

mTOUR



Consorzio Forma/SNS



PROMO PA
FONDAZIONE

RICERCA, ALTA FORMAZIONE E PROGETTI
PER LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

M-TOUR

Obiettivo del progetto

Il progetto si è proposto la sperimentazione di un sistema di offerta e gestione di servizi turistico-culturali a valore aggiunto per telefonia *mobile* (mobile VAS- Value Added Services turistico-culturali) come modello replicabile su più territori.

In dettaglio gli obiettivi dell'iniziativa sono:

1. la valorizzazione dei contenuti digitali e del ricco corpus informativo sui beni culturali a disposizione degli Enti Locali (Province, Comuni, APT) e Centrali (Soprintendenze) attraverso forme e modalità di comunicazione basate sull'uso della multicanalità.
2. la definizione di un modello di governance e di promo-commercializzazione replicabile in altri contesti territoriali a vocazione turistico – culturale.
3. l'implementazione di uno specifico software per la gestione dei contenuti e l'erogazione di servizi multicanale da mettere a disposizione dei partner di progetto.

Finanziamento Arcus: € 100.000,00

*Francesca Velani, Vicepresidente Promo PA Fondazione
Roma, 12 maggio 2010*

mTOUR



Consorzio Forma/SNS



PROMO PA
FONDAZIONE
RICERCA, ALTA FORMAZIONE E PROGETTI
PER LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Obiettivi del progetto

- ✓ Incremento e re-distribuzione dei flussi turistici verso punti di interesse meno noti: l'adesione di soggetti ubicati in aree caratterizzate da bassi tassi di visitatori ne aumenta la visibilità;
- ✓ potenziamento del territorio come meta turistica di qualità: l'offerta di servizi innovativi accresce l'appeal delle destinazioni turistiche;
- ✓ rafforzamento dei sistemi territoriali: l'utilizzo di opportuni modelli di promozione-commercializzazione supportati dalla tecnologia induce il turista a restare sul territorio coperto dal servizio (circolazione indotta e network territoriale);
- ✓ creazione di un network di servizi innovativi per lo sviluppo turistico;
- ✓ aggiornamento tecnologico degli EELL grazie all'introduzione delle tecnologie CTI
- ✓ riqualificazione degli operatori della cultura, del turismo e delle attività produttive dell'indotto grazie alla creazione del brand del network territoriale;

Potenziali benefici indiretti favoriti dal progetto sono:

- ✓ aumento del grado di soddisfazione dei visitatori grazie all'offerta di servizi integrati di qualità in grado di soddisfare le nuove esigenze dei turisti;
- ✓ aumento della spesa media giornaliera dei turisti: per la ristorazione, i trasporti, guide turistiche e servizi affini, musei e servizi culturali, intrattenimento e attività sportive;
- ✓ aumento della spesa media procapite dei turisti per le attività commerciali;
- ✓ decongestione delle concentrazioni turistiche e incremento dei flussi anche verso mete meno note;
- ✓ incremento dei soggiorni in periodi di bassa stagione e allungamento della permanenza media in alta stagione.

Complesso dei Dioscuri, Roma 12 maggio 2010

mTOUR



Consorzio Forma/SNS



building ict solutions



PROMO PA
FONDAZIONE

RICERCA, ALTA FORMAZIONE E PROGETTI
PER LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Risultati raggiunti

M-Tour è stato realizzato per le province di **Lucca, Pisa e Treviso** che si sono dotate/si stanno dotando di questo strumento tecnologico in aggiunta e a complemento di altre fonti informative già esistenti.

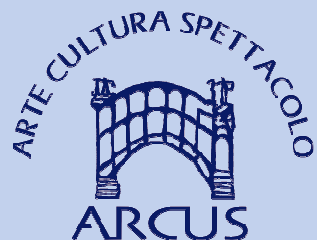
L'**audioguida di Lucca** è stata progettata secondo una **struttura territoriale ed è quindi suddivisa per comuni**. Chiamando il numero verde e seguendo le istruzioni della voce guida o digitando i codici dei beni culturali di proprio interesse, è possibile ascoltare le notizie sui beni turistico culturali del comune prescelto.

L'**audioguida di Treviso** consente di esplorare la provincia di Treviso secondo un doppio criterio, tematico oppure geografico. **Tre itinerari tematici** accompagnano il visitatore attraverso i luoghi della Prima Guerra Mondiale, lo conducono alla scoperta dell'antica tradizione enologica locale, e infine, lo guidano sui percorsi cicloagionistici. L'**accesso geografico** consente, invece, di ascoltare tutte le informazioni relative al territorio comunale d' interesse.

