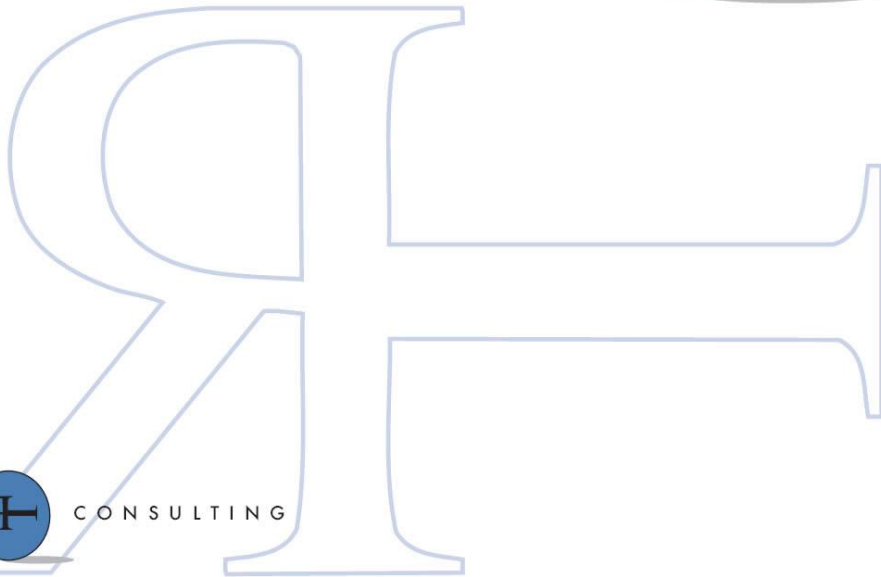


le pagine di

RISPOSTE



TURISMO



 CONSULTING

 TRAINING

 MANAGEMENT

**“Digital storytelling. Nuove forme di visita
delle città fra teatralizzazione, multimedialità
e narrazione. Il caso di SoundTouring”**

di Patrizia Lincetto e Stefan Marchioro

“Digital storytelling. Nuove forme di visita delle città fra teatralizzazione, multimedialità e narrazione. Il caso di SoundTouring”
di Patrizia Lincetto e Stefan Marchioro[§]

Il turismo rappresenta per alcuni paesi uno dei settori economici trainanti in termini di fatturato, spesa e occupazione con significative proiezioni di crescita per il futuro. Per competere in modo efficace in questo ambito è indispensabile avere la capacità di interagire con il mercato dal punto di vista comunicazionale, commerciale e del prodotto. Le destinazioni turistiche hanno quindi la necessità d’interessare la domanda potenziale con proposte allettanti e di fidelizzarla mostrando capacità d’innovazione e di soddisfazione degli ospiti. Per quanto concerne il turista culturale, esso oggi sceglie con cura i luoghi da visitare, si documenta attraverso internet ed apprezza offerte che hanno saputo innovarsi anche a livello informativo.

In particolare le tecnologie mobili, importanti per il destination marketing, hanno acquistato negli ultimi anni un interesse sempre maggiore, con l’evoluzione e la diffusione dei telefoni cellulari, e in generale dei dispositivi mobile, quali smartphone e tablets, con servizi fruibili attraverso internet. In questo articolo si andrà ad approfondire questa tematica, riportando l’esperienza dell’Azienda speciale della Provincia Turismo Padova Terme Euganee che, insieme ad altri soggetti del territorio tra cui il Comune di Padova, ha realizzato le proposte innovative di alcuni giovani professionisti nel settore della comunicazione e delle nuove tecnologie applicate al turismo con il progetto: “I-Padova by SoundTouring” di Stefano Karadjov e Marco Gui.

[§] Patrizia Lincetto, Laureata in Progettazione e Gestione del Turismo Culturale presso l’Università degli Studi di Padova, Stefan Marchioro, Direttore Azienda Turismo Padova Terme Euganee, docente a contratto di Economia applicata al Turismo Università degli Studi di Padova.

“Digital storytelling. New ways of discovering a tourist destination combining theatre methods, new multimedia technologies and storytelling. The case of SpundTouring”

by Patrizia Lincetto e Stefan Marchioro[§]

For some countries tourism is the leading economic sector in terms of turnover, expenditures and employment with significant growth projections for the future. To compete effectively in the tourism sector it is essential to have the ability to interact with the market in terms of communication, business and product. Tourist destinations have the need to attract the potential demand with interesting proposals and retain the visitors showing acquired capacity for innovation and customer satisfaction. Today, cultural tourists choose carefully the places to visit, are accustomed to using the Web to find information, appreciate those offers that have been able to be innovative also at the information level. Mobile technologies are particularly important for destination marketing.

