



UNIVERSITÀ DEL PIEMONTE ORIENTALE



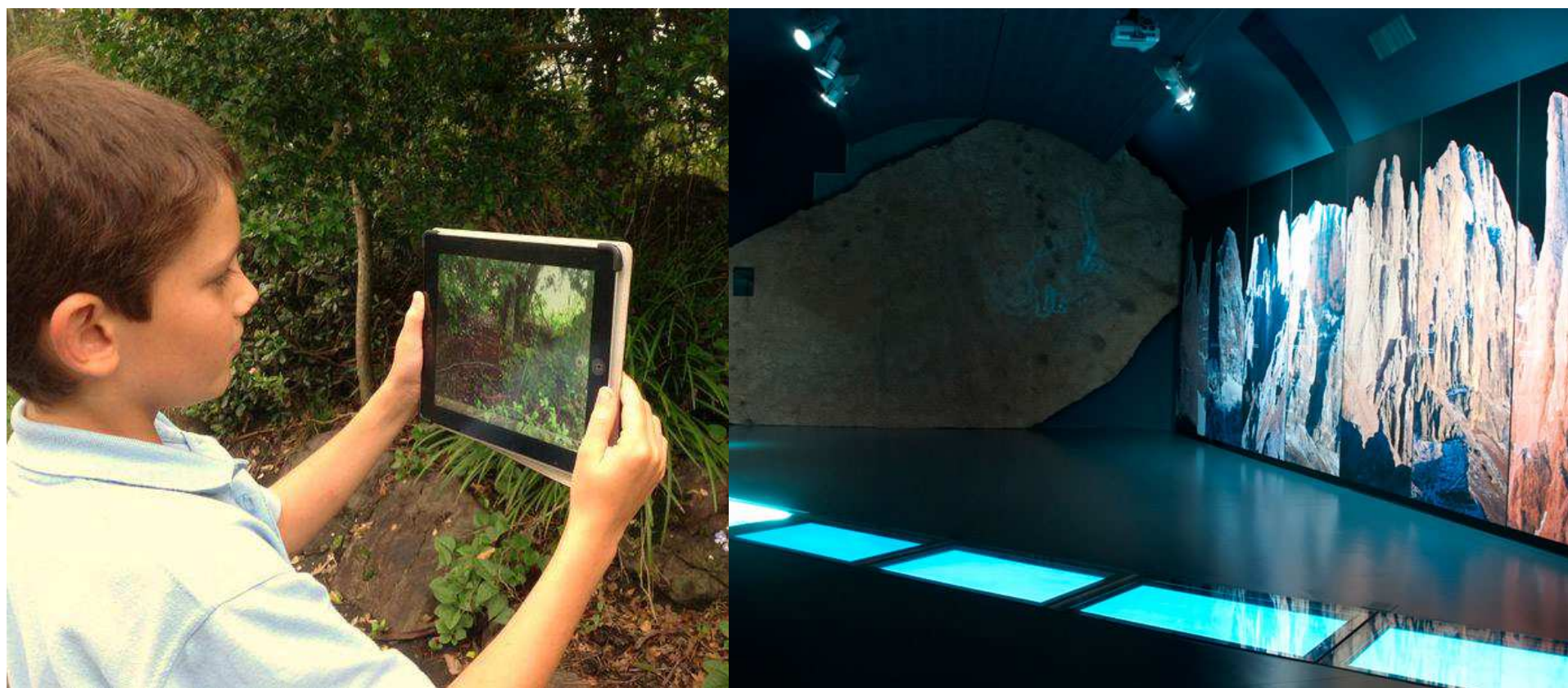
**TECNOLOGIE E MONTAGNA**

CASTELLO DI VOGOGNA

17 OTTOBRE 2015

# **Il ruolo delle tecnologie in ambito turistico montano**

*Stefania Cerutti*



# ICT E MONTAGNA

## LO SVILUPPO TECNOLOGICO DELLA MONTAGNA: UN APPROCCIO INTEGRATO

Tracciare un **disegno dello sviluppo delle ICT nella e per la Montagna** significa cercare di raccordare passato e futuro, ovvero ripercorrere le **esperienze** che negli ultimi 10/15 anni hanno posto le **fondamenta per lo sviluppo** che oggi prosegue in molti contesti.

Tale sviluppo richiede un **approccio integrato**, sia nelle fasi di ideazione e implementazione, che in quelle di messa a sistema e valutazione.

Il presente pone di fronte alla necessità di un **cambiamento culturale** rispetto alle **condizioni** che permettono agli Enti ed agli operatori di **sostenere e guidare lo sviluppo della Montagna attraverso le ICT.**

La contrazione delle risorse economiche a disposizione, impone infatti l'adozione di un **approccio di sistema e sostenibilità**; è quindi necessario operare nella direzione di una maggiore **razionalizzazione tecnologica e organizzativa**, indotta tra l'altro dalla normativa nazionale e fortemente supportata dalle politiche regionali.

È importante radicare le **istanze di sviluppo tecnologico** sul **terreno culturale proprio della Montagna**, costruendo una **visione di scenario** intorno alle **persone** e alle **peculiarità** del territorio.

In molti contesti montani, proprio le **difficoltà** del territorio montano sono state già in passato **opportunità** e **leve di intervento per applicazioni ICT** sostenute da enti territoriali, scuole, operatori pubblici e privati, che hanno portato alla realizzazione di **buone pratiche** in alcuni casi oggetto di studio e replica in altri territori.

*La marginalizzazione è frutto di “abbandono” culturale*

## PARLARE DI TECNOLOGIE SIGNIFICA PARLARE DI PERSONE

Parlare di tecnologie, di opportunità offerte dalle tecnologie sul territorio montano, del ruolo delle istituzioni e delle Pubbliche Amministrazioni Locali in un disegno di sviluppo, significa parlare di persone e, **intorno alle persone**, ai loro bisogni, alle loro aspettative, **costruire strategie di sviluppo**.



Personae:

che **popolano** e **abitano** la Montagna

che **studiano**

che **lavorano**

che **scelgono** la Montagna per vivere in un contesto che offra qualità della vita (non solo attraverso il fattore ambientale o naturalistico o attraverso il valore del vivere in comunità piccole e per questo più coese ma anche e soprattutto attraverso servizi e opportunità che permettano a queste persone di godere di una qualità della vita di fatto omogenea a quello dei centri urbani).

Personne che **creano attività produttive** in grado di attivare mercati, scambi, flusso turistico.

