

DMO CAORLE - PIANO ESECUTIVO
Bando per l'evoluzione delle destinazioni turistiche venete in
"Smart Tourism Destination"

INDICE

Il Bando STD - Premessa	3
1. Introduzione	4
1.1 Contesto e Rilevanza del Bando	4
1.2 Governance, Caorle 2030 e i suoi obiettivi	4
1.3. Visione e obiettivi strategici di Caorle come Smart Tourism Destination	6
2. Struttura logica della Fase 2 del progetto	8
3. Analisi SWOT	9
4. Azioni previste	11
4.1. Azione A1 Business Intelligence e Analisi dei Big Data	12
4.1.1 Inquadramento dell'azione A1: metodologia, impatti e coerenza con la strategia	12
4.1.2 Struttura del cruscotto	13
4.1.3 Componenti del Sistema	15
4.1.4 Fasi dell'Azione, Milestone e Cronoprogramma	16
4.2. Azione A2 Evoluzione e Aggiornamento e Integrazione del Sito di Destinazione	19
4.2.1 Inquadramento dell'azione A2: metodologia, impatti e coerenza con la strategia	19
4.2.2 Il sito di destinazione	20
4.2.2 Museo Scoglierviva - nuovo percorso di fruizione	22
4.2.3 Fasi dell'Azione, Milestone e Cronoprogramma	23
4.3. Azione A3 Acquisto di beni e servizi	26
4.3.1 Inquadramento dell'azione A3: metodologia, impatti e coerenza con la strategia	26
4.3.2 Principali tipologie di beni e servizi	27
4.3.3 Focus HBenchmark	29
4.3.4 Focus Dati celle telefoniche	31
4.3.5 Fasi dell'Azione, Milestone e Cronoprogramma	32
4.4. Azione A4 Attività di assistenza (web angels) alle imprese locali	36
4.4.1 Inquadramento dell'azione A4: metodologia, impatti e coerenza con la strategia	36
4.4.2 Il servizio di assistenza specialistica web angels	37
4.4.3 Fasi dell'Azione, Milestone e Cronoprogramma	38
4.5. Azione A5 Attività di affiancamento strategico e supporto operativo alla destinazione	41
4.5.1 Inquadramento dell'azione A3: metodologia, impatti e coerenza con la strategia	41
4.5.2 Dal Piano all'azione	42
4.5.3 Fasi dell'Azione, Milestone e Cronoprogramma	43
5. Definizione degli Indicatori in linea con i GDS-Index	46
6. Piano finanziario	48
7. Cronoprogramma	50

Il Bando STD - Premessa

Il Bando Smart Tourism Destination rappresenta un'opportunità strategica finanziata dal Programma Operativo FESR 2021-2027 del Veneto per promuovere la trasformazione di Caorle e Concordia Sagittaria attraverso l'innovazione digitale e la sostenibilità. È una opportunità di rinnovamento e crescita per far evolvere DMO Caorle in una destinazione turistica intelligente e connessa.

La proposta declinata per Caorle e Concordia Sagittaria si focalizza su una '*Europa più competitiva e intelligente*', puntando sulla trasformazione economica innovativa e sulla connettività digitale.

Nello specifico, mira a:

- Promuovere una trasformazione economica innovativa e intelligente,
- Massimizzare i vantaggi della digitalizzazione per cittadini, imprese, e settore pubblico,
- Organizzare l'offerta turistica digitale, attraverso il DMS regionale e azioni pilota per l'Ecosistema Digitale Veneto in linea con le Traiettorie Strategiche della Regione Veneto per una Destinazione Intelligente, con un focus particolare sulla trasformazione digitale e sulla transizione verde.
- Trasformazione Digitale: uso di tecnologie e realtà virtuali, sviluppo digitale per l'engagement turistico, big data per il turismo.
- Transizione Verde: tecnologie e metodi per integrare agroalimentare, turismo ed ecologia.
- Innovazione e Modelli di Business: nuove strategie per una maggiore competitività.

Il turista oggi percepisce la destinazione come un tutt'uno e il soggiorno come un'esperienza unica ed unitaria, anche quando è egli stesso a comporre l'offerta utilizzando le piattaforme di prenotazione o, ancor meglio, avvalendosi di sistemi di booking e dynamic packaging presenti nel portale della destinazione. Una volta giunto nella località prescelta, egli ritiene la destinazione direttamente responsabile della gestione della propria esperienza turistica e quindi dell'esito della stessa. Nel valutare l'esperienza turistica il visitatore non percepisce le diverse responsabilità degli attori dell'offerta, ma valuta il prodotto nel suo insieme. La capacità quindi di fare sistema diventa fondamentale.