In recent years have gained interest, in particular after the evolution and spread of mobile phones and mobile devices in general, such as smartphones and tablets, and of those services available through the Internet.

In Padua, the official body of the Province of Padua for the development of Tourism, Turismo Padova Terme Euganee, together with other actors of the territory, including the Municipality of Padua, has produced some innovative proposals realized by young professionals in the field of communication and new technologies applied to tourism with the project: "I-Padua by SoundTouring" by Karadjov Stefano and Marco Gui.

[§] Patrizia Lincetto, Master's degree in Design and Management of Cultural Tourism at University of Padova, Stefan Marchioro, Director of Turismo Padova Terme Euganee and Professor of Tourism Economics at University of Padova.

“Digital storytelling. Nuove forme di visita delle città fra teatralizzazione, multimedialità e narrazione. Il caso di SoundTouring”¹

di Patrizia Lincetto e Stefan Marchioro

1. Internet e la cultura digitale

L'interazione tra internet, telefonia mobile e navigazione satellitare sta conoscendo una continua evoluzione ed il telefono cellulare – sicuramente il più diffuso tra i supporti tecnologici portatili – sta gradualmente inglobando funzioni sempre più sofisticate e complete.

Per poter meglio comprendere e valutare il possibile impatto delle nuove tecnologie nella fruizione dei beni culturali e dell'offerta turistica, è utile analizzare i cambiamenti in atto nel mercato del turismo culturale e la rapida espansione di alcune importanti innovazioni tecnologiche. La cultura digitale può essere considerata come la strategia che consente di abbattere i muri della comunicazione e generare prospettive di meta-fruizione dei servizi turistici.

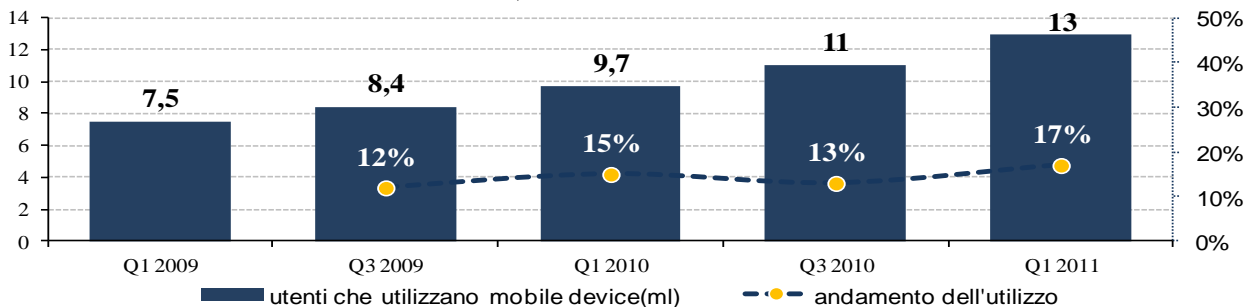
Entro il 2014 la navigazione internet su device mobili supererà quella su sistemi desktop, appare quindi opportuno prepararsi con soluzioni e tecnologie nuove.

Nel mondo circa 4 miliardi di persone possiedono un cellulare e la diffusione della telefonia mobile, così come il suo livello di penetrazione, è in costante aumento.

Se analizziamo i dati Nielsen sull'utilizzo del mobile in Italia nel primo trimestre del 2011 (Graf.1), si rileva una costante crescita del numero di individui che accedono ad internet dal proprio cellulare: 13 milioni a inizio 2011, il 34% in più rispetto allo stesso periodo del 2010 e oltre 5 milioni in più rispetto al primo trimestre 2009.

¹ L'articolo è tratto dalla tesi di laurea della dott.ssa Lincetto e dall'intervento del dott. Marchioro al convegno “Metodologie narrative nei contesti educativi e formativi: le potenzialità del Digital Storytelling” tenutosi a Padova il 14 ottobre 2011.