Personne **anziane** e persone **giovani**, poiché se la Montagna ha grande cura e consapevolezza delle prime, non sempre investe, con visione di lungo periodo, sulle opportunità per le seconde.





Persone che, prima ancora che cittadini, professionisti e imprenditori, sono **membri di comunità, individui** che **scelgono di restare o di spostarsi** verso la Montagna a fronte della **reale disponibilità di una rete di servizi** che creano le condizioni concrete e le motivazioni per tale scelta: dalle politiche abitative ai servizi scolastici, sanitari, sociali, culturali.

Lo sviluppo della Montagna passa primariamente per un **ripopolamento**, in un contesto di fenomeni migratori che hanno visto un abbandono della Montagna ma anche di flussi in entrata che caratterizzano questo momento.

A tal fine, sono sicuramente necessarie attività di **marketing territoriale**:

- per promuovere un'**immagine del territorio** in grado di attrarre persone e imprese,
- con valenza interna, per restituire al territorio stesso un'**identità**, la **consapevolezza** nei suoi abitanti di un **sistema di valori** tangibili e intangibili che incentiva il senso di appartenenza, la percezione di valore del territorio, comportamenti partecipanti che migliorano costantemente l'immagine e il valore del territorio.

A tal fine, è sicuramente necessario che **il territorio montano sia attrattivo**, in una prospettiva concreta e solida, che apra possibilità e opportunità per le persone che vi risiedono e che sceglieranno di risiedervi, che offra, oltre ai valori intrinseci di **qualità dell'ambiente**, anche le condizioni per una positiva **qualità della vita** nel suo complesso.

E che sia **attrattivo con obiettivi di vantaggio competitivo**, attraendo persone, professionalità e imprese qualificate.

La qualità dei servizi (sanitari, sociali, scolastici, culturali) è preconditione necessaria: le **ICT**, e con questo la positiva attività degli Enti e delle Pubbliche Amministrazioni Locali, sono **indispensabili** per sostenere i **servizi** e creare quindi di fatto la **capacità di attrazione** del territorio montano.



Tre tipologie di ICT:

- **ICT** che permettono un **recupero di efficienza** e quindi **risparmi** nei costi di erogazione dei **servizi** della PA e servizi con qualità migliore per i cittadini,
- **ICT** come **strumento** per intervenire direttamente con **nuovi servizi** per ridurre le difficoltà connesse alla marginalità del territorio e alla distanza con le sedi di erogazione
- **ICT** come **tramite innovativo** per fornire **servizi tecnologici** che generino appeal e diano dinamicità ai contesti



# ICT E TURISMO NELLE TERRE ALTE

## I CAMBIAMENTI DELLA DOMANDA E LE IMPLICAZIONI DI MARKETING PER IL TURISMO NELLE TERRE ALTE

In questo ultimo periodo si sta assistendo ad un significativo cambiamento della domanda turistica nell'accesso alle informazioni e nella loro generazione.

Il turista comincia a muoversi con logiche diverse nella scelta della località di destinazione.

Turismo 'nel tempo', 'verticale', della 'messa a fuoco', esperienziale...

Nel momento delle decisione del “dove” andare a trascorrere la propria vacanza il **ruolo del web** è ormai decisivo.

Il web non vuol dire solo siti internet, ma social dedicati e non, portali web, blog dedicati, applicazioni, etc.

Posizionarsi correttamente su questi canali e saperli utilizzare in modo efficace fa la differenza. Per un territorio è come essere in esposizione permanente ad una grande fiera turistica virtuale.

*Internet has forced destinations to transform themselves to be more interactive, innovative and efficient*



Sempre più SMM (Social Media Marketing), Tecnologie Mobile, SEO (Search Engine Optimization), SEM (Search Engine Marketing), GDS (Global Distribution System) e IDS (Internet Distribution System) sono parte degli **strumenti del Travel 2.0 e del mercato** al quale bisogna guardare con interesse e attenzione.



Le **innovazioni tecnologiche** si riflettono, infatti, in vari momenti della produzione/fruizione turistica, sia a **livello operativo** che a **livello strategico**.

Lo **sviluppo delle ICT** in ambito montano gioca un ruolo fondamentale nelle tre fasi che connotano **l'esperienza turistica**, incidendo sia sulla leva della domanda che su quella dell'offerta:

PRE-EXPERIENCE

EXPERIENCE

POST-EXPERIENCE

# TECNOLOGIE PER...





**QUALCHE (BUON) ESEMPIO DALLE ALPI**

# PIANO OPERATIVO 2015

Allegato al Decreto del Direttore generale n. 1390 dd. 15.12.2014



## PROGETTAZIONE DEGLI INTERVENTI STRATEGICI

Misura 0 — Azioni di marketing trasversali	Area Marketing
Misura 1 — Piano prodotti turistici e piano di promo-commercializzazione	Area Prodotto
Misura 2 — Ristrutturazione sistema di informazione e accoglienza turistica	Area Accoglienza
Misura 3 — Sviluppo tecnologico	Area ITC
Misura 4 — Strategia di promozione	Area Promozione 2.0
Misura 5 — Strategia di comunicazione offline	Area Comunicazione
Misura 6 — Strategia di comunicazione online	Area Web & Social
Misura 7 — Statistica	Area Statistica
Misura 8 — Management e amministrazione	Area Amministrazione



# 「PIANO OPERATIVO 2015」

Area Information & Communication Technologies



# PROGETTAZIONE INTERVENTI STRATEGICI ICT



## STRATEGIA DI SVILUPPO DELL'AREA INFORMATION & COMMUNICATION TECHNOLOGIES

L'area ICT ha il compito strategico di:

- Garantire la funzionalità dei sistemi informatici dell'ente e il loro continuo aggiornamento, fornendo assistenza e supporto tecnico alla struttura operativa dell'Agenzia.
- Gestire e sviluppare il portale internet [www.turismofvg.it](http://www.turismofvg.it), compreso il sistema di booking online, curandone la gestione tecnica.
- Assicurare la realizzazione e lo sviluppo di altri eventuali siti internet, intranet, extranet.
- Gestire, curare e sviluppare i database e i software/hardware necessari alle attività dell'Agenzia.
- Provvedere alla progettazione, acquisizione, installazione, attivazione e sviluppo delle tecnologie e dei sistemi di informazione per i turisti.
- Curare i rapporti con la Regione e Insiel per tutta la parte di infrastruttura tecnologica, in coerenza con il sistema di E-Government regionale.
- Assicurare, con particolare riferimento al trattamento dei dati personali, la sicurezza informatica dell'Agenzia.

