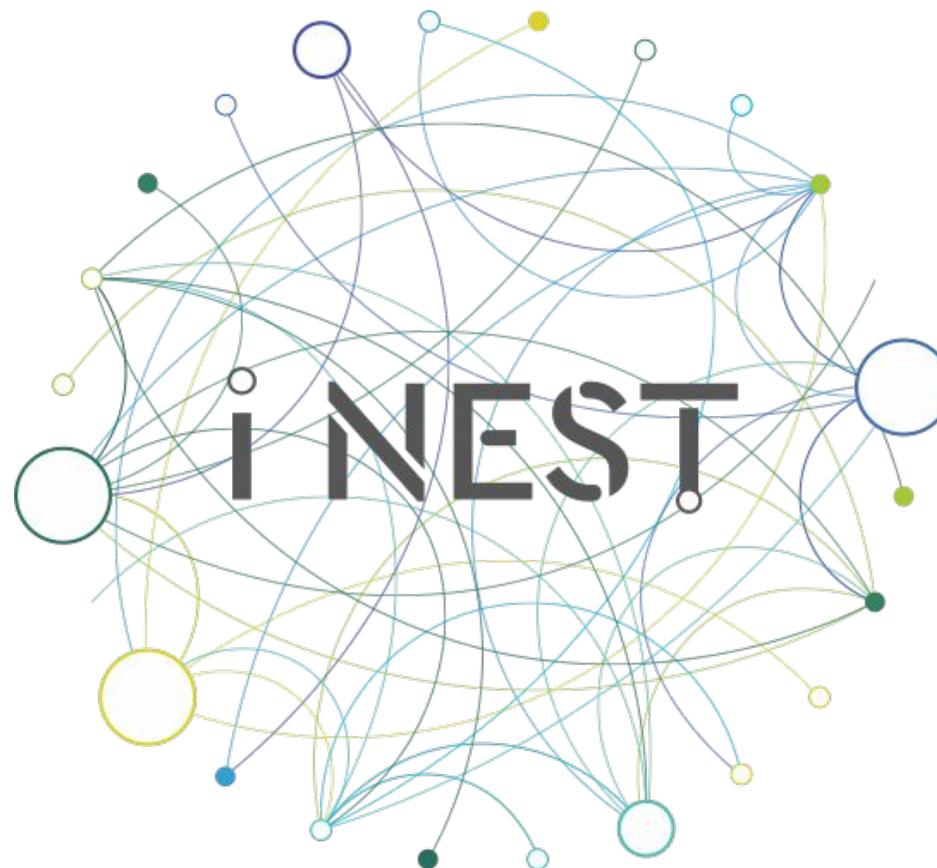


BANDI iNEST Spoke 6

31 maggio 2024



Spoke 6

Acronimo
Titolo Progetto
Key-words
Partecipanti
Durata
Budget totale
Coordinatore

- Abstract (Max 18 righe, font 11)

ACRONIMO - HM17

TITOLO - Human Map: nuovi servizi digitali per narrare i Borghi, le Persone e la Natura e promuovere il turismo sostenibile in armonia con i 17 obiettivi per lo sviluppo sostenibile dell'Agenda ONU 2030.

KEYWORDS - Collaborazione radicale, co-design, mappatura di comunità, open source, turismo sostenibile, percorsi di scoperta, new media, comunicazione sostenibile

PARTECIPANTI - Novalab srls, EXO SCARL

DURATA - 15 mesi

BUDGET TOTALE – 140.000,00

COORDINATORE – Michele Cignarale, Amministratore NOVALAB srls

Stato dell'arte

Obiettivi

Risultati

KPIs

- Max 30 righe, font 11

STATO DELL'ARTE - La comunicazione turistica odierna è soggetta ad una standardizzazione legata all'utilizzo di artefatti digitali che "appiattiscono la creatività" e non conferiscono "originalità" alle implementazioni creative. Se a questo si aggiunge che il mercato, per quanto riguarda la pianificazione media, è gestito da pochi grandi players che mettono a disposizione strumenti di analisi insight e segmentazione del pubblico basato su principi raffinati ma volti soprattutto a garantire una raccolta pubblicitaria importante ed immediata. Ne consegue che le destinazioni più piccole e "non rintracciabili" online, praticamente rischiano l'invisibilità. Oltre 2,5 miliardi di persone, entro il 2035, saranno nomadi digitali. Persone e aziende hanno bisogno di avere a disposizione dati certi, incorruttibili e facilmente consultabili per scegliere dove investire il loro tempo ed il loro denaro.

