



# PROFESSIONE TURISMO DIGITALE

IVISION, DIGITAL AGENCY UDINESE SPECIALIZZATA NELLO SVILUPPO DI SOLUZIONI PER IL TURISMO DIGITALE, È STATA PREMIATA ALL'INTERACTIVE KEY AWARD CON IL PROGETTO 'CORTINA 2.0'. UN PROGETTO COMPLETO PER RILANCIARE ANCHE ONLINE LA PRESTIGIOSA DESTINAZIONE TURISTICA, SEDE DEI MONDIALI DI SCI ALPINO DEL 2021.

DI MAURIZIO ERMISINO

**DA QUANTO TEMPO SENTITE DIRE CHE IL TURISMO IN ITALIA NON È ABBASTANZA VALORIZZATO? CHE I MEZZI CON CUI SI COMUNICA E SI VENDE IL PRODOTTO TURISTICO NON SONO ALL'ALTEZZA DELLE NOSTRE RISORSE? FORSE QUESTI DISCORSI STANNO PER FINIRE.**

iVision, digital agency specializzata nello sviluppo di soluzioni per il turismo digitale, offre soluzioni innovative per valorizzare online le destinazioni turistiche e la loro offerta: soluzioni nate sul campo in 20 anni di esperienza, in particolare nella sua divisione trentina iSite che segue da sempre le principali destinazioni turistiche trentine. L'unione di tec-

nologie verticali, creatività e marketing digitali ha permesso la nascita del progetto 'Cortina 2.0' commissionato da Cortina Marketing, progetto premiato all'Interactive Key Award 2016. Di questo e di molto altro abbiamo parlato con Eva Fulchir e Matteo Macoratti, direttori generali di iVision.

## COME È NATO IL PROGETTO?

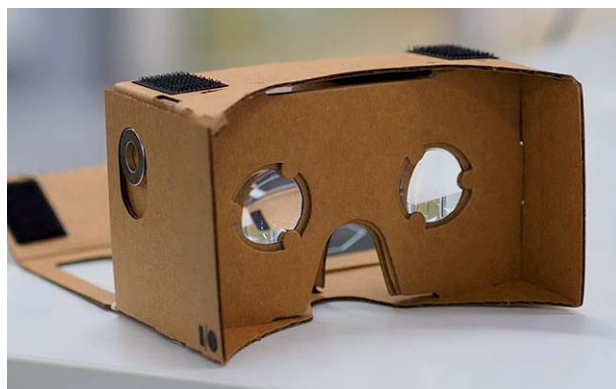
**MATTEO MACORATTI:** Nel settore del turismo digitale abbiamo una competenza unica. La nostra forza sta nell'unire questa grande competenza, sia organizzativa sia tecnologica, all'esperienza maturata nel mondo della comunicazione e del marketing. Da qui è nato il progetto per Cortina, la destinazione montana italiana più conosciuta nel mondo, che ha scelto il gruppo iVision per la sua esperienza, le sue tecnologie e per la freschezza delle soluzioni proposte.

## IL PROGETTO SI ARTICOLA SU UN'INNOVATIVA SERIE DI STRUMENTI INTERATTIVI...

**EVA FULCHIR:** Abbiamo costruito un progetto unico, coerente e completo, che nasce dal portale [www.cortinadolomiti.eu](http://www.cortinadolomiti.eu) orientato all'informazione e allo story telling e utilizza strumenti specifici sempre di carattere informativo (come il totem presso gli uffici informazione) e per l'engagement (come l'app) come anche per la gestione territoriale (ad esempio il CRM che permette a Cortina Marketing di mantenere i contatti con gli operatori del settore ricettivo). Oltre agli strumenti nel progetto Cortina 2.0 parliamo anche di contenuti: abbiamo sviluppato filmati che raccontano in maniera emozionale, a 360 gradi e in 'realtà virtuale', la destinazione, che immergono l'utente nella realtà attraverso una visita immersiva, e stiamo lavorando su diversi fronti quali l'e-commerce per il merchandising e il museo (virtuale) dedicato al territorio ampezzano. Essenziale in tutto questo è il coordinamento tra noi e il cliente, che in tempo reale deve essere in grado di aggiornare informazioni, aggiungere novità, eventi, raccontarsi sui social network, avere tutto sempre sotto controllo.

## GRAZIE ALL'ACQUISIZIONE DI ISITE VI STATE SPECIALIZZANDO IN SISTEMI SOFTWARE PER IL TURISMO...

**MATTEO MACORATTI:** Sì, iSite è la divisione trentina del nostro gruppo che abbiamo acquisito quattro anni fa. Da questa acquisizione è nata la nostra specializzazione nel mondo del turismo: con iSite, grazie alle nostre tecnologie interamente sviluppate dal nostro team, seguiamo l'80% del turismo Trentino, con destinazioni quali la Val di Fassa



A SINISTRA, L'IMMAGINE ISTITUZIONALE DEL PORTALE CORTINADOLOMITI.EU. SOPRA, L'IMMAGINE DEI GOOGLE CARDBOARD.

(www.fassa.com), l'Apt del Garda Trentino (www.gardatrentino.it), la Val di Sole (www.valdisole.net), San Martino di Castrozza (www.sanmartino.com), ApT della Paganella, parte del portale ufficiale del Trentino e molto altro; ma anche destinazioni, tra le altre, come Fuggi, il portale ufficiale del lago di Garda, Adamello Ponte di Legno e appunto Cortina d'Ampezzo (www.cortinadolomiti.eu). Per i nostri clienti del turismo (destinazioni, consorzi, club di prodotto, comitati, singoli alberghi, ecc.) forniamo un processo completo nell'ambito delle tecnologie digitali (web, strumenti informatici di gestione, comunicazione, social, marketing, ecc.) attraverso un team altamente specializzato e con un'attenzione particolare alla cura del cliente e delle sue esigenze: il nostro lavoro è valorizzare quanto offre un territorio o un'attrazione turistica facendo in modo che la tecnologia diventi semplice, usabile, facile, per vendere la destinazione in maniera unica ed efficace. Tra le tante tecnologie che proponiamo e che risultano particolarmente efficaci in termini di emozione e coinvolgimento dell'utente finale sono la realtà virtuale e la realtà aumentata.