# PROGETTAZIONE INTERVENTI STRATEGICI ICT

INTERVENTI	2015	2016	2017
Azione 3.1   Implementazione tecnologica	X	X	X
Azione 3.2   Sito internet & booking online	X	X	X
Azione 3.3   Rapporti con altre aree (prodotto, marketing, accoglienza, statistica)	X	X	X
Azione 3.4   Formazione	X	X	X



# 3. PROGETTAZIONE INTERVENTI STRATEGICI ICT

## AZIONI TATTICHE

2015	2016	2017
<p>Installazione presso 32 siti regionali di stazioni multimediali di informazione/servizi; presso i Punti Informativi tali stazioni potranno essere sviluppate in forma di totem o di vetrina interattiva.</p> <p>Acquisizione di un social CRM adattabile alle esigenze dell'ente.</p> <p>Installazione di aree WI-FI presso tutti i Punti Informativi e in luoghi del territorio di particolare rilevanza turistica attualmente non coperti dalla rete.</p> <p>Implementazione del sistema di booking online.</p> <p>Attivazione del sistema di gestione documentale su piattaforma SharePoint.</p> <p>Restyling del portale <a href="http://www.turismofvg.it">www.turismofvg.it</a> e sviluppo dei cosiddetti siti tematici.</p> <p>Progettazione di un sistema di dynamic packaging.</p> <p>Sviluppo e implementazione delle APP attualmente esistenti e di quelle in lavorazione.</p>	<p>Adattamento del CRM alle esigenze della struttura.</p> <p>Sviluppo sistema di dynamic packaging.</p> <p>Realizzazione progetti di ampliamento servizi tecnologici (e beacon) per il turismo accessibile.</p>	

## 3. PROGETTAZIONE INTERVENTI STRATEGICI ICT

### Azione 3.1 | Implementazione tecnologica

Operatività 2015

Sovrintendere a tutte le azioni legate alla installazione sul territorio delle stazioni multimediali di informazione turistica e garantirne il funzionamento.

Provvedere all'assistenza delle postazioni lavoro e di tutte le componenti tecnologiche dell'ente, sia direttamente sia tramite la convenzione regionale.

Provvedere alla realizzazione della nuova componente tecnologica nei Punti Informativi ed alla ottimizzazione della stessa.

Provvedere alla gestione della rete WI-FI pubblica presso gli Punti Informativi e altri siti.

Sovrintendere alla messa a punto del sistema di gestione documentale SharePoint e alla configurazione del sistema.

Provvedere all'adozione e alla configurazione del social CRM.

Provvedere alla implementazione delle APP attuali e allo sviluppo delle APP attualmente in lavorazione.

# [ 3. PROGETTAZIONE INTERVENTI STRATEGICI ICT ]

## Azione 3.2 | Sito internet & Booking Online

Operatività 2015
Sovrintendere allo sviluppo tecnico del portale <a href="http://www.turismofvg.it">www.turismofvg.it</a> .
Sovrintendere alla componente tecnologica relativa alla messa online dei siti tematici (portali verticali), e alla integrazione fra i portali e le APP.
Progettazione di un sistema di dynamic packaging sul portale principale, allo scopo di incrementare le attività di promozione e commercializzazione dell'Agenzia.
Implementare il sistema di booking online integrandolo con ulteriori channel manager.



## 3. PROGETTAZIONE INTERVENTI STRATEGICI ICT

### Azione 3.3 | Rapporti con le altre aree (prodotto, marketing, accoglienza, statistica)

<p><b>Operatività 2015</b></p>
<p>Verificare periodicamente le esigenze espresse dalle varie aree e procedere alla messa a punto delle tecnologie necessarie.</p> <p>Mettere a disposizione di tutte le aree il sistema social CRM.</p> <p>Gestire con l'area marketing, statistica e accoglienza la messa a punto delle nuove tecnologie dei Punti Informativi.</p>

## 3. PROGETTAZIONE INTERVENTI STRATEGICI ICT

### Azione 3.4 | Formazione

#### Operatività 2015

In collaborazione con l'area marketing e web marketing:

- Formazione interna ed esterna per l'utilizzo del CMS, e in generale sul sito [www.turismofvg.it](http://www.turismofvg.it).
- Formazione interna per l'utilizzo del social CRM.
- Formazione interna per l'utilizzo di SharePoint.
- Formazione interna ed esterna per l'utilizzo del sistema di Booking online.



## **MODALITA' VERIFICA RAGGIUNGIMENTO OBIETTIVI 2015**



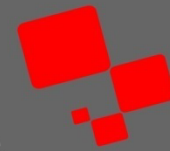
Verifica del numero di stazioni multimediali installate e del loro funzionamento.

Aggiudicazione della gara per il nuovo social CRM.

Verifica delle installazioni e del funzionamento delle reti wi-fi presso i Punti Informativi.

Verifica del funzionamento della piattaforma SharePoint.

WEB AGENCY  
TOURISM APPLICATIONS  
& GRAPHIC SOLUTIONS



# “MONTAGNA SENZA CONFINI”

Provincia di Udine

Assessorato alla Montagna

Sistema di Turismo 2.0

[www.bottega-digitale.it](http://www.bottega-digitale.it)

# Il progetto

- La Provincia di Udine ci ha commissionato nel 2009 un prototipo per 3 Comuni (Arta Terme, Paularo e Zuglio)
- Ora, verificata la validità del prototipo, il progetto è stato esteso a tutti i 28 Comuni della Carnia ([www.montagnasenzaconfini.it](http://www.montagnasenzaconfini.it) )



# La novità assoluta

- Si tratta di un sistema di promozione economico della montagna friulana tramite il Turismo
- Il “territorio della Carnia” viene promosso come un unico sistema turistico prendendo consistenza anche verso i Tour Operator internazionali



# La novità tecnologica

- Il sistema è basato sul Dynamic Packaging che è un nuovo sistema di proposta che si affianca al tradizionale pacchettizzato
- Vengono infatti proposte tutte le peculiarità di un territorio, ordinate per categorie, ed è il turista che sceglie quali sono le attività ed i servizi che intende attivare

