

ORganization of Cultural HERitage for Smart Tourism and Real-time Accessibility (OR.C.HE.S.T.R.A.)

ABSTRACT

Il progetto di ricerca ha sviluppato un insieme di soluzioni tecnologiche orientate alla valorizzazione intelligente del patrimonio culturale, materiale e immateriale, della Regione Campania ad uso e fruizione di turisti e residenti, nel rispetto dei principi di sostenibilità ed eco-compatibilità. L'insieme di queste soluzioni tecnologiche e delle metodologie impiegate (*Streaming computing, Big Data, Business Analytics*) fanno capo ad una architettura intelligente e complessa che, attraverso l'uso di una piattaforma, consente l'erogazione di un ampio range di servizi integrati. La valorizzazione dei risultati della ricerca è avvenuta mediante la sperimentazione del modello OR.C.HE.S.T.R.A. in un'area del centro antico di Napoli ed eventualmente, in futuro, in altre aree territoriali della Campania.

PARTNER

C.N.R. Consiglio Nazionale delle Ricerche
 - IRAT Istituto di Ricerche Attività Terziarie
 - ICTP Istituto di Chimica e Tecnologia dei Polimeri
 - IMCB Istituto per i Materiali Compositi e Biomedici
 - ICAR Istituto di Calcolo e Reti ad Alte Prestazioni
UNIVERSITÀ degli STUDI di NAPOLI FEDERICO II
 - Centro Interdipartimentale di Ricerca L.U.P.T.
 - Dipartimento di Scienze Fisiche
 - Dipartimento di Economia Aziendale
 - Dipartimento di Discipline Storiche