Graf. 1 – L’utilizzo del mobile in Italia (2009 – 2011)

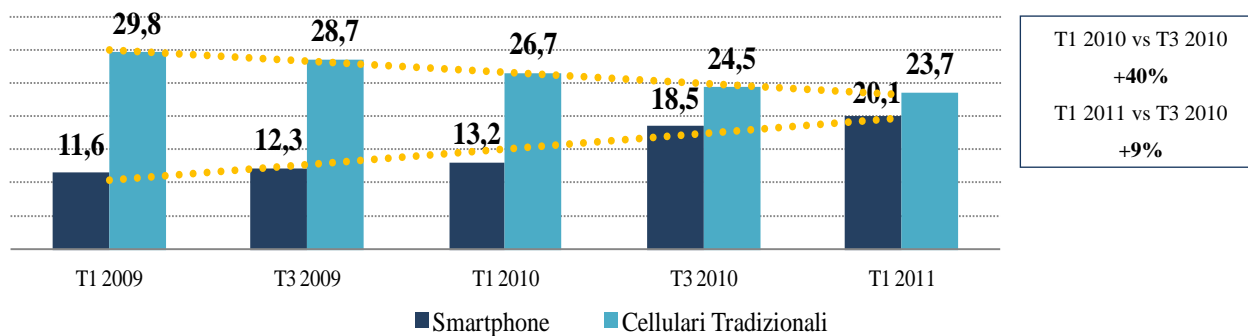


Fonte: Nielsen

Dalla rilevazione Nielsen appare evidente la correlazione tra la crescita degli accessi ad internet da cellulare e la crescente diffusione degli smartphone in Italia. I possessori di telefoni cellulari di ultima generazione hanno superato infatti i 20 milioni di individui, con

una crescita del 52% rispetto allo stesso periodo del 2010. Il grafico seguente evidenzia come, a questi tassi di crescita, il sorpasso degli smartphone sui telefoni tradizionali potrebbe già avvenire entro la fine del 2011.

Graf. 2 – La crescita degli smartphone e la previsione dell'imminente sorpasso (2009-2011)



Fonte: Nielsen

2. Il turismo utilizza nuovi strumenti per interagire con il mercato e con i turisti

Il turismo rappresenta per alcuni paesi uno dei settori economici trainanti in termini di fatturato, spesa ed occupazione, con significative proiezioni di crescita per il futuro. Per competere in modo efficace è indispensabile avere la capacità di interagire con il mercato dal punto di vista comunicazionale (immagine, valore simbolico ed emozionale della destinazione), commerciale (politiche di prezzo, presenza nei canali tradizionali e innovativi, tra cui il web) e del prodotto (specifiche categorie motivazionali, garanzia di qualità, grado di innovazione dell'offerta). Le destinazioni - luogo obiettivo di viaggio, che il turista desidera visitare grazie alle attrazioni naturali o artificiali che esso offre - hanno la necessità d'interessare la domanda potenziale con proposte allettanti e di fidelizzarla mostrando capacità d'innovazione e di soddisfazione degli ospiti.

Se consideriamo la cultura, essa influenza in maniera sempre più rilevante la localizzazione dei nuovi investimenti in quanto offre un'immagine positiva della destinazione ed aumenta la forza di attrazione di un territorio

rappresentando, altresì, uno strumento decisivo per la rigenerazione di aree socialmente ed economicamente sfavorite e agevolandone l'integrazione sociale. Il turista culturale sceglie con cura i luoghi da visitare, si documenta attraverso internet, apprezza offerte che hanno saputo innovarsi anche a livello informativo. Egli inoltre sceglie biglietti integrati e card che inglobano servizio di trasporto ed ingressi a musei (20,6%) e utilizza le audio-guide (8,7%). Se poi si focalizza l'analisi sul cosiddetto 'city tourism' ne emerge un profilo del visitatore delle città con nuove motivazioni di visita ed aspettative, diversi modi di fruire la città, non più come semplice momento di visita, ma come esperienza da vivere.

Un efficace utilizzo delle nuove tecnologie da parte di una destinazione consente quindi di valorizzare maggiormente il territorio, contribuendo ad incrementarne gli arrivi e a fornire modalità diverse e più coinvolgenti di conoscenza e fruizione del luogo.

La tecnologia deve essere quindi innanzitutto facile da utilizzare, deve agevolare nella scelta della destinazione, aiutare a rendere più piacevole ed efficace la visita, ma anche offrire - ad un pubblico sempre alla ricerca di

nuove motivazioni – innovative modalità di fruizione e di percezione del territorio.

