

Titolo: "REVeRT - Relaunching cultural and heritage Experiences through Virtual Reality Tourism" C.I. 20227PZBE8

Responsabile Scientifico dell'Unità di Ricerca dell'Università degli Studi di Bari:

Prof. Marco Pichierri

Coordinatore nazionale (Principal Investigator): Prof. Giacomo Del Chiappa (Università degli Studi di Sassari)

Programma di finanziamento: Progetti di ricerca di Rilevante Interesse Nazionale (PRIN) 2022, Decreto Direttoriale n. 104 del 02-02-2022

CUP: H53D23002260006

Total Costo Ammesso: € 247.920,00

Contributo MUR: € 208.995,00

Total Costo Ammesso per il Dipartimento di Economia, Management e Diritto dell'Impresa: € 56.912,00

Contributo MUR per il Dipartimento di Economia, Management e Diritto dell'Impresa: 49.430,00

Partnerships: Università degli Studi di SASSARI; Università degli Studi della BASILICATA; Consiglio Nazionale delle Ricerche-ISMed

Start Date: 2023

Referenti Unità: Giacomo Del Chiappa (Uniss), Marco Pichierri (Uniba); Roberto Micera (Unibas); Tommasina Pianese (CNR-ISMed).

Project Duration: 28/09/2023 – 28/09/2025

Abstract

La letteratura nazionale e internazionale ha dedicato molta attenzione all'influenza che l'uso della realtà virtuale (immersiva e non immersiva) può avere sulla fruizione di esperienze turistico-culturali e sulle conseguenti risposte comportamentali del consumatore. Nello specifico, alla realtà virtuale è stato riconosciuto un ruolo essenziale nelle fasi che precedono, accompagnano e seguono la visita on-site. Ad oggi, l'adozione della realtà virtuale nel mondo dei beni culturali non è ancora così elevata, così come non è elevato il numero delle persone che la utilizzano, anche quando a disposizione. Inoltre, sono ancora pochi gli studi dedicati all'analisi dei fattori che impediscono l'adozione e l'uso di questa tecnologia da parte dei consumatori. Allo stesso modo, sono ancora scarsi i contributi che si occupano di verificare se e in che misura la realtà virtuale (immersiva e,

soprattutto, non immersiva) impatta sulla percezione di autenticità dell'esperienza, sulle risposte cognitive ed emotive del consumatore, sulla memorabilità dell'esperienza e sulle behavioral *intentions* (intenzione di visita/ritorno, propensione al passaparola online e offline e, infine, intensificazione). Il presente progetto di ricerca intende colmare questa lacuna conoscitiva attraverso l'uso di un approccio di ricerca misto e, più nello specifico, di un *exploratory sequential mixed method*. Più in particolare, il progetto prevede la realizzazione di un primo studio qualitativo, basato su una serie di interviste in profondità con consumatori italiani allo scopo di indagare le motivazioni di uso/non uso della realtà virtuale per la fruizione di esperienze turistico-culturali. I risultati della ricerca qualitativa verranno utilizzati, congiuntamente alla letteratura esistente, per progettare un questionario che sarà la base per realizzare uno studio quantitativo, con l'obiettivo di testare se e in che misura l'autenticità percepita durante la fruizione di un'esperienza culturale tramite realtà virtuale impatti (o meno) sulle risposte cognitive ed emotive del consumatore e, quindi, sul suo livello di soddisfazione, sulla memorabilità dell'esperienza e sulle sue behavioral intentions.