

L'APPROFONDIMENTO INDIPENDENTE DELL'INFORMATION COMMUNICATION MEDIA TECHNOLOGY

NUMERO
144

BELTEL

BUNDLING PEOPLE DAL 1995

APRILE
2010

ICT e PA verso la vera innovazione

M. Brioschi, M. Colombo, M. Pianciamore

Il futuro del "Retail"
Roberto Saracco

Duello tra Mela e Occhiali per 30 miliardi di dollari
Enrico Grazzini

www.beltelonline.com



La comunicazione
per immagini:
strumenti e soluzioni
al servizio
della P.A.

Maurizio Marchetta
Amministratore Delegato di VRWay Communication

Con Arounder l'ufficio pubblico si trasforma in "vetrina"

Quando si parla di "e-government" o di "amministrazione digitale", si pensa solitamente all'informatizzazione documentale e di processo all'interno delle Pubbliche Amministrazioni (P.A.), laddove gioca un ruolo fondamentale l'utilizzo di tecnologie di informazione e comunicazione, in un'ottica di sempre maggiore efficienza, semplificazione, rapidità e innovazione al servizio del cittadino. E questo è giusto.

Le amministrazioni pubbliche inseriscono così nei loro siti web degli uffici virtuali, accessibili a tutti e da ogni luogo. In poche parole, le "vetrine" di comuni, province e regioni aprono le porte e diventano "negozi" di servizi fruibili via Internet.

Quindi, da un lato, i siti Internet delle Pubbliche Amministrazioni si concentrano nello sforzo di trasferire on line procedure amministrative che prima vivevano solo "su carta" e in luoghi fisici determinati (uffici, sportelli, ecc.); dall'altro, la consapevolezza delle potenzialità della comunicazione digitale nelle sue diverse forme ed aspetti, indirizzati a visitatori differenziati, sembra essere ancora limitata e non completamente sfruttata.

In particolare, specie in rapporto alle caratteristiche del territorio italiano e alla ricchezza di contenuti e di valori che possono essere espressi, la presentazione di quanto può essere offerto in termini di cultura, arte, ambiente ecc., è spesso affidata ad una modalità didascalica, in cui il coinvolgimento emotivo e il desiderio di approfondimento sono lasciati all'iniziativa e al-

la motivazione del "visitatore". Troppo spesso, quindi, vengono curati solo gli aspetti informativi e grafici, e non anche quelli emozionali e motivazionali, in un momento in cui la tendenza ormai definitiva è che, nel turismo, il visitatore non è più quello che "va in un posto", ma quello che "va a vedere o a conoscere" quello che troverà "in un posto", disponibile e motivato ad un impegno maggiore, sia emotivo che economico, per raggiungere il proprio obiettivo.

In un mondo ormai dominato dall'immagine, in cui le cose vere sono quelle che possiamo vedere e quasi tutto quello che percepiamo e assimiliamo in termini di conoscenza è mediato o integrato da un'immagine che più rapidamente delle parole ci permette di apprendere e conoscere; il rapporto con il turista o il visitatore, italiano o straniero, è purtroppo ancora troppo spesso affidato a canali di comunicazione "tradizionali", come cartine o mappe, brochure, depliant, cataloghi, elenchi, ecc., solitamente spediti per posta su richiesta, o messi a disposizione negli uffici di informazioni turistiche per i volenterosi che "a tutti i costi" si vogliono documentare.

Troppo poco per un Paese come l'Italia, che conta su un patrimonio artistico - culturale senza paragoni nel mondo e che, proprio per questa dote naturale, dovrebbe essere all'avanguardia nella promozione e nella comunicazione turistica. È ora di cambiare e di cominciare a sfruttare le immense possibilità offerte dalle attuali tecnologie informatiche e di telecomunica-



**Un punto di vista privilegiato
Teatro alla Scala di Milano**

Fonte: VRWay Communication

zioni per offrire mezzi nuovi e modalità più moderne di informazione e documentazione a chi può essere interessato alle bellezze del territorio in previsione di un viaggio, una visita, un percorso di formazione culturale.