1. Introduzione

1.1 Contesto e Rilevanza del Bando

In un contesto turistico in rapida evoluzione, caratterizzato da una crescente competitività dovuta all'ingresso di nuove destinazioni nel mercato, da turisti con necessità e richieste in continua trasformazione, dalla diffusione di nuove tendenze e mode, dalle sempre più presenti sfide poste dal cambiamento climatico, che porteranno senza dubbio a un cambiamento nelle abitudini di viaggiare, diventare una destinazione smart non è più ormai solo un vantaggio, ma una necessità per chi vuole mantenere e rafforzare la propria competitività sul mercato globale.

In tale ottica la destinazione di Caorle intende mettere in campo una serie di azioni volte a cogliere tutti i vantaggi che la digitalizzazione può offrire a cittadini, imprese, organizzazioni di ricerca e autorità pubbliche (Obiettivo Specifico 1.2 del PR FESR 2021-2027). Per ottenere questo è necessario un coinvolgimento di tutti gli stakeholder della DMO adottando un approccio quanto più globale possibile. È, infatti, indispensabile definire una strategia Smart ad hoc per Caorle con un relativo piano di esecuzione. Inoltre, la struttura di governance deve avere le capacità e le competenze per gestire i dati che verranno raccolti. Questo aspetto si collega con la necessità di diffondere competenze per adottare un processo decisionale data-driven, da un lato, e una cultura quantitativa in tutti gli attori della destinazione. I dati non solo necessitano competenze per la gestione ma, più a monte, devono essere selezionati in modo pianificato, puntando a utilizzare processi standardizzati che aumentano l'interoperabilità dei dataset raccolti con altri sistemi. Queste soluzioni data-driven devono poggiarsi su una infrastruttura tecnologica che ne permetta la gestione, la condivisione e la disseminazione in modo semplice e veloce. È infine imprescindibile la collaborazione tra la DMO Caorle con gli attori del settore privato, mediante un processo partecipativo con i partner più strategici, sensibilizzando tutti gli altri operatori e, in generale, incentivare la diffusione della cultura digitale come traino per un incremento della competitività.

1.2 Governance, Caorle 2030 e i suoi obiettivi

In conformità con quanto previsto dalla LR 11/2013, la destinazione turistica di Caorle ha istituito in data 12 dicembre 2014 la “DMO Caorle”, attraverso la sottoscrizione del Protocollo d’Intesa organizzato come tavolo di coordinamento per la governance della destinazione e per la pianificazione strategica delle attività dei diversi soggetti.

COMPONENTI DELLA DMO CAORLE

- Fondazione Caorle Città dello Sport
- Comune di Caorle
- Comune di Concordia Sagittaria
- Consorzio di Promozione Turistica Caorle e Venezia Orientale
- Associazione Albergatori Caorle
- Consorzio per lo Sviluppo e la gestione degli arenili della marina di Caorle Srl
- Confcommercio Imprese per l’Italia - Mandamento di Portogruaro Bibione Caorle
- FIAIP del Collegio Provinciale di Venezia
- Centro Vacanze Pra’ Delle Torri Srl
- Acquafollie Srl
- Oasi La Brussa Srl
- Consorzio PSM Spiaggia

- Venezia Expomar Caorle srl
- UNPLI VE

Per far fronte alle diverse sfide che Caorle con Concordia Sagittaria e il suo entroterra dovrà affrontare nei prossimi anni, nel maggio 2023 la destinazione si è dotata di un Piano Strategico del Turismo (Destination Management Plan) con cui ha cercato di rispondere alla domanda **“Chi vuole essere Caorle nel 2030?”**. Il Piano è stato il frutto di un lavoro partecipato che ha coinvolto tutti i principali soggetti della destinazione per far sì che operatori, amministratori, comunità locale e turisti lo potessero percepire come uno strumento condiviso e facilmente fruibile. La change strategy che il DMP di Caorle intende portare avanti entro il 2030 si basa sull'idea di creare valore per tutto l'insieme di persone e soggetti che gravitano all'interno e intorno alla destinazione, quali la comunità locale, le imprese, gli investitori e i turisti.