# “Turismo fai da te”

- Il nuovo turista vuole consultare, vuole informarsi e spesso ha già una forte conoscenza di base
- Vuole leggere le recensioni di altri sulla vacanza in un determinato luogo o struttura perché questa costituisce l'unica referenza certa
- Vuole creare in autonomia un pacchetto che maggiormente si configuri alle proprie esigenze ed al proprio potere di acquisto



# Il turista del 2010

- Con l'avvento di Internet e del Low Cost il turista può venire in Carnia più o meno con la stessa spesa con cui va a Sherm El Sheik
- In passato è sempre stato l'albergatore a decidere cosa offrire al turista, oggi è il **turista il vero padrone della propria vacanza!**
- Come afferma il dott. Josep Ejarque *“è arrivata l'ora del dialogo e dell'ascolto del cliente”*

# Cosa cerca il turista

- Il turista durante la vacanza cerca due cose : **Emozioni e Benefici.**
- L'**emozione** è il primo stimolo che ci porta a scegliere una destinazione
- I **benefici** sono il vantaggio che ci attendiamo per il prezzo della vacanza: bisogna vendere esattamente quello che si è in grado di fornire al momento della vacanza!

# La Recensione

- La Recensione dei turisti è il **primo strumento di crescita di un sistema turistico** al fine di incrementare il livello qualitativo dei servizi
- Il turista viene invitato, 7 giorni dopo la vacanza, a commentare i servizi
- Una recensione negativa deve diventare uno stimolo a migliorare la precarietà onde evitare il disservizio al turista successivo

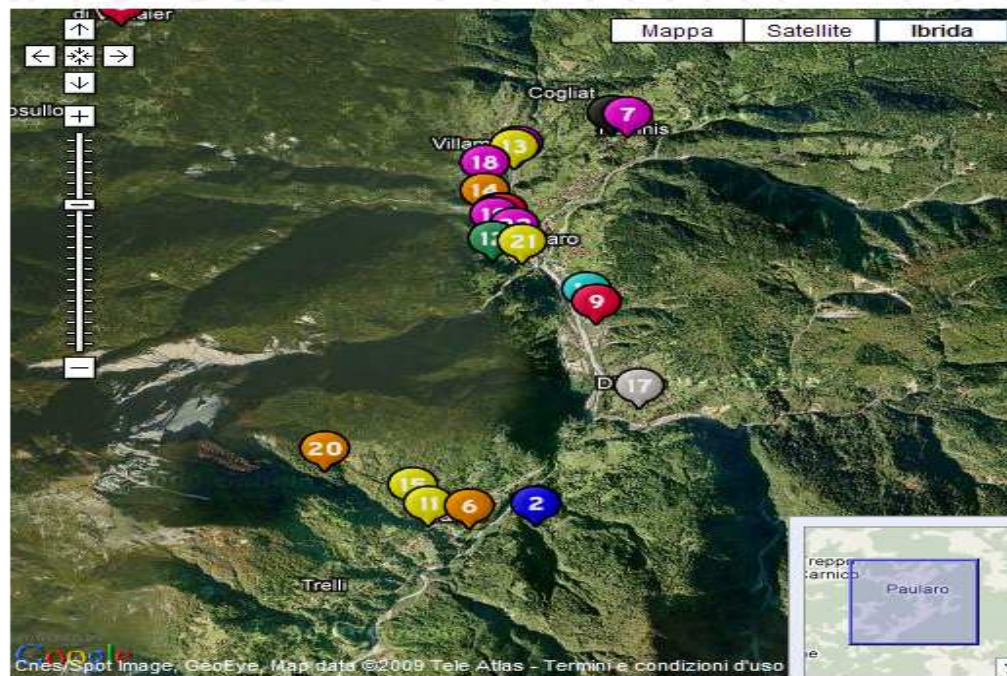


# Il nostro sistema per Portali Turistici

- Il nostro sistema è basato sui Punti di Interesse dove viene data evidenza ad ogni singolo dettaglio del territorio tramite le fotografie, i video e delle descrizioni adeguate.
- I Punti di Interesse vengono organizzati in Categorie che, a loro volta, sono anche riassunti in Tematiche per facilitare al potenziale turista la ricerca dei propri interessi



# Sistema turistico basato sui PDI



- Seleziona Categoria -  
Paularo  
- Seleziona Tematica -  
Azzera Vai

- ### Lista Punti d'Interesse
- 1 Agriturismo Malga Zermula
  - 2 Agriturismo Sandri
  - 3 Albergo Ristorante "Castel Valdajer"
  - 4 Albergo Ristorante Regina delle Alpi
  - 5 Alimentari Despar Fabiani Stefano
  - 6 Alla Madonna di Castoia.
  - 7 Associazione Sportiva Culturale Ravinis
  - 8 B&B Ravinis
  - 9 Camping "Salett"
  - 10 Coro "Jacopo Linussio" Val d'Incarojo
  - 11 Il borgo di Castoia.

### Legenda

Agriturismi	Ristoranti	Negozi
Chiese	Associazioni	Bed & Breakfast
Camping	Borghi e Località	Artigianato





# Dettaglio di un PDI

## Il borgo di Castoia.

Tematica: Arte e Cultura - Categoria: Borghi e Località

Luogo: Paularo



[Aggiungi Pdi al Piano di Viaggio](#)

[Torna alla Mappa](#)

Le case addossate le une alle altre, quasi ad aiutarsi a vicenda per restare ancorate al ripido pendio della montagna. I vicoli stretti molto ben sistemati con un intervento pregevole di sistemazione urbana. Malgrado certi restauri troppo spinti in qualche caso, si riesce ancora a vedere l'impianto originale del paese, con gli archi sulle corti, le case dall'architettura importante. Si riesce ancora a leggere la vita che vi si faceva un tempo, quando al borgo si saliva soltanto a piedi. E fra le case, si ritrovano diverse ancone, perché a vivere quassù ci voleva anche tanta fede!