Un numero sempre crescente di realtà territoriali sta cercando di far dialogare i due mondi e di mettere la tecnologia al servizio del turista per una più completa presentazione e più facile fruizione delle destinazioni e delle loro attrattive, ma anche per valorizzare un posizionamento competitivo giocato sulla capacità di innovazione facendo divenire lo strumento tecnologico al servizio del turismo un elemento di destination marketing.

3. Nascita e sviluppo del progetto “SoundTouring: I – Padova”

A Padova l’Azienda speciale della Provincia Turismo Padova Terme Euganee insieme ad altri soggetti del territorio, tra cui il Comune di Padova, ha provato ad intraprendere questa strada sposando le proposte innovative di alcuni giovani professionisti nel settore della comunicazione e delle nuove tecnologie applicate al turismo con il progetto: “I - Padova by SoundTouring” di Stefano Karadjov e Marco Gui, proponendosi come un modo nuovo di scoprire le città e il territorio. SoundTouring è un racconto recitato, accompagnato da musiche originali ed

installazioni sonore e formato da una serie di podcast² mp3 scaricabili da internet³ direttamente nel lettore multimediale (I - pod, mp3 player, smartphones, ecc). La fase di realizzazione ha coinvolto una squadra di autori, musicisti, ricercatori dei media e professionisti del suono che insieme hanno realizzato questi progetti di intrattenimento audio guidato innovando le pratiche d’uso delle tecnologie d’avanguardia, ma soprattutto rendendo quanto più possibile semplice e divertente l’esperienza del viaggio e della visita. Attivo dal 2006, il network SoundTouring, ha condiviso nel 2007 con l’Azienda Turismo Padova Terme Euganee e con il Comune di Padova la prima esperienza assoluta sul mercato italiano, realizzando 5 itinerari completamente originali dedicati a Padova, con l’interpretazione del Maestro Alberto Terrani e con la consulenza di due esperti del territorio, quali Giorgio Segato, critico d’arte e grande conoscitore della città, e Silvana Collodo, professore ordinario di Storia Medievale all’Università di Padova.

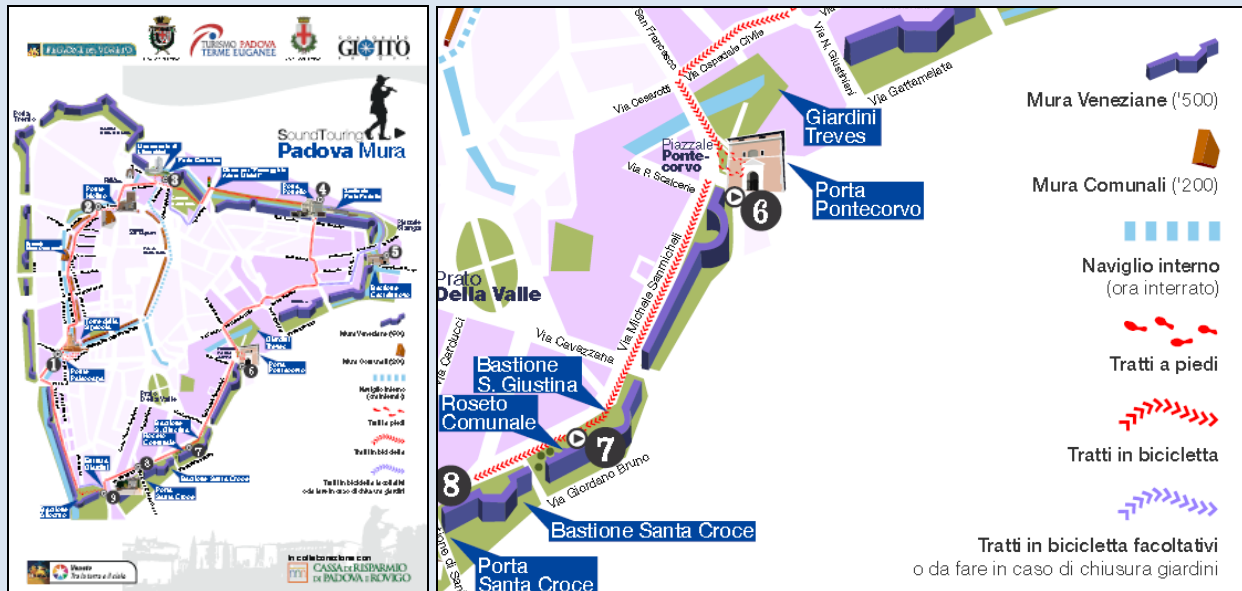
2 I podcast sono trasmissioni audio o video registrate digitalmente e resi disponibili su internet.