Dal DMP al Piano Attuativo e gli SDG

Il Destination Management Plan che delinea la strategia generale da perseguire nel breve, medio e lungo termine, è stato accompagnato da un Piano Attuativo in cui la vision della destinazione viene concretizzata e declinata in XV linee strategiche e 76 azioni puntuali.



Una delle linee strategiche individuate (linea XV) è stata definita all'epoca della stesura del DMP **“Smart Destination”** e racchiude 7 azioni volte all'incremento della digitalizzazione all'interno del territorio di Caorle, tra cui la creazione di un software di raccolta di dati turistici, l'autovalutazione del livello di sostenibilità della destinazione attraverso apposite piattaforme digitali di performance, l'ideazione e implementazione di un sistema di raccolta dati diffuso nel territorio per la creazione di report di business intelligence; la diffusione di HBenchmark quale strumento che consente un'analisi comparativa di dati relativi all'ospitalità e al turismo al fine di confrontare le prestazioni della destinazione con quelle di altre destinazioni simili; l'installazione di contabili e contapersone in punti strategici della destinazione per implementare la raccolta di dati; l'implementazione di una card turistica di destinazione.

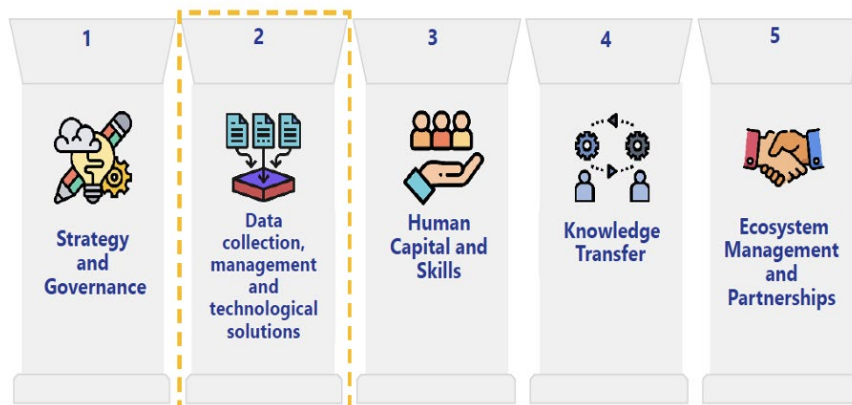
La tematica della digitalizzazione risulta tuttavia essere trasversale anche a numerose altre azioni del piano che potrebbero, più o meno direttamente, portare benefici e/o beneficiare di un sistema di destinazione più smart.

1.3. Visione e obiettivi strategici di Caorle come Smart Tourism Destination

La vision di Caorle come Smart Tourism Destination, e i relativi obiettivi strategici, oltre a valersi sul grande lavoro di progettazione operato nel contesto “Caorle 2030”, si basa inoltre sulle linee guida e toolkit elaborati dall’Unione Europea sulle Smart Tourism Destination (<https://smarttourismdestinations.eu/>).

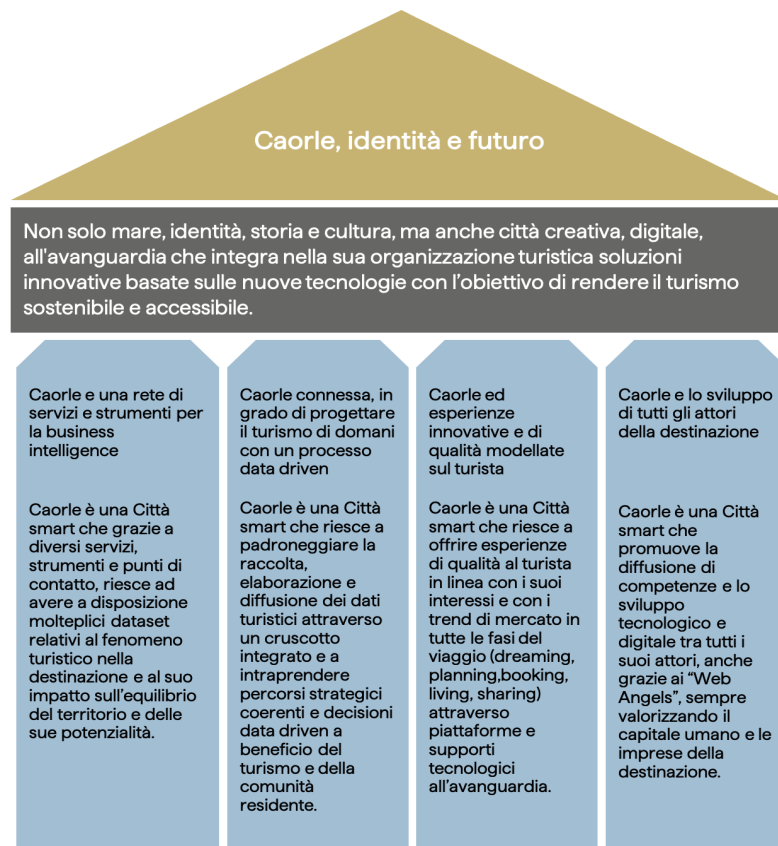
The five pillars of a Smart Tourism approach