### Ricerca Avanzata PDI

- Seleziona Categoria -

Paularo

- Seleziona Tematica -

[Azzera](#)

[Vai](#)

### Feedback



25 Recensioni

[Vai alle Recensioni](#)

### Ultime discussioni

[I piaceri della Tavola...](#)

[Gli Orologi di Pesaris...](#)

[Le ciclabili...](#)

[Le erbe di Carnia...](#)

[La via delle Malghe...](#)



# La scelta del turista

- Il turista navigherà fra i Punti di Interesse e, dopo averne visionato i dettagli, potrà scegliere di voler visitare quel determinato PDI inserendolo nel proprio Piano di Viaggio.
- Il Piano di Viaggio è lo strumento dato al turista per la creazione del proprio “pacchetto personalizzato di vacanza”

# Creare un Piano di Viaggio

- Nella scheda di ogni Punto di Interesse vi è un bottone “*Aggiungi PDI al piano di viaggio*” con il quale il Punto viene inserito nel proprio Itinerario
- Man mano che i punti vengono inseriti possono essere “ottimizzati” ossia può essere chiesto al sistema di proporre punti di quella tipologia più vicini al PDI scelto in precedenza



# Esempio Piano di Viaggio

**Piani di Viaggio**

- Crea il tuo Viaggio
- Aggiungi Pdi
- Riepilogo Viaggio
- Mappa Viaggio
- Archivio Viaggi
- I Miei Viaggi

**Riepilogo Viaggio**

- Agriturismo Malga Zermula
- Alla Madonna di Castoia.
- Albergo Ristorante "Castel Valdajer"

## Riepilogo Viaggio

Titolo

Week-end a Paularo

Descrizione

Due giorni a Paularo nella natura incontaminata

Visibile a tutti gli utenti

**SALVA**

**Ricerca Avanzata PDI**

- Seleziona Categoria -

Paularo

- Seleziona Tematica -

Azzera Vai



Agriturismo Malga Zermula

Elimina

Luogo: Paularo

[Vai alla scheda](#)



Alla Madonna di Castoia.

Elimina

Luogo: Paularo

[Vai alla scheda](#)



# La Struttura Ricettiva

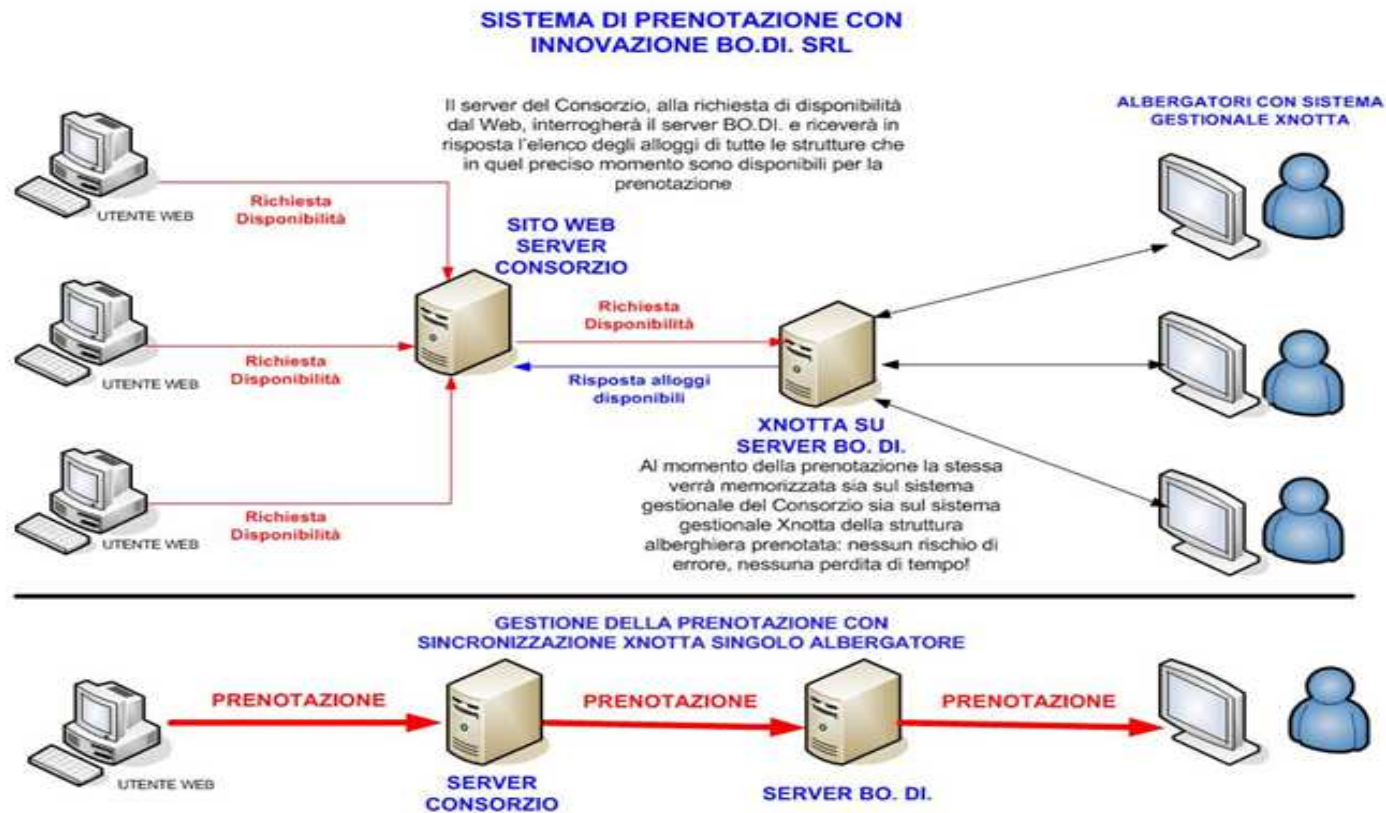
- L'ultimo Punto di Interesse che proporremo al turista sarà la struttura ricettiva proponendo degli Alberghi in ordine di distanza dai PDI scelti dal cliente.
- Il turista a fronte dell'inserimento del periodo di vacanza otterrà, in tempo reale, l'elenco degli alloggi disponibili nelle varie strutture.
- A fronte della prenotazione la stessa verrà sia registrata sul portale che sul singolo gestionale della struttura ricettiva.