IBM ITALIA
AUTOSTRADE TECH
LAURO.IT

PERIODO DI SVOLGIMENTO

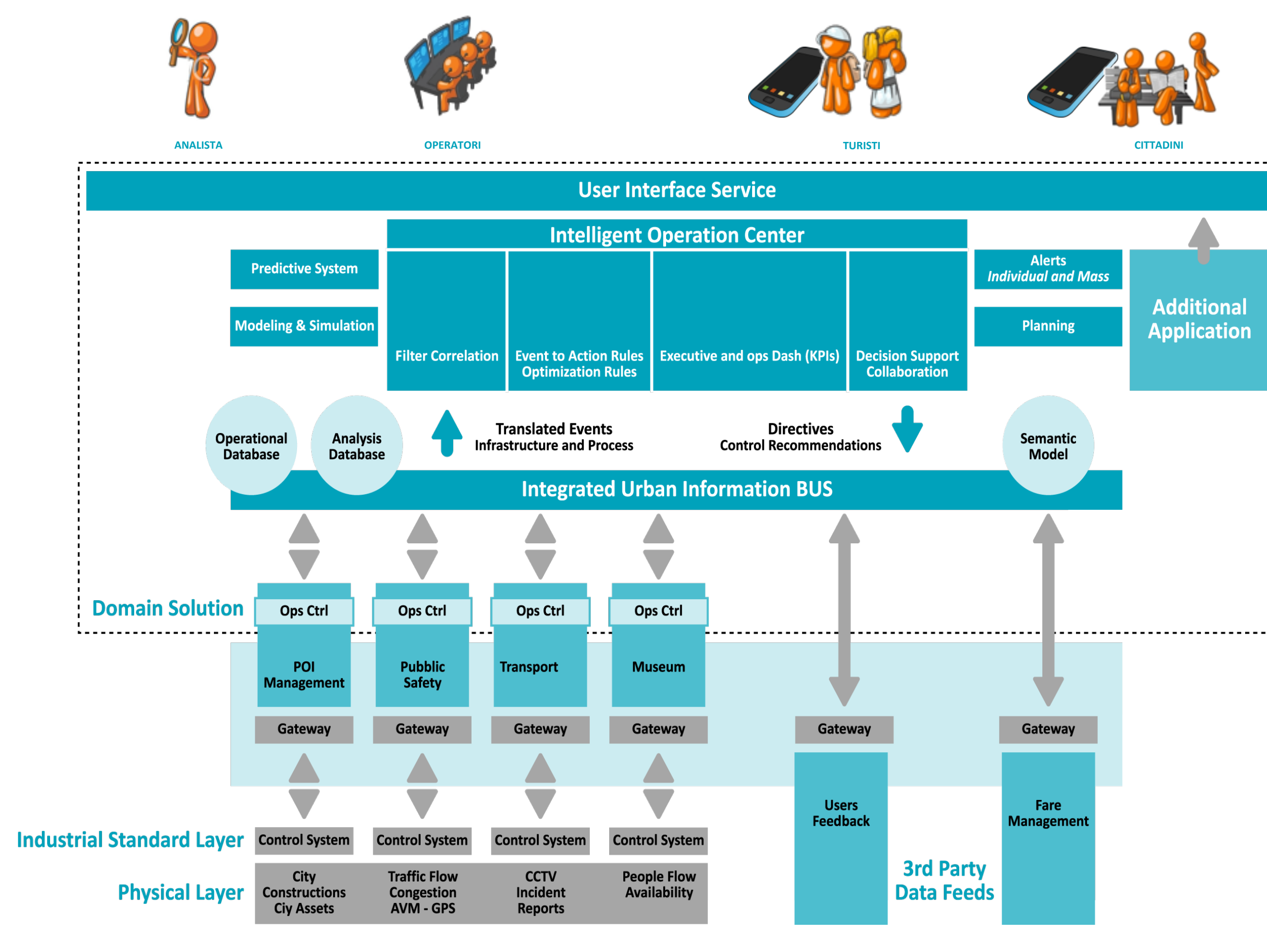
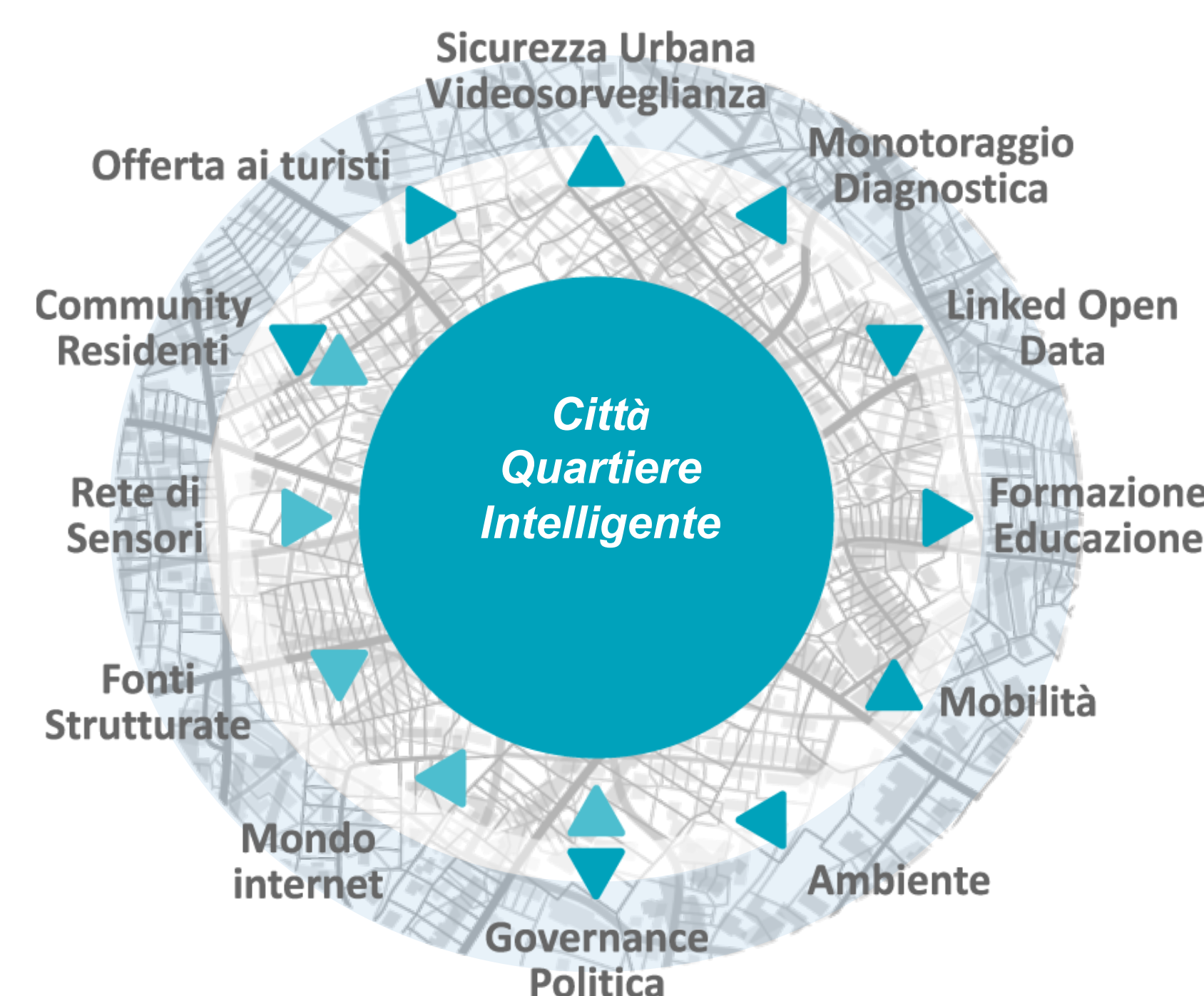
Ottobre 2012 – Novembre 2015 (37 Mesi)

