

ENTER 17

@ Rome

eTourism Conference

26 gennaio 2017

eTourism and **Digital Playground**

27 gennaio 2017

Italian Day

Strategie Digitali per il Turismo
Culturale e Creativo

Focus della giornata:

**Come incrementare la competitività dell'Italia
come destinazione turistica attraverso
la tecnologia e la cultura digitale.**

PROGRAMMA

A red silhouette of the Roman skyline, featuring the Colosseum on the left, several domes and spires in the center, and a large dome with a cross on the right.

Dal 24 al 26 gennaio, la conferenza **ENTER2017** ci offrirà uno sguardo d'insieme sulle recenti tecnologie che, a livello internazionale, sono state applicate con successo in ambito turistico. A seguire, l'**eTourism and Digital Playground** e l'**ItalianDay** offriranno uno spaccato della situazione italiana. L'**e-Tourism and Digital Playground** sarà un pomeriggio "tutto italiano" dedicato alla presentazione di best practice e soluzioni rivoluzionarie per il mercato del turismo, alle principali piattaforme di crowdfunding, e al mondo delle startup e degli incubatori d'impresa. Saranno nostri ospiti i rappresentanti di piattaforme innovative che hanno cambiato il modo di offrire e vivere l'esperienza del viaggio e una delle startup vincitrici di BTO2016.

26 gennaio 2017 eTourism and Digital Playground

Programma

14:00 Apertura registrazioni

15:00 Aula Magna - **Saluti Inaugurali:** Presidente IFITT, Lorenzo Cantoni

<p>15.15 SESSIONE I - Piattaforme collaborative e community per il turismo aula 16 Moderatore: Rodolfo Baggio</p>	<p>15.15 SESSIONE II - Ecosistema digitale per le startup: strumenti, risorse e nuove professioni aula 17 Moderatore: Lidia Marongiu</p>
<p>Stefano Ferri, QT Directory, Startup per la Meeting & Event Industry Rosemarie Caglia: Come realizzare meglio gli affari in viaggio. La soluzione di Travel for business Olimpia Ponno: Misurare la leadership digitale nelle aziende turistiche si può, come? Gabriele Lizzani: I LOVE ITALY - un confronto tra le strategie digital del comparto food, moda e turismo Nicola Usala: Startup nel mondo del turismo LGBT - trend e innovazione Marco Deiosso: La modellazione del business di una startup: il caso Nausdream</p>	<p>Roberto Necci: Misurare il ROI Return of investment della qualità digitale delle imprese turistiche Lidia Marongiu: Progetto Eroi d'Impresa Sabina Maraffi, Francesco Sacerdoti: L'esperienza EvoQuest Egidio Criscuolo, inReception: l'evoluzione della reception nel mondo dell'extra-alberghiero Alessandro Caponi, Karin Venneri: L'Associazione Startup Turismo e l'esperienza Poistory Gloria Ardiiti: Il progetto LovelItaly</p>

17:30 Chiusura lavori

27 gennaio 2017 Italian Day

Programma

08.00 Apertura registrazioni

08.45 **Apertura Italian Day**

Presidente IFITT, Lorenzo Cantoni
Presidenti dell'ItalianDay, Marinella Rocca Longo, Lidia Marongiu
Presidente della Commissione Cultura e Istruzione del Parlamento Europeo, Silvia Costa
Direttore Generale per il Turismo del Ministero Italiano dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, Francesco Palumbo
Assessore sviluppo economico, turismo e lavoro di Roma Capitale, Adriano Meloni
Presidente della Scuola di Lettere, filosofia e lingue, Claudio Giovanardi
Direttore del Dipartimento di Lingue, letterature e culture straniere, Luca Pietromarchi
 Rettore Università Roma Tre, Mario Panizza

SESSIONE I: CULTURA, MUSEI E TECNOLOGIA

Moderatore: Marinella Rocca Longo (Università Roma Tre)

Come è cambiato il modo di visitare un museo? Cosa devono fare le istituzioni culturali per attrarre i visitatori della generazione Z? Da un lato le nuove tecnologie hanno generato nuovi modi di interazione e comunicazione con i social network e le app per dispositivi mobili, dall'altro tecnologie consolidate trovano nuove applicazioni, come la Radio Frequency Identification, RFID, che permette di realizzare "etichette intelligenti", sistemi di ticketing automatizzati fino al controllo degli accessi e dei beni conservati nel museo. La tecnologia avvicina la cultura alle persone, raggiunge anche coloro con forti disabilità anche visive e uditive e completa l'esperienza della visita con l'apprendimento divenuto sempre più "edutainment". L'Italia e il suo immenso patrimonio culturale può essere valorizzata turisticamente con una dose massiccia di nuova tecnologia? Come ripensare la fruizione museale dell'Italia e trovare il giusto equilibrio tra fruizione e conservazione?