OBIETTIVI - L'obiettivo è offrire uno strumento elastico, versatile e completo per trasformare i territori in ambienti che abbracciano completamente lo stile di vita del turista e del nomade digitale (il focus è la narrazione inclusiva, sostenibile, digitale e il turismo trasformativo). Attraverso questa mappatura e coinvolgimento raggiungiamo due obiettivi:

Costruire una comunità consapevole (istituzioni, privati cittadini, aziende)

Generare un'offerta del territorio per offrire spazi e servizi per turisti e nomadi digitali.

RISULTATI - L'opportunità di business da sfruttare coincide con la possibilità di monetizzare una variabile che è già presente all'interno delle comunità coinvolte nel processo Human Map. Saper fare e non saperlo raccontare in maniera coinvolgente è il punto di debolezza che con "HumanMap" trasformeremo in punto di forza.

KPIs - I KPI di progetto sono i seguenti: Numero di mappe interattive (HumanMap) generate - Almeno 1; Numero di soggetti pubblici coinvolti - Almeno 9 Comuni; Numero di soggetti (pubblici, privati, aziende) registrati per contribuire alla redazione delle mappe - Almeno 50; Numero di soggetti che hanno fruito dei contenuti delle mappe - Almeno 500; Numero di aziende che hanno aderito al Disciplinare della Destinazione Ospitale Sostenibile - Almeno 30; Numero di Piani di Comunicazione Integrata realizzati a partire dalle informazioni ottenute attraverso l'utilizzo di una HumanMap - Almeno 1

Articolazione progetto

- Max 15 righe, font 11

Il progetto HumanMap è strutturato in 3 Work Packages tecnici altamente interrelati e che si sviluppano in maniera consecutiva lungo i 15 mesi di progetto:

Il WP1, che inizia al M1 e termina al M6, è quello di ricerca industriale. In tale WP i partner si concentreranno sui migliori modi per rendere i dati qualitativi reperiti sul territorio restituibili in formato digitale e facilmente analizzabili e rappresentabili in piattaforma. Il WP1 consta di 3 tasks descritte nella sezione successiva;

Il WP2 si basa sui risultati del WP1 e, nei mesi che vanno dal 6 al 12, si concentrerà sullo sviluppo e sul release della versione beta della piattaforma HumanMap. Le attività all'interno del WP sono di sviluppo sperimentale;

Il WP3 riguarda sempre attività di sviluppo sperimentale e sarà finalizzato a testare l'usabilità della piattaforma oltre che la rispondenza ai bisogni di destination manager, comunità locali e turisti. Il WP, oltre alle fasi di test con i target di riferimento prevede anche l'aggiornamento della piattaforma e la pubblicazione di una versione aggiornata.

Impatti attesi

- Max 10 righe, font 11

Il progetto HumanMap si pone come un potenziale game changer nel mondo della promozione del territorio in quanto, ad oggi, mancano completamente soluzioni che raccontino il territorio partendo dalla narrazione che abitanti e turisti, visti come cittadini temporanei, ne vogliono dare.

Gli operatori turistici ed i destination manager potranno, partendo dalle diverse narrazioni presenti in piattaforma, creare degli itinerari tematici. Tutto questo si tradurrà in un impatto positivo per i territori che potranno utilizzare come leve di marketing risorse oggi scarsamente considerate ma che sicuramente rappresentano elementi di unicità. In tal modo, anche la “competizione turistica” tra destinazioni principali e secondarie può subire un miglioramento a vantaggio di quei territori scarsamente conosciuti e fuori dagli itinerari turistici internazionali. Il riposizionamento dei flussi turistici risponde ad una sempre più forte emergenza ambientale e sociale legata all’overtourism con i problemi in termini di sfruttamento delle risorse e peggioramento complessivo del tenore di vita delle popolazioni locali.

Immagine rappresentativa progetto