³ www.turismopadova.it

Un esempio di itinerario: “Le mura in bicicletta”

Itinerario: Davanti alla Torre della Specola; da via Tolomei a Porte Molino; le Porte Contarine e il monumento “Memoria e Luce”; il Portello; il Bastione; la vita avventurosa di Bartolomeo d’Alviano; Roseto Comunale e Bastione S. Giustina; Porta Santa Croce; il Bastione Alicorno)

Fig. 1 – Mappa itinerario (sinistra) e particolare (destra)



4. Come funziona SoundTouring

Per utilizzare SoundTouring, il visitatore deve scaricare da internet le tracce mp3 e la mappa di riferimento di suo interesse e sulla base di questa si porta all’inizio del percorso scelto.

Il turista viene guidato attraverso il territorio con indicazioni vocali e sonore, attraverso tour

“georeferenziati” (la narrazione si riferisce sempre al luogo dove il visitatore si trova) e con una durata degli spostamenti calcolata su una velocità di camminata media e con la possibilità di mettere in pausa il racconto per approfondire un particolare, visitare l’interno di un monumento o un negozio.

All'interno del percorso sono inseriti riferimenti storico-artistici approvati da storici e critici dell'arte, aneddoti e particolari curiosi, così come “incontri virtuali” con esperti.

Il Progetto “I-Padova by SoundTouring” rappresenta quindi, a parere di chi scrive, un'ottima modalità a disposizione dell'amministrazione locale per indirizzare e dirigere i flussi turistici verso zone meno note, ma non per questo meno belle, ed attirare target specifici in base al tipo di itinerari proposti. I percorsi, narrati in italiano dall'attore Alberto Terrani e in inglese dallo speaker della BBC Martin Esposito, si rivolgono non solo ai turisti ma anche ai residenti offrendo loro una possibilità di riscoperta dell'identità della propria città.

Nel caso in cui il turista non disponga di alcun dispositivo, può facilmente utilizzare degli mp3 pre-caricati con i percorsi SoundTouring messi a disposizione gratuitamente dagli uffici d'informazione turistica della città. Sulla scia dell'esperienza e del successo riscontrato a Padova, il progetto SoundTouring è stato realizzato anche in altri territori del Veneto.

Si riportano a seguire alcuni esempi:

Vicenza: Palladio per mano

Questo percorso si compone di un ciclo di visite guidate ai tesori palladiani di Vicenza e della sua provincia. Progettato e sviluppato da Stefano Karadjov, Palladio per mano è un pacchetto di due itinerari audio-narrati e musicati per l'esplorazione con i lettori mp3, dei principali palazzi e monumenti di Palladio nel centro di Vicenza (Teatro Olimpico, Basilica Palladiana, Palazzo Thiene) e nella provincia (Villa Caldogno, Villa Godi Malinverni, ponte di Bassano, villa la Rotonda e villa Cordellina Lombardi).

SoundTouring Terme Euganee

L'itinerario dedicato alla Terme Euganee si compone di tre parti: Abano Terme (dal Duomo di S. Lorenzo al Museo della Maschera, Isola pedonale fino al Montirone e Monteortone), Montegrotto Terme (da Piazza Roma a via degli Scavi, Villa Draghi e Museo Internazionale del Vetro e delle Terme) e il Giardino Barbarigo Pizzoni Ardemani a Valsanzibio di Galzignano Terme (Giardino storico di Villa Barbarigo Pizzoni Ardemani). Oltre alla voce narrante interpretata anche in questo caso da un attore professionista, hanno prestato la loro voce: il conte Fabio Pizzoni

Ardemani, proprietario del giardino Barbarigo a Valsanzibio, Paola Pizzi, direttrice del Museo Internazionale della Maschera Amleto e Donato Sartori di Abano, Giampietro Cudin, direttore del Museo Internazionale del vetro d'arte e delle Terme di Montegrotto Terme, Marianna Bressan, dell'Università di Padova. Le tracce per questo percorso possono essere scaricate sia in italiano che in tedesco.