Scenario	Casi studio	Idee, Proposte e Prodotti per il Turismo	Discussione
<p>09.30 Il ruolo del patrimonio turistico culturale nel piano turistico nazionale Francesco Tapinassi MiBACT</p>	<p>10.00 Strategie e strumenti per favorire l'engagement dell'audience del MuSe Michele Lanzinger MuSe (Trento)</p>	<p>10.45 Turismo accessibile per persone sordomute attraverso le App Franco Millicchio Università Roma Tre</p>	<p>11.05 Domande dal pubblico e discussione interattiva</p>
<p>09.45 Il Turismo digitale in Italia Eleonora Lorenzini Osservatorio sul Turismo Digitale Politecnico di Milano</p>	<p>10.15 L'evoluzione delle city card e del sistema informativo turistico-culturale di Roma Gabriella Paolino e Silvia Bendinelli Zètema Progetto Cultura</p>	<p>10.55 Tourism, games e tecnologia: Safari d'arte Application Andrea D'Innocenzo Safari d'Arte</p>	
	<p>10.30 Metodi e strumenti per conoscere aspettative e percezioni del visitatore culturale nell'era del digitale Roberta Guglielmetti Università Roma Tre</p>		

11.15 **Coffee break**

2 - Programma Italian Day
eTourism and Digital Playground

SESSIONE II: DESTINATION MANAGEMENT E PLACE BRANDING

Moderatore: Lidia Marongiu (CEO G&M Network e socia Studio Giaccardi & Associati)

Il marketing territoriale negli ultimi anni si è fortemente evoluto e deve tenere conto di tutti i fattori che concorrono a creare la reputazione di una destinazione. Grazie alla tecnologia web e al diffondersi dei social media si è consolidato il concetto che il brand di un territorio è il frutto non di un processo di comunicazione top down ma della somma di ciò che le persone percepiscono, dicono e commentano. Overview su studi, modelli e case histories di destinazioni che hanno modificato percezione e reputazione incoraggiando e valorizzando la produzione di contenuti dal basso (teoria wikibrand).

Scenario	Casi studio	Idee, Proposte e Prodotti per il Turismo	Discussione
11.30 Le sfide della destinazione digitale Luisa Mich Università di Trento	11.50 Italic People: un nuovo mercato per il turismo culturale italiano Giuseppe Giaccardi Studio Giaccardi & co 12.05 L'esperienza del Convention Bureau Italia Carlotta Ferrari Convention Bureau Italia	12.20 Destination management: Il caso Lombardia Francesca Vittori InLombardia 12.30 Capitali Europee della Cultura: quale ruolo hanno nel place branding e nello sviluppo dei territori Alessandro Bollo Fondazione Fitzcarraldo	12.40 Domande dal pubblico e discussione interattiva

13.00 Cooking show dello Chef Giorgione

Giorgio Barchiesi è grande e grosso, dal carattere aperto e sensibile come un vero compagno di avventure. Nel suo orto coltiva di tutto, alleva animali di ogni tipo e cucina come si deve. Per tutti è Giorgione, il protagonista della serie tv in onda su Gambero Rosso Channel e dal titolo, appunto, "Giorgione - Orto e Cucina". Classe '57, romano atipico (ha lasciato la capitale a 19 anni e non ci è più tornato), umbro di adozione, Giorgio oggi cucina con passione ricette semplici, gustose e facili da eseguire nel suo Ristorante "Alla Via di Mezzo da Giorgione", un antico frantoio del XIV secolo trasformato in un caratteristico locale a due passi dal centro di Montefalco, in provincia di Perugia.

13.30 Lunch Break

SESSIONE III: STORYTELLING E CROSS-MEDIALITA'

Moderatore: Maddalena Pennacchia (Università Roma Tre)

Da alcuni anni lo storytelling nel turismo è entrato a pieno titolo nelle strategie di promozione delle destinazioni turistiche e delle strutture ricettive. Diversi studi sull'argomento hanno dimostrato come la narrazione (diffusa, top down o bottom-up) può contribuire a creare un vantaggio competitivo e uno specifico posizionamento. Partendo da ricerche e best practices è importante capire come lo storytelling influisce su reputazione, notorietà e posizionamento della destinazione. E' inoltre fondamentale sottolineare che lo storytelling si realizza attraverso diversi media tra cui quelli tecnologici quali internet, cinema e smartphones.