Parliamo di nuovi modi di comunicare, estremamente semplici ed immediati perché fruibili da strumenti ormai entrati nel nostro modo di vivere quotidiano – il web e il telefono cellulare – ma totalmente coinvolgenti dal punto di vista emotivo, che possono e devono trovare spazio nella rappresentazione per immagini del territorio, delle sue risorse naturali e paesaggistiche e dei luoghi di interesse ad esso legati, per arrivare a realizzare “guide” interattive per immagini contestualizzabili rispetto alla posizione del “visitatore”.

Gli strumenti “emozionali” per interagire on-line

In questa direzione si sviluppa l’attività di VRWay Communication che, con i suoi prodotti a marchio Arounder, si propone di offrire una gamma completa di soluzioni editoriali per la comunicazione del territorio e del suo patrimonio, centrate sull’utilizzo di immagini panoramiche definite “immersive”, con cui il fruitore finale può interagire sia da un computer che in mobilità, da un telefono / PDA come gli iPhone o telefoni Android.

Le immagini “immersive” – fulcro attorno al quale sono sviluppate le soluzioni editoriali Arounder – si chiamano così perché sono “navigabili a 360 gradi” dal visitatore (cittadino, imprenditore, turista o semplice “curioso”) che viene “immerso” al centro di una immagine, in una dimensione inedita e inesplorata in grado di suscitare una intensa e immediata reazione “emo-

zionale”. È come trovarsi al centro del paesaggio e/o del luogo fotografato, con la capacità di spostare il proprio “sguardo virtuale” in tutte le direzioni e dimensioni, focalizzandosi sui particolari e sui dettagli che si desidera esplorare, con modalità e risultati assolutamente impensabili in una realtà di immagini “piane”.

Un paio di esempi: 1. Immaginate di poter visitare il Cenacolo Vinciano “dall’interno” di un’immagine ad elevatissima risoluzione, come se foste presenti nella sala del Cenacolo, solo voi, senza folla e senza limiti di tempo, guardando il soffitto della sala, le diverse pareti, il famoso capolavoro di Leonardo, ma anche agli altri affreschi, con totale libertà di movimento nell’indagine del magnifico refettorio, avvicinandovi ad una immagine che vi ha colpito, o allontanandovi per poi ritornarci, con un semplice movimento del mouse sul Pc o delle vostre dita sull’iPhone.

E poi aprire la visita del dipinto e guardarlo nella bellezza che gli è stata restituita dai recenti restauri e scoprire tutti i dettagli (il commento di un visitatore è stato: “Finalmente posso vedere cosa c’era in tavola! ...”). 2. Siamo al Teatro alla Scala, nel Palco Reale, la sala è vuota e completamente illuminata: un punto di vista davvero privilegiato sulla sala con i suoi stucchi, i velluti, le luci... Un’opportunità rara, un’atmosfera impagabile ed irripetibile

Unire queste immagini ai tradizionali testi di descrizione, o anche a commenti parlati e musiche di sottofondo, permette di aggiungere strumenti di “guida”, ac-



compagnamento e ricordo assolutamente nuovi e distintivi nel modo di rappresentare il territorio.

Strumenti e soluzioni riuniti sotto il marchio "Arounder", utilizzabili sia da computer che da iPhone, in grado di offrire al visitatore della guida web un'esperienza ad elevato impatto visivo e la possibilità di visitare, con un vero e proprio "viaggio virtuale" personalizzato, i luoghi e le bellezze cui siamo interessati, oppure di rivedere luoghi che ci hanno colpito lasciandoci un'emozione.