# Xnotta Portal

- L'interrogazione della disponibilità viene effettuata, in assoluto tempo reale, per mezzo di Web Services, che contattano ogni singolo sistema Xnotta o Xnotta Light e danno in risposta la disponibilità assoluta di quell'istante.
- Non è più necessario perciò vendere allotment al Consorzio ma è possibile vendere tutto il VUOTO delle strutture
- La prenotazione generata sul portale del Consorzio viene registrata sul gestionale della singola struttura

# Lo schema di Xnotta Portal



# Il commento della Vacanza

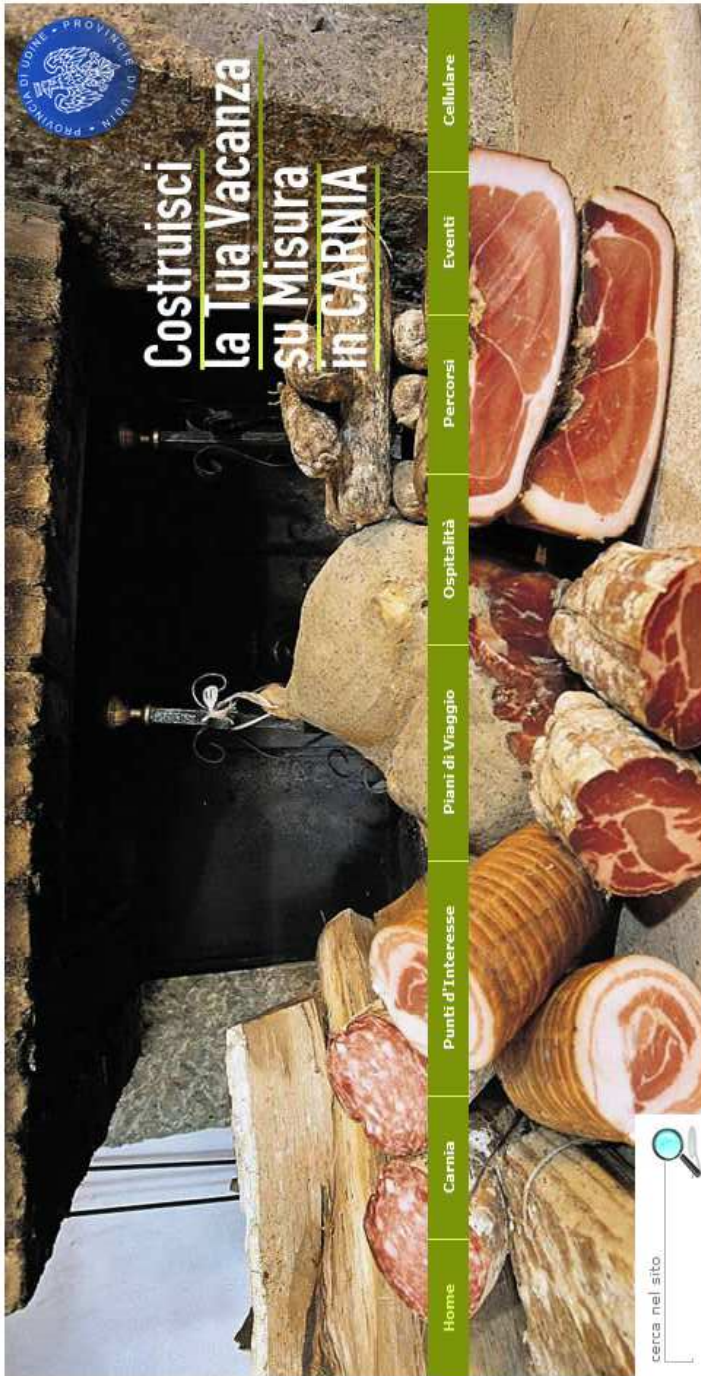
- E' fondamentale permettere al turista che ha visitato una determinata zona di poter commentare sia i PDI che le strutture ricettive
- Questa diventa l'unica vera referenza per i nostri PDI e Alberghi che dovranno sottoporsi al giudizio del turista ed erogare un servizio qualitativamente adeguato
- Il concetto di FARE RETE e di UNIFORMARE IL SERVIZIO prende sempre più importanza in un sistema di promozione turistica



# Il dispositivo Mobile

- Tutti i PDI presenti sul Portale possono venire riversati su dispositivo mobile (Palmare e Iphone) permettendo al turista di cogliere tutte le evidenze del territorio
- I contenuti del “Piano di Viaggio” possono essere trasformati in files che il potenziale turista può inserire sui propri dispositivi di navigazione (Tom Tom, Garmin) per avere completa libertà di navigazione sul territorio





- Home
- Carnia
- Punti d'Interesse
- Plani di Viaggio
- Ospitalità
- Percorsi
- Eventi
- Cellulare

cerca nel sito

**Disponibilità**  
Verifica disponibilità nelle nostre strutture ricettive

- Selezione Struttura -

**Verifica disponibilità**

Con Montagna Senza Confini costruisci la Tua Vacanza

**Costruisci Vacanza**

**Ricerca Avanzata PDI**

- Selezione Categoria -

- Selezione Luogo -

- Selezione Tematica -

**Azzera** **Vai**

**MONTAGNA SENZA CONFINI**  
Scopri le bellezze delle montagne Carniche, crea il Tuo viaggio personalizzato alla scoperta dei punti d'interesse e delle tradizioni enogastronomiche ed artigianali del Nostro territorio, lasciati accompagnare dai residenti con la Guida Mobile.

**IL PUNTO D'INTERESSE PROPOSTO OGGI:** Casa Vacanze GORTANI Maria >>  
Tel. 0433/92152 Tel. 0433/929243 Cell. 328/0052300 Ad ARTA TERME, Via Fontana. In zona centrale, servita dall'autobus termale, vicino a chiesa, farmacia, edicola, ecc., affittiamo: - 1 casetta con cortile recintato composta da cucina, bagno finestrato, due camere (5 posti letto). L'abitazione è fornita di lavatrice, ferro da...

**CARNIA**

- Comuni della Carnia:**
- Amaro
  - Cervineto
  - Forni di Sopra
  - Ovaro
  - Ampiezze
  - Comeglians
  - Forni di Sotto
  - Paluzza
  - Arta Terme
  - Enemontzo
  - Lauro
  - Pauliano
  - Cavazzo Carnico
  - Forni Avoltri
  - Ligosullo
  - Prato Carnico

**Eventi**

13 Ottobre 2015

**1**

Cose da fare oggi



- Albergo Diffuso
- Selezione Categoria -
- Affittacamere
- Agriturismi
- Alberghi
- Albergo Diffuso
- Artigianato
- Associazioni
- Autonoleggio-Taxi
- Bar, Osterie ed Enoteche
- Bed & Breakfast
- Biblioteche
- Borghi Caratteristici e Cippi
- Camping
- Case e Appartamenti per Vacanze
- Castelli e Torri
- Centro Benessere e Beauty
- Chiese, Pievi e Santuari
- Corsi
- Edifici di pregio
- Esposizioni Mostre e Pinacoteche



Scoprire camminando



Avanti >



INVA

[Home](#) [Mappa del sito](#) [Privacy](#) [Lavora con noi](#) [Contatti](#) [Intranet](#) [Cookie](#)

RICERCA

INVIA

[Chi Siamo](#) [Progetti](#) [I Nostri Clienti](#) [Comunicazione](#) [Società Trasparente](#)

Servizi e Progetti

[Home](#) »

- ▶ [Chi Siamo](#)
- ▶ [Progetti](#)
- ▶ [I Nostri Clienti](#)
- ▶ [Comunicazione](#)
- ▶ [Società Trasparente](#)

## 18/09/2015 Pubblicata l'app web mobile "Scoprire Camminando"

### Ambito del progetto

IN.VA. ha progettato e realizzato per la Regione Autonoma Valle d'Aosta, nell'ambito del progetto strategico bis "PTA Destination - percorsi transfrontalieri condivisi", un'applicazione web mobile pubblica dedicata alla rilevazione dei percorsi sentieristici sui territori di appartenenza dei partner di progetto.