L'**audioguida di Pisa – in corso di realizzazione** - è organizzata su base territoriale e focalizzata sull'evidenziare siti meno conosciuti al turismo di massa. M-TOUR, infatti, contribuisce all'obiettivo di **decongestionare le mete più note** e frequentate e di accompagnare i visitatori verso luoghi meno conosciuti, ma altrettanto importanti e suggestive.

*Francesca Velani, Vicepresidente Promo PA Fondazione
Roma, 12 maggio 2010*

mTOUR

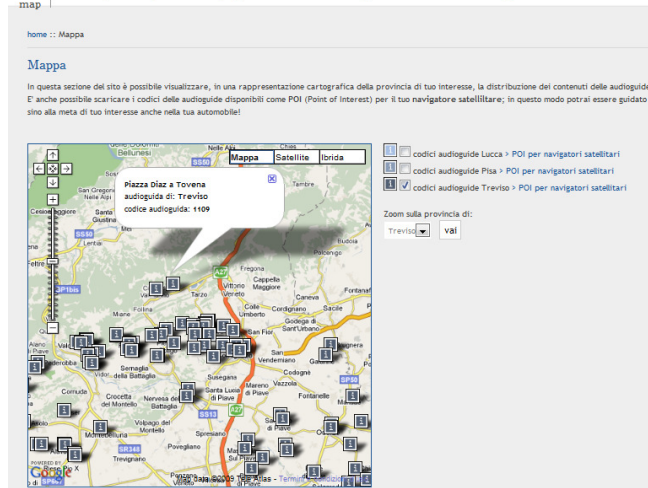
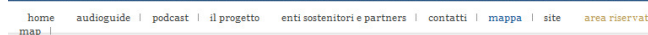
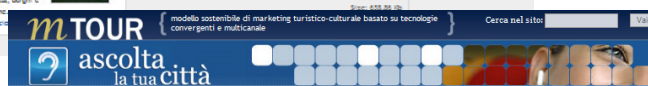
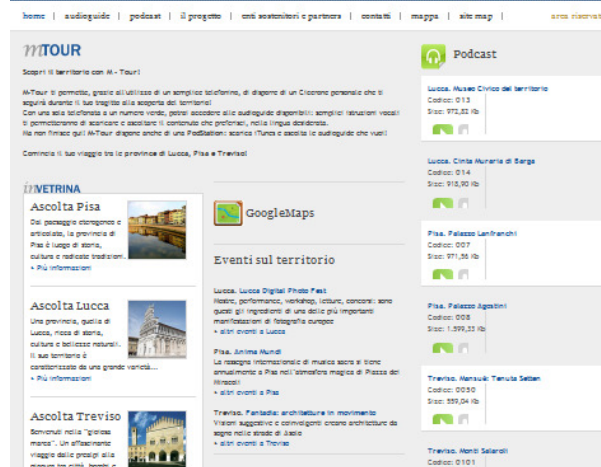
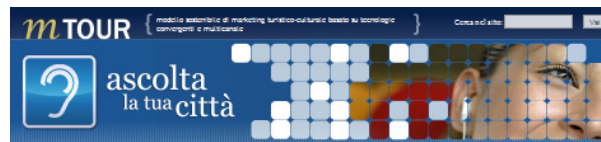


Consorzio Forma/SNS

liberologico.com
building ict solutions



PROMO PA
FONDAZIONE
RICERCA, ALTA FORMAZIONE E PROGETTI
PER LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE



Risultati tecnologici raggiunti

Aggregazione aggregati in tempo reale dai sistemi informatici dei tre partners utilizzando tecniche di cooperazione

Georeferenziazione contenuti

Organizzazione in percorsi tematici

Erogazione Multicanale:

- Web
- MP3 (Podcasting e lettori)
- Voice

- Accesso ai **POI** su cartografia
- Possibilità di scaricare i **POI** su **navigatori satellitari**
- Creazione percorso da punto di partenza a punto di destinazione (**Routing**)
- Futura semplice possibilità di integrazione con servizi su **smartphone** dotati di GPS

Francesca Velani, Vicepresidente Promo PA Fondazione
Roma, 12 maggio 2010

mTOUR



Consorzio Forma/SNS



PROMO PA
FONDAZIONE
RICERCA, ALTA FORMAZIONE E PROGETTI
PER LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Centro Servizi e modelli di business

