibo e vino, mostre interattive e spettacoli dal vivo.

Nel complesso, le tendenze legate ai nuovi modelli di interazione sociale e alle dinamiche di fruizione avanzate nel turismo si concentrano sull'offerta ai visitatori di esperienze uniche e personalizzate, coinvolgenti e sostenibili.

Modelli e tecniche innovative di fruizione di siti turistici

Articoli analizzati:

1. Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). Smart tourism destinations: Enhancing tourism experience through personalisation of services. In *Information and Communication Technologies in Tourism 2015* (pp. 377-389). Springer, Cham.
2. Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179-188.
3. Sigala, M. (2015). Tourism and social media: The transformation of tourism consumer behaviour. *Tourism Recreation Research*, 40(2), 135-143.
4. Buhalis, D. (2016). Technology as a catalyst of change: enablers and barriers of the tourist experience and their consequences. *The Routledge Handbook of Transport Economics*, 245.
5. Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2015). Technology as a catalyst of change: enablers and barriers of the tourist experience and their consequences. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(3), 151-161.
6. Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2015). Technology as a catalyst of change: enablers and barriers of the tourist experience and their consequences. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(3), 151-161.
7. Pencarelli, T., & Raggiotto, F. (2019). Tourist experience in cultural heritage sites: an exploratory study on innovative tools. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 9(1), 28-46.
8. Romão, J., & Vaz, T. (2015). Developing sustainable tourism through information and communication technologies: The case of the Portuguese Rural Tourism Network. In *Information and Communication Technologies in Tourism 2015* (pp. 391-403). Springer, Cham.

Sintesi dell'analisi:

L'analisi svolta sul tema "modelli e tecniche innovative di fruizione dei siti turistici" è sintetizzabile come segue:

Realtà aumentata (AR): La tecnologia AR consente ai visitatori di interagire con i siti turistici in modo più coinvolgente e immersivo, sovrapponendo informazioni digitali all'ambiente reale. Questo può migliorare l'esperienza del visitatore fornendo informazioni aggiuntive, contesto o persino elementi di gamification.

Realtà virtuale (VR): La tecnologia VR può fornire un'esperienza completamente immersiva dei siti turistici, permettendo ai visitatori di esplorarli e interagire con essi in un ambiente virtuale. Questo può essere particolarmente utile per luoghi remoti o di difficile accesso, o per offrire un'anteprima di ciò che i visitatori possono aspettarsi prima del loro arrivo.

Intelligenza artificiale (AI): L'intelligenza artificiale può essere utilizzata per personalizzare l'esperienza dei visitatori, consigliando loro attrazioni, attività e altri servizi in base alle loro preferenze, al loro comportamento o alla loro posizione. L'IA può anche essere utilizzata per

ottimizzare le operazioni e la gestione delle risorse nei siti turistici, analizzando i dati e facendo previsioni sui flussi di visitatori, sulla capacità e sulla domanda.

Turismo sostenibile: C'è una crescente consapevolezza e richiesta di pratiche turistiche sostenibili, che cercano di ridurre al minimo gli impatti negativi del turismo sull'ambiente, sulla cultura e sulle comunità locali. I modelli e le tecniche innovative per il turismo sostenibile possono includere alloggi eco-compatibili, pratiche di turismo responsabile e iniziative turistiche basate sulla comunità.

Digitalizzazione e applicazioni mobili: L'uso della tecnologia digitale e delle applicazioni mobili può migliorare l'esperienza dei visitatori fornendo informazioni in tempo reale, servizi di orientamento e di prenotazione. Queste applicazioni possono anche essere utilizzate per raccogliere feedback e informazioni dai visitatori, che possono informare lo sviluppo e i miglioramenti futuri.

Il lavoro è stato curato da DEMM-UNISANNIO con la collaborazione di DING-UNISANNIO e T&G.