Padova: borghi e castelli tra Padova e Verona (Monselice, Este, Montagnana, Bevilacqua, Cologna Veneta, Soave)

Questo audio tour, drammatizzato in cinque lingue (italiano, inglese, francese, tedesco e spagnolo), è un vero e proprio itinerario turistico che unisce in 70 km di gusto, cultura, ospitalità e natura i borghi e i centri storici di Monselice, Este, Montagnana, Bevilacqua, Cologna Veneta e Soave.

I luoghi di questa verde parte di Veneto sono segnati fortemente da una storia antica. L'itinerario tra Padova e Verona ha infatti come filo-conduttore il Medioevo, che ancora oggi rivive negli eventi e nelle rievocazioni storiche, nei castelli e nelle cinte murarie, nelle ville e nei monasteri.

Il progetto in questo caso è stato promosso dal Consorzio di promozione turistica di Padova e realizzato con il contributo di Crediveneto e dell'Associazione Borghi e Castelli.

SoundTouring Sile – Le voci del Sile

In questo caso SoundTouring applica il proprio concept in un ambiente naturalistico come il Parco Naturale del fiume Sile.

La passeggiata si snoda precisamente lungo l'argine del fiume Sile nel tratto da Casier a Fiera di Treviso e la voce dell'attore comico dialettale Davide Stefanato, accompagnata dalle musiche originali del compositore Massimo Bassan, immerge il visitatore nell'epoca dei "burci", i grandi barconi da trasposto che solcavano il Sile fino agli anni '70. Per la realizzazione del progetto, con un rilevante risvolto naturalistico, ci si è avvalsi della consulenza del naturalista Valerio Scarpa e della testimonianza di Maurizio Stefanato, figlio di un barcaro del Sile e padre della voce narrante Davide.

Questo itinerario, a differenza degli altri descritti in precedenza, ha la particolarità di declinarsi in due versioni alternative: per adulti e per bambini.

La versione per bambini è un prodotto pensato per un'utenza dagli 8 anni in su e costruito in modo da potere essere fruito contemporaneamente a quello per adulti. Infatti, mentre i genitori sperimentano il prodotto, anche i bambini possono accompagnarli contemporaneamente con un racconto pensato per loro, che copre lo stesso percorso in modo più semplice e divertente, ed arricchito da favole e racconti ambientati sul fiume.

5. Un primo bilancio del progetto “SoundTouring I- Padova”

Per quanto concerne la versione padovana del progetto “SoundTouring I – Padova”, considerata la pluriennale sperimentazione, è già possibile tracciare un primo bilancio.

Senza ombra di dubbio, il progetto soddisfa le necessità dei turisti più attivi, ma anche più curiosi. Gli audio-tour, infatti, non si rivolgono solo al turista culturale, ma in generale all'ospite che desidera, in poco tempo, scoprire la città e il territorio in cui soggiorna, farvi acquisti, assaggiare le specialità e apprezzarne le diversità dell'offerta di divertimenti e servizi.

La dimostrazione della validità del format inaugurato a Padova è data dall'estensione del progetto – tra il 2006 e il 2011 – alle altre realtà del Veneto precedentemente citate.

Un altro punto a favore di questa iniziativa è rappresentato dal fatto che, nella generale stagnazione del mercato dell'elettronica da consumo, gli unici risultati positivi in Italia provengono proprio dall'incremento delle vendite di mp3 (+ 1,5%) e di navigatori satellitari portatili (+13%) tanto che il dato mondiale riferito a questi ultimi registra addirittura un aumento del 300%.

Il grafico a pagina seguente mostra come l'andamento dei download di file mp3 dal sito di Turismo Padova sia in aumento.

Per questo motivo l'azione di ricerca e di innovazione intrapresa in questi anni da Turismo Padova Terme Euganee nella realtà padovana, proseguirà anche nel prossimo futuro cercando di sviluppare ulteriormente le tecniche e i linguaggi del Digital Storytelling ricollegandosi idealmente a progetti di ampio respiro internazionale come Murmur (percorsi audio guidati scaricabili online di città come Toronto, Dublino, San Paolo, Edinburgo) ed avvalendosi in tal senso delle competenze maturate nel settore dal Dipartimento di