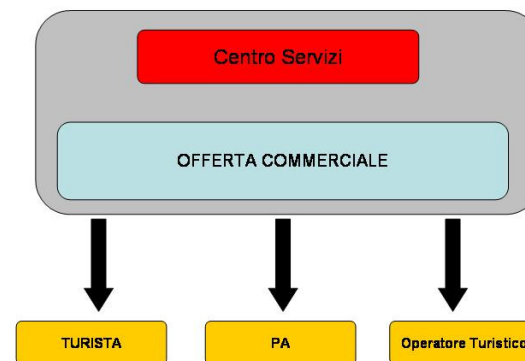
M -Tour ha definito i possibili modelli di Governance di un Centro Servizi da costituirsi per l'erogazione di servizi turistici territoriali ad alto valore aggiunto basati su di una tecnologia di audio guida multimediale e multicanale, come prototipo di servizio, ma non esclusivamente.

I punti analizzati sono essenzialmente:

1. Ipotesi di modello di governance per il Centro Servizi deputato alla gestione della piattaforma M-Tour
2. possibili Business Models per il CS (Centro Servizi) .

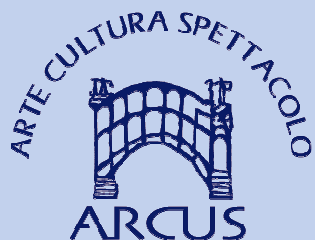
Il Centro servizi: è braccio tecnico-operativo e struttura commerciale con competenze così definite:

1. **Strutturare e veicolare le offerte commerciali**
2. **Aggregare ed elaborare i contenuti, provenienti da soggetti terzi sia pubblici che privati, in uno o più prodotti editoriali da erogare attraverso piattaforme tecnologiche**
3. **Commercializzare le offerte sopra definite con modelli di business differenziati**



*Francesca Velani, Vicepresidente Promo PA Fondazione
Roma, 12 maggio 2010*

mTOUR



Consorzio Forma/SNS

liberologico.com
building ict solutions

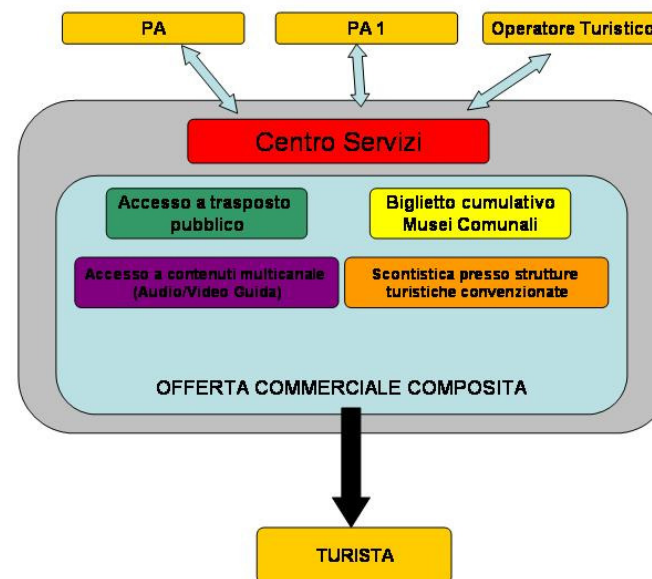


PROMO PA
FONDAZIONE
RICERCA, ALTA FORMAZIONE E PROGETTI
PER LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Modelli di business

I possibili modelli di business applicabili al turista sono tre:

- **Accesso al servizio pagando un corrispettivo**
- **Accesso al servizio gratuito ma pagamento della connettività**
- **Accesso al servizio gratuito e commercializzazione del traffico**



Per il suo successo commerciale il Centro Servizi dovrà implementare dei modelli di business compositi.

La possibilità di vendere esclusivamente il servizio a fronte esclusivamente di un corrispettivo all'utente finale non è la migliore causa:

- Composizione e frammentazione del mercato
- Concorrenze
- Difficoltà nel posizionamento del prodotto

Lo schema mostra un possibile scenario di interazione nella creazione dell'offerta e nella sua commercializzazione che vede il turista come fruitore, ma non come unico "cliente" del CS.

La creazione di servizi integrati sul modello già sperimentato da altre realtà turistiche è a nostro modo di vedere lo scenario più promettente.

*Francesca Velani, Vicepresidente Promo PA Fondazione
Roma, 12 maggio 2010*

mTOUR



Consorzio Forma/SNS



PROMO PA
FONDAZIONE

RICERCA, ALTA FORMAZIONE E PROGETTI
PER LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Grazie per l'attenzione.

www.mtour.it

f.velani@promopa.it

*Francesca Velani, Vicepresidente Promo PA Fondazione
Roma, 12 maggio 2010*