### Descrizione

L'applicazione web mobile calcola e visualizza su mappa il percorso sentieristico tenendo conto:

- della posizione dell'utente (rilevata con il GPS del dispositivo o inserita manualmente su mappa),
- dei punti d'interesse selezionati,
- di eventuali punti inseriti manualmente su mappa dall'utente.

L'applicazione genera anche una scheda che descrive le caratteristiche del percorso, tra le quali: sviluppo, dislivello, tempo di percorrenza e profilo altimetrico.

È inoltre possibile scaricare le tracce GPX e KML del percorso calcolato, per utilizzarle successivamente con altre applicazioni.

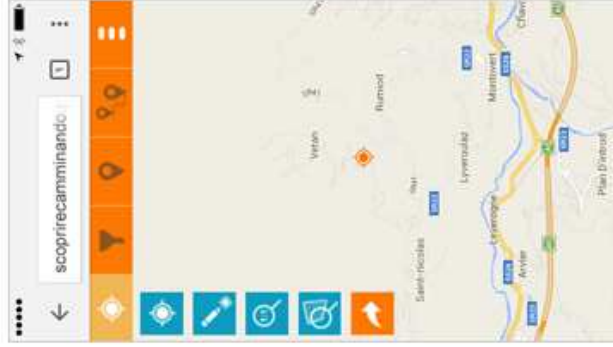
L'applicazione web mobile è raggiungibile all'indirizzo:



[scoprirecamminando.partout.it](http://scoprirecamminando.partout.it)



Pagina iniziale dell'applicazione web per mobile.



L'utente sceglie il punto di partenza del percorso, manualmente o con al GPS del dispositivo.



L'utente sceglie quali tipologie di punti d'interesse visualizzare.



# TOP VIEW SKI CORTINA

INTERACTIVE EXPERIENCE TO DISCOVER  
THE QUEEN OF THE DOLOMITES AND  
THE WONDERFUL WORLD OF SKIING

CONCEPT AND PRODUCTION BY TONI BORNACIN & GIUSEPPE GHEDINA





## “Virtualizzate” tutte le ski aree del comprensorio

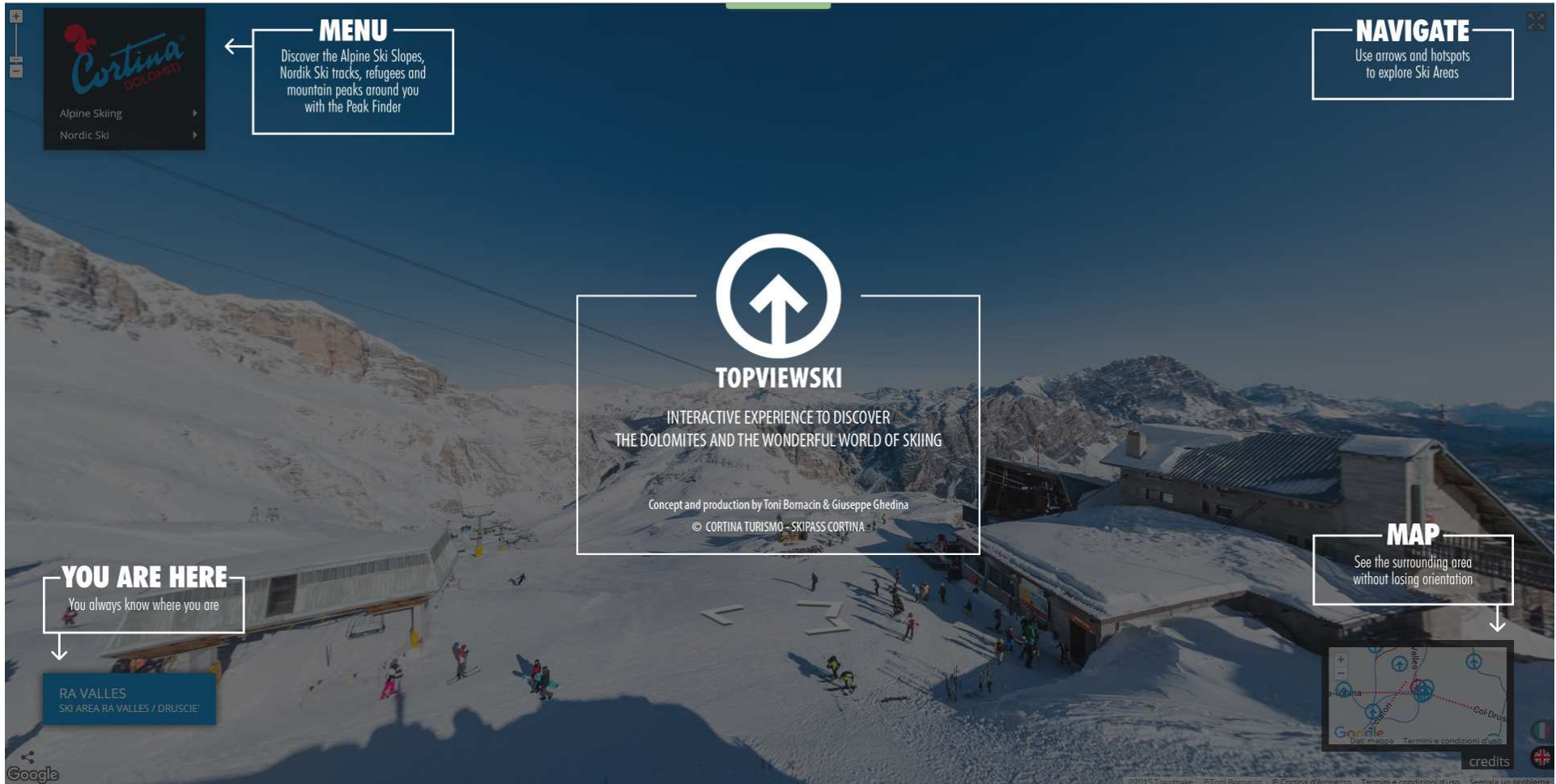
Con Google Maps “si naviga” anche lungo le piste del comprensorio sciistico di Cortina d’Ampezzo: le discese e gli impianti della Regina delle Dolomiti sono i primi al mondo a essere mappati sulla celebre piattaforma online. Un progetto ideato e proposto dal Fotografo Certificato Google Toni Bornacin – esperto in comunicazione multimediale e