#### QUALI SONO LE POTENZIALITÀ DELLA REALTÀ AUMENTATA?

**EVA FULCHIR:** Come iVision sviluppiamo soluzioni in realtà aumentata da quattro anni. Il funzionamento di queste tecnologie va dal 'far prendere vita alla carta stampata' alla visualizzazione di oggetti 3D interattivi (come nell'applicazione 'Breakfast Collection' da noi sviluppata per De'Longhi con la quale l'utente può virtualmente provare tutti i prodotti per la propria cucina) e ambienti di gaming. Lo smartphone, attraverso cui si inquadra l'ambiente reale su cui visualizzare i 'contenuti multimediali aumentati' diventa veicolo di contenuti da un lato, monitoraggio del comportamento degli utenti dall'altra. Realtà virtuale e realtà aumentata sono due facce della stessa medaglia. Queste tecnologie permettono, anche nell'ambito della comunicazione turistica, di far immergere l'utente in luoghi e situazioni quanto mai realistiche e coinvolgenti. Ad esempio nell'app di Cortina trovate un tour virtuale costruito in diverse situazioni... la passeggiata in Corso Itala, le discese sulle piste della Tofana e del Faloria, percorsi bike e downhill, e molto altro. In questo verranno a breve resi disponibili dei visori Cardboard proprio a marchio Cortina per rendere al meglio fruibili questi contenuti.

#### COME FUNZIONANO I VISORI DI REALTÀ VIRTUALE CARDBOARD? CHE USI PUÒ AVERE QUESTA TECNOLOGIA?

**MATTEO MACORATTI:** i Cardboard sono 'occhiali di cartone' che, posizionandovi il proprio smartphone, permettono una fruizione immediata (ed economica, rispetto ad altre soluzioni presenti sul mercato quali i Samsung Gear) delle applicazioni in realtà virtuale, come i video a 360°. È un passo verso i nuovi dispositivi sempre più immersivi e 'fit': prima c'era il solo pc, oggi ci sono gli smartphone e i tablet, ora i visori per la realtà virtuale. Stiamo lavorando anche ad un progetto innovativo, con un'importante azienda dell'occhialeria italiana, per creare una linea di

visori altamente interattivi (ottica, audio e sensorialità in genere). Per noi il mondo delle nuove interfacce è un'opportunità: diventano nuovi canali su cui far transitare contenuti digitali per i nostri clienti.

#### OGGI, È IL SOCIAL CHE GUIDA LA REALIZZAZIONE DEL SITO WEB O VICEVERSA?

**EVA FULCHIR:** Com'è sotto gli occhi di tutti il social sta guidando la comunicazione quotidiana. Per diverse aziende ci capita di seguire sia lo sviluppo delle piattaforme web che la comunicazione sui social, come ad esempio per FAP Ceramiche (www.fapceramiche.it) e coordinare le attività sui diversi canali online è fondamentale, sia quelli diretti che quelli indiretti come le testate online e i blog. Qualsiasi azienda, specialmente se si rivolge all'utente finale, utilizza i canali di comunicazione social. Il social è sia uno strumento di comunicazione che porta al coinvolgimento dei propri 'followers', ed è altrettanto utile per capire il tuo cliente, come si comporta, cosa gli piace, cosa lo interessa ed emoziona: canalizzando queste informazioni l'opportunità diventa unica per vendere al meglio i propri servizi e prodotti. È il futuro.

#### WEB COMMUNICATION OGGI È ANCHE SOCIAL. COME LAVORATE IN QUESTO SENSO?

**MATTEO MACORATTI:** Certo la comunicazione web, come diceva poco fa anche Eva, è anche social, e nello specifico il settore turistico ha bisogno in continuo di creare 'engagement' attraverso strumenti sempre più integrati, per trovare il modo di dare al turista (online) quella 'motivazione speciale' per scegliere una destinazione piuttosto che un'altra. È importante raccontare il proprio territorio e la propria offerta in modo quanto più possibile spettacolare, ricordandosi sempre nel contempo di raccontare 'il vero': non c'è niente di peggio di un turista non soddisfatto perché non ha trovato ciò che sognava, non c'è niente di meglio di un turista entusiasta che si innamora di un luogo e lo racconta a tutti i suoi amici.

#### IL VOSTRO POSIZIONAMENTO È PARTICOLARE: SOFTWARE HOUSE E DIGITAL AGENCY INSIEME...

**EVA FULCHIR E MATTEO MACORATTI:** In iVision abbiamo creato un team di creativi, programmatori, sviluppatori, reparto social media e ufficio stampa interni. Unendo le diverse capacità è nato un progetto differente, innovativo. A noi piace innovare, e questo è ciò che fa la differenza, unito alla ideazione di soluzioni concrete. Ora stiamo lavorando a progetti che uniscono il food e il turismo, per riuscire a proporre prodotti e cultura enogastronomica in modo innovativo, virale ed emozionale: nel nostro 'digital food approach' si parla di 'degustazione digitale', di punti vendita 3.0 e di approcci che portano l'utente all'acquisto online: puntiamo sulla qualità, sulla tradizione e sul racconto del prodotto (turistico ed enogastronomico); in una parola un business basato sulla 'diffusione di cultura' attraverso i canali digitali. **MK**