La fruizione via telefono cellulare, unica per le modalità completamente interattive e la qualità delle immagini utilizzate, apre poi una modalità inedita di visita e di accompagnamento. Infatti, oltre alle "normali" funzioni di visualizzazione di immagini e schede illustrative dei luoghi, le indicazioni topografiche on line e la funzione "vicinanze" di geolocalizzazione (attraverso il GPS integrato nel telefono) consentono di localizzare su una vera mappa interattiva i punti di interesse più vicini, non solo quelli di tipo turistico - culturale, ma anche le principali attività commerciali (alberghi, ristoranti, cinema, negozi, centri benessere, golf club, ecc.) presenti in città e sul territorio, in prossimità della nostra posizione corrente. In pochi elementari passaggi è possibile visualizzare immagini, caratteristiche e in-

formazioni di contatto (telefono, e-mail, indirizzo, sito Internet) e, ancora, salvare la destinazione tra i "preferiti" per costruire una "sequenza di visita" totalmente personalizzata senza mai uscire dall'applicazione, che ci guida tracciando il percorso su una mappa per raggiungere, infine, l'obiettivo di nostro interesse.

Il visitatore può così valutare l'impegno richiesto dalla visita in termini di tempo e tutte le possibili opzioni logistiche, trasformando il percorso di visita o di viaggio in una vera e propria "anteprima" vissuta grazie alle immagini immersive, comodamente da casa sul proprio computer o anche in movimento da telefono cellulare, gestendo in modo dinamico gli eventuali cambi di programma.

Se poi l'applicazione su telefono cellulare offre anche la possibilità di collegarsi ad un social network come Facebook o spedire una mail agli amici con le indicazioni e le immagini del luogo che ci ha colpito, e questo è quello che permette, è facile comprendere come la condivisione delle esperienze di viaggio o virtuali possa essere enormemente amplificata grazie all'utilizzo del sistema di "posting": con pochi semplici passaggi le immagini panoramiche più belle visitate, così come le foto scattate con smart phone, vengono segnalate direttamente sul proprio "wall" e, in pochi secondi,



scatta l'amplificazione della comunicazione affidata a quel potentissimo strumento che è la socializzazione sulla rete, in un effetto valanga che moltiplica il valore del messaggio iniziale.

Le Pubbliche Amministrazioni che desiderano promuovere, attraverso il proprio sito web, se stesse, il proprio territorio, il patrimonio naturalistico e artistico ad esso connesso e i servizi offerti, trovano in questi strumenti un aiuto efficace ed accattivante che, attraverso l'immediatezza e la bellezza delle immagini – e con costi contenuti rispetto ai tradizionali strumenti – mette a disposizione di utenti di Internet, viaggiatori e professionisti tutte le informazioni necessarie ai diversi obiettivi e nel modo più veloce e semplice possibile. Arounder consente inoltre, a chi lo sceglie come strumento di comunicazione e informazione, di essere presente – attraverso un semplice link – anche sul sito Arounder Territory (www.arounder.com).

La guida del territorio

Queste soluzioni sono progettate ed esplicitamente dedicate da VRWay agli enti pubblici locali (comuni, province, regioni, ecc.) con la chiara finalità di promuovere le risorse di interesse storico, artistico e culturale del nostro Paese. Arounder Territory già oggi raccoglie

La Basilica di Sant'Ambrogio, Milano

Fonte: VRWay Communication

oltre 40 città in Italia e nel resto del mondo, come una guida del territorio per immagini o, semplificando, una guida turistica totalmente interattiva, con immagini uniche e ad elevato impatto visivo.

La comunicazione per immagini non rappresenta un'opportunità solo per le P.A., ma è un efficace strumento di promozione per l'intero territorio produttivo, includendo tutti gli esercizi commerciali presenti, come alberghi, negozi, ristoranti, parrucchieri, farmacie, palestre, centri benessere e chiunque decida di promuovere la propria attività in modo diverso e di aprire le proprie porte al visitatore, presentandosi in modo suggestivo, con possibilità di essere localizzato geograficamente e inserito nell'itinerario di viaggio.

Inoltre, il livello di interattività offerto da iPhone permette un contatto diretto con il visitatore anche attraverso l'invio, verso utilizzatori e visitatori, di messaggi che annunciano le ultime novità e le proposte con una azione di marketing territoriale mirata e assolutamente impossibile con mezzi tradizionali statici e "passivi".