collaboratore esterno di Google Maps – al Consorzio Cortina Turismo che, assieme al Consorzio Esercenti Impianti a Fune, ha abbracciato questa importante opportunità. Grazie alla guida interattiva virtuale, che sfrutta la tecnologia Street View per geo-localizzare all’interno delle mappe le immagini panoramiche a 360° del comprensorio sciistico, tutti gli appassionati delle Dolomiti potranno “visitare” le piste direttamente da PC, smartphone e tablet, scoprirne le caratteristiche, raccogliere informazioni e avere un assaggio dei meravigliosi paesaggi apprezzabili, solitamente, con gli sci – o la tavola – ai piedi ([www.topviewski.com](http://www.topviewski.com)).

Faloria, Cristallo, Mietres, Tofana, RaValles/Drusciè, 5 Torri, Lagazuoi, Col Gallina, Auronzo, Misurina e San Vito di Cadore le Ski Aree “virtualizzate” da Toni Bornacin in collaborazione con Giuseppe Ghedina, fotografo certificato Google residente a Cortina e conoscitore delle Dolomiti, in aggiunta a circa 10 rifugi che hanno colto subito l’occasione di mostrare le loro strutture, anche dall’interno, avvicinandosi così sempre più alle esigenze degli ospiti delle Dolomiti.

Oltre 230 le panoramiche raccolte nel Virtual Tour disponibile nella home page del portale [cortina.dolomiti.org](http://cortina.dolomiti.org) – sito ufficiale della Regina delle Dolomiti – e del Consorzio Esercenti Impianti a Fune e facilmente integrabile dagli operatori di Cortina nei rispettivi siti web. A breve, infatti, la possibilità per hotel, ristoranti, notiziari online, portali di settore, forum di riferimento e blog di inserire il Virtual Tour di Google nella propria piattaforma, con un semplice procedimento.

Afferma il Presidente di Cortina Turismo, Stefano Illing: «Cortina si dimostra, ancora una volta, capace di sfruttare gli strumenti messi a disposizione dalla rete per valorizzare il territorio della Regina delle Dolomiti».



<http://www.topviewski.com/>



Ricordate il Filo di Arianna?

“ Il mito narra che Arianna si innamorò di Teseo quando egli giunse a Creta per uccidere il Minotauro nel labirinto. Arianna diede a Teseo un gomitolo di lana (l'eponimo e proverbiale filo d'Arianna) per poter segnare la strada percorsa nel labirinto e quindi uscirne agevolmente.

Da ieri, a Massello, a circa un'ora da Torino, in uno splendido bosco della Val Germanasca, è possibile per turisti ipovedenti, vivere una esperienza a contatto con la natura, supportati da uno smartphone.



"Sentiero dei Versi" è la prima esperienza di percorso assistito per ipovedenti in un bosco alpino.



# Buzz Aldrin è #INNAMORATO della SVIZZERA

> Vai al filmato ↗

## Tu sei #innAMORATO della SVIZZERA?

L'inverno svizzero emoziona: panorami alpini indimenticabili, piste favolose e graziose città innevate ti regalano esperienze invernali davvero speciali. Dopo una giornata tra sole e neve, accoglienti rifugi e hotel tipici svizzeri ti invitano a riposare e sognare.

> Inverno in Svizzera con Buzz    > Ricerca stazioni ↗    > Offerte invernali

### I consigli degli esperti



#### Piste da sci

> Ripulire gli scarponi dalla neve, far scattare gli attacchi, impugnare i bastoncini e darsi una forte spinta piegando le ginocchia: scoprite le più belle piste da sci.



#### Rifugi invernali

> Circondati da cime innevate, con splendidi panorami di montagne e vallate oppure in mezzo a una pista da sci, qui trovate rifugi da amare e di cui gioire.



Prenotare un albergo  
con SwissHotels.com

- ✓ N. 1 per prenotazioni in Svizzera
- ✓ Niente costi nascosti
- ✓ Interessanti offerte con prezzi vantaggiosi

Destinazione

Arrivo

Data di partenza

Nessuna data stabilita

Camere

Persone per camera

> Trovare hotel

# Letargo.





«Baratterei tutta la mia tecnologia per una serata con Socrate».  
*Steve Jobs*



**TECNOLOGIE e MONTAGNA**  
**Sabato 17 ottobre 2015, ore 21.00**  
**Castello di Vogogna (VB)**

Il seminario si propone quale appuntamento di confronto e riflessione dedicato al **rapporto tra tecnologia e montagna**, al fine di esplorare come l'innovazione tecnologica possa essere funzionale allo **sviluppo dei territori e del turismo delle aree montane**.

Durante l'incontro verrà data dimostrazione dell'innovativa tecnologia riguardante la **LIGHT COMMUNICATION** che consente la trasmissione di dati attraverso la luce.  
Sono previsti i seguenti interventi:

**Percorsi digitali turistici  
a supporto dei territori di montagna**  
dott. Francesco Paolo Russo (CEO Smartisland)

**Il ruolo delle tecnologie  
in ambito turistico montano**  
dott.ssa Stefania Cerutti (Univ. Piemonte Orientale e ARS.UNI.VCO)

**INCONTRO GRATUITO ed APERTO al PUBBLICO**

Associazione ARS.UNI.VCO -  
Via Rosmini, 24 - 28845 - Domodossola (VB) - T: 0324.482.548 - @: [segreteria@univco.it](mailto:segreteria@univco.it)

**Grazie  
dell'attenzione!**

[stefania.cerutti@uniupo.it](mailto:stefania.cerutti@uniupo.it)