TIPO FINANZIAMENTO

Programma Operativa Nazionale "Ricerca & Competitività" 2007-2013
 Avviso 84/Ric del 2 marzo 2012
 Asse II: Sostegno all'Innovazione
 Obiettivo Operativo: Azioni integrate per lo Sviluppo Sostenibile e per lo Sviluppo della Società dell'Informazione
 Azione integrata per la Società dell'Informazione e Azione integrata per lo Sviluppo Sostenibile

OBIETTIVI

- Identificazione e catalogazione delle **destinazioni di rilevanza turistico/culturale** e loro definizione come sistemi dinamici e interconnessi di beni, servizi, esperienze all'interno di un insieme complesso di relazioni in cui il visitatore/ viaggiatore/ turista assume il ruolo fondamentale di co-produttore, protagonista nella creazione del sistema turistico esperienziale.
- Analisi e sviluppo di **modelli comportamentali** atti a studiare i flussi turistici nella loro dimensione, frequenza e distribuzione analizzando comportamenti di consumo, preferenze e feedback.
- Ricerca e sviluppo di un **asset dinamico di informazioni multimediali** raccolte sul territorio, organizzate, conservate e canalizzate verso gli usi più diversificati grazie a soluzioni fondate sui principi del marketing esperienziale.
- Sviluppo di un **sistema per il monitoraggio della mobilità dei flussi turistici** all'interno del territorio urbano e generazione di modelli previsionali di gestione e pianificazione del sistema dei trasporti e della mobilità.
- Sviluppo di un **sistema di infomobilità** per la fruizione di nuovi servizi integrati e intermodali con particolare attenzione a sistemi di mobilità sostenibili (collettivi, car sharing, bike sharing...) ed alla integrazione con i circuiti nazionali (autostradali, ferroviari, marittimi, aerei).



ARCHITETTURA E FUNZIONALITA' DELLA PIATTAFORMA

- **Sensing** > raccolta dei dati da fonti strutturate e non (social network etc.).
- **Information creation** > interpretazione ed elaborazione dei dati, attraverso modelli semantici che ne rendano appieno il valore informativo.
- **Decision support system** > ausilio e supporto nel prendere le opportune decisioni per turista, cittadino, operatore ed Amministrazione).
- **Workflow management** > definizione del percorso e sua ripianificazione dinamica, acquisto del percorso e delle variazioni, gestione emergenze, gestione congestione (operatori ed aziende), camera di compensazione (tra aziende ed agenzie), inclusione in circuito turistico (aziende a km 0).
- **Business intelligence** > analisi e reporting, analisi del gradimento ed elasticità dei parametri di offerta, reputation analysis, etc.

RISULTATI ATTESI

...NEL BREVE PERIODO

- favorire l'**incremento di flussi turistici** e di visitatori verso luoghi di interesse turistico-culturale meno noti e meno "frequentati", come siti culturali fuori dai circuiti "ricorrenti";
- attivare un processo di **rivitalizzazione dell'immagine della destinazione**, mediante il quale si individueranno nuovi target di clientela;
- consentire una **distribuzione uniforme dei flussi turistici**, sia nel territorio di riferimento sia nei vari periodi dell'anno, attraverso una intelligente "regia" del sistema.

...NEL LUNGO PERIODO

- stimolare **azioni di marketing territoriale**, con la conseguente nascita di **nuove realtà imprenditoriali** ed organizzazioni che erogano servizi connessi direttamente ed indirettamente alla filiera turistica 'in senso stretto';
- individuare **prodotti culturalmente tracciabili** utili a favorire lo sviluppo di produzioni di artigianato artistico o legato alla storia del territorio caratterizzate dal valore della localizzazione;
- utilizzare operazioni di **fund raising**, per l'avvio di iniziative legate alla valorizzazione dei beni culturali e del turismo, ma anche al settore dell'ICT orientate allo **sviluppo di applicazioni e servizi di infotainment e di infomobilità**;
- consolidare la centralità del sistema dei servizi intelligenti sia nella **determinazione dei target**, nell'**indirizzare i flussi di visitatori** e nell'accrescere la **qualità della vita dei cittadini**.