Scenario	Casi studio	Tavola rotonda interattiva
14.15 Le case romane di Palazzo Valentini Con la partecipazione straordinaria di: Paco Lanciano	15.00 Rai Storia e storytelling Alessandra Conforti Rai Storia 15.15 Turismo in gioco: raggiungere e coinvolgere Nuovi Pubblici con Gamification e Video-games Fabio Viola Gamefications.com	15.45 Focus/ Provocazione: In Italia si parla di Storytelling ma non si mette in pratica? Facilitatore: Emilio Casalini Intervengono: Simone Trecca, Università Roma Tre Barbara Antonucci, Università Roma Tre Francesca Vittori, InLombardia (Explora) Silvia Bernardi, Destinazione Umana Maddalena Pennacchia, Università Roma Tre Enrico Nicosia, Università degli Studi di Macerata
14.45 Viaggi nell'antica Roma Renata Sansone Zètema Progetto Cultura	15.30 Il gioco è una cosa seria. Technotown, come raccontare scienza e tecnologia attraverso il gioco Gabriele Catanzaro Zètema Progetto Cultura	

Dalle ore 16:00 alle 17:30 sarà disponibile una coffee station nell'area catering

IV SESSIONE: BIG DATA E OPEN DATA MANAGEMENT

Moderatore: Maria Francesca Renzi (Università Roma Tre)

Le nuove sorgenti di dati generate dalla interazione con la tecnologia rappresentano una rivoluzione che può avere effetti importanti ai fini dei sistemi informativi intelligenti per le decisioni di promozione, sviluppo e organizzazione delle destinazioni turistiche. Gli osservatori turistici, così come sono stati sinora, basati sull'elaborazione di dati storici sono superati e inadatti a gestire il cambiamento. Partendo da ricerche e best practices è importante capire come gestire, usare e rendere accessibili i big data e gli open data per prendere decisioni sul turismo.

Scenario	Casi studio	Idee, Proposte e Prodotti per il Turismo	Discussione
16.30 Big data e open data oggi Rodolfo Baggio Università Bocconi di Milano, Luca Corsato opensensorsdata	17.00 La reputazione dei musei italiani sul web Mirko Lalli, Travel Appeal 17.15 Competenze e risorse per il futuro digitale e i big data Giorgio Ventre Università Federico II di Napoli	17.30 Strutture e strategie conversazionali: come il linguaggio implementa la sentiment analysis nel settore turistico Mara Frascarelli, Valentina Benigni Università Roma Tre 17.40 Uso e riuso dei dati nella PA Laura Moro ICCD (Istituto Centrale per il Catalogo e la Documentazione)	17.50 Domande dal pubblico e discussione interattiva

18.00 Conclusioni, a cura di Lidia Marongiu

Scenari futuri, a cura di Emilio Casalini

Sede congressuale

La conferenza si svolgerà presso l'Aula Magna del Dipartimento di Lingue e Letterature dell'Università Roma Tre, il cui ingresso si trova in **via Ostiense n° 234**.

La sede è ben collegata con le stazioni centrali di Roma Termini e Roma Tiburtina dalla linea B della metro (fermata Marconi) ed è servita dalle linee autobus 23, 170, 670 e 791.

Quote di registrazione

Tariffa scontata eTourism and Digital Playground + Italian Day: € 40 IVA inclusa

Comitato Organizzatore



Via Ostiense 159 - Roma
www.uniroma3.it



Via Augusto Riboty, 21 - Roma
www.grupposymposia.it

ENTER2017 eTourism Conference Italian Day, Local Scientific Committee

Marinella Rocca Longo, Roma Tre University

Lidia Marongiu, G&M Network - Studio Giaccardi & Associati

Patrizia Pasolini, Symposia srl

Rodolfo Baggio, Bocconi University

Maddalena Pennacchia, Roma Tre University

Barbara Antonucci, Roma Tre University

Simone Trecca, Roma Tre University

Valentina Benigni, Roma Tre University

Mara Frascarelli, Roma Tre University

Franco Milicchio, Roma Tre University

ENTER2017 eTourism Conference Italian Day, Local Organising Committee

Chair: *Marinella Rocca Longo*, Roma Tre University

Co-chair: *Lidia Marongiu*, G&M Network - Studio Giaccardi & Associati

Board

Rodolfo Baggio, Bocconi University

Maddalena Pennacchia, Roma Tre University

Barbara Antonucci, Roma Tre University

Cinzia Pierantonelli, Roma Tre University

Patrizia Pasolini, Symposia srl

Con il
patrocinio di:



AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO - ENIT

Con il
supporto di:



Media Partners:



Evento socialmente
sostenibile grazie alla
collaborazione con:



SEGRETERIA ORGANIZZATIVA
SYMPOSIA SRL

Via Augusto Riboty, 21 - 00195 Roma
e-mail: enter2017@grupposymposia.it
www.grupposymposia.it

Tel. +39 06.39725540 - Fax +39 06.39725541