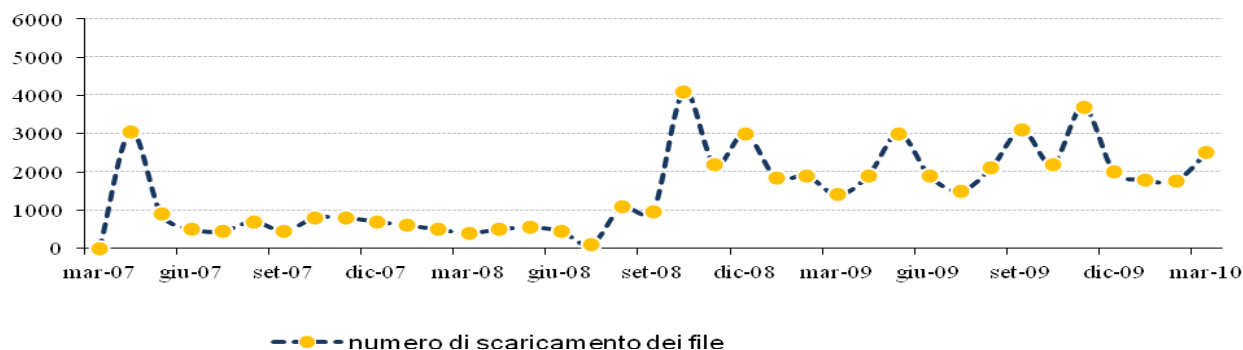
Scienze dell'Educazione dell'Università degli Studi di Padova.

I buoni risultati ottenuti quindi devono essere uno spunto per portare miglioramenti al servizio, per riuscire a rimanere all'interno di un mercato che è sempre più competitivo.

Si stanno considerando alcune proposte per rendere il progetto sempre più efficace: una maggiore pubblicità del servizio, non solo online, mp3 più semplici in modo da facilitare a tutti l'esperienza, l'abbinamento al progetto SoundTouring di codici QR (leggendo questo codice con un cellulare adeguato, dotato di videocamera e del software necessario, un

turista potrebbe in questo modo scaricare direttamente sul browser le informazioni collegate all'oggetto). La destinazione dal canto suo, potrebbe quindi investire su reti wi-fi free, soprattutto per coinvolgere ulteriormente i giovani e facendo vivere e non solo visitare il territorio. Mettere in scena esperienze memorabili, nell'emergente economia dell'esperienza, puntando sulla produzione e lo scambio di ciò che fa battere il cuore e produce ricordi (Pine, 2000), e permettendo il contatto tra persone che abitualmente vivono determinati luoghi ed i turisti.

Graf. 3 – *Download di file mp3 SoundTouring dal sito di Turismo Padova*



Fonte: Statistiche Turismo Padova Terme Euganee

6. Conclusioni

Per riuscire a stare al passo con un mondo che si sta evolvendo verso sempre nuove tecnologie, per essere sempre inseriti nel mercato turistico ed essere competitivi, idee e progetti come SoundTouring, diventano un potente e innovativo strumento per il marketing territoriale.

L'esperienza personale – resa accessibile attraverso il Digital storytelling - potrebbe quindi diventare anche un prodotto turistico permettendo così una conoscenza più autentica e avvincente delle

culture locali ma fornendo nuove chiavi interpretative della destinazione turistica.

Per essere utile ed efficace tuttavia, esso deve rimanere un mezzo, appunto, non il fine. Quindi la tecnologia o meglio la multimedialità deve essere intesa come strumento di narrazione – di Digital storytelling – per un nuovo modo di ‘far vivere’, non semplicemente visitare, la città e il territorio, attraverso un’esperienza che risulti ‘memorabile’ regalando al visitatore dei ricordi da raccontare.

BIBLIOGRAFIA

Franch M., (2010), *Marketing delle destinazioni turistiche. Metodi, approcci e strumenti*. McGraw-Hill, Milano.

Marchioro S., (2007), *Le nuove tecnologie al servizio del turismo* in La Rivista del Turismo, n. 4/2007. Touring Club Italiano, Milano.

Pine J. B., Gilmore J.H., (2000), *L'economia delle esperienze. Oltre il servizio*. Etas, Milano.

Rifkin J.,(2001), *L'era dell'accesso. La rivoluzione della new economy*. Mondadori, Milano

tre
2012

Direzione | Francesco di Cesare
Organizzazione | Anthony A. La Salandra

Tutti gli articoli dal 2001 ad oggi
de "le pagine di Risposte Turismo"
sono disponibili on-line
nella sezione dedicata del sito
www.risposteturismo.it



Risposte Turismo s.r.l.

Fond.ta S.Giacomo 212 | 30133 Venezia

tel. +390412446990 | fax. +390412446985

www.risposteturismo.it | info@risposteturismo.it