The five pillars of a Smart Tourism approach:



Se, da un lato, le linee di indirizzo dell’UE aiutano a identificare il percorso di Caorle verso un ecosistema turistico innovativo e smart, dall’altro lato il Piano Strategico e Attuativo, su cui la destinazione ha lavorato negli ultimi anni, allinea il percorso su uno sviluppo consapevole, e condiviso da tutti gli stakeholder, dell’identità del luogo e dell’equilibrio con il territorio e con la comunità residente.

Da questi assunti si delinea una vision di Caorle come Smart Tourism Destination, qui sotto descritta:



1.4. Integrazioni DMS - Fase 1

Durante la Fase 1 sono state svolte attività per integrare il Destination Management System (DMS) regionale nei siti web di diversi operatori turistici di Caorle.

L'attività ha coinvolto 29 operatori (si veda l'elenco nella Relazione Intermedia), inoltre due operatori hanno aggiornato il DMS alla versione più recente.

Nel file allegato alla relazione intermedia sono indicati tutti gli screenshot pre e post integrazione.

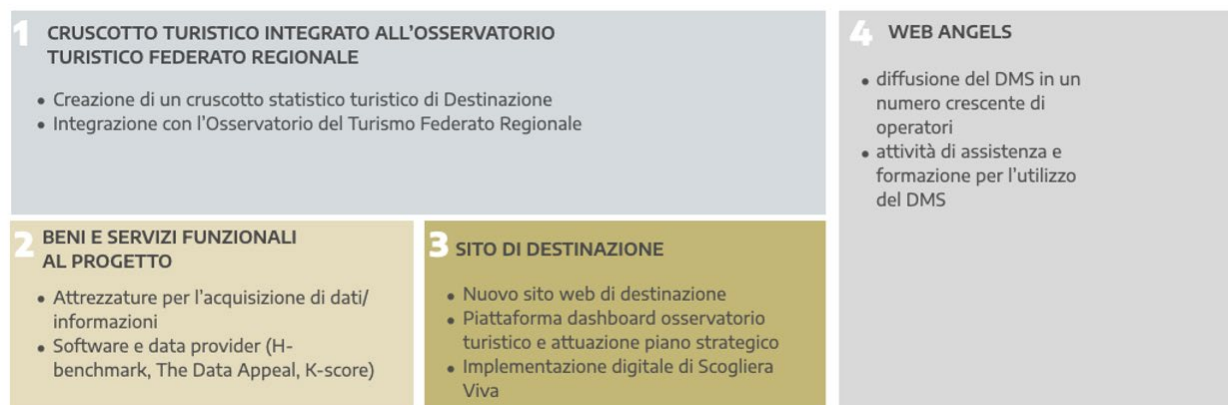
2. Struttura logica della Fase 2 del progetto

Il Bando è strutturato in due fasi principali. Nella prima è stato redatto il presente piano operativo e sono state realizzate le previste integrazioni con il DMS regionale.

La Fase 2 è dedicata all'attuazione del presente piano.

Questa avrà un arco temporale di 24 mesi e terminerà il 19/10/2026.

La struttura logica della Fase 2 può essere descritta con la seguente infografica:



3. Analisi SWOT

Un'analisi SWOT dei principali fattori interni ed esterni che influenzano il progetto di trasformazione di Caorle in una Smart Tourism Destination è stata realizzata e ha portato i seguenti riscontri.

Punti di Forza

- **Miglioramento dell'efficienza di operatori e imprese:** La digitalizzazione dei servizi consente una gestione più efficiente delle risorse e dei flussi turistici, ottimizzando le operazioni per gli operatori locali e riducendo i tempi di risposta.
- **Aumento della competitività e delle performance turistiche:** L'implementazione di tecnologie avanzate e big data permette di migliorare l'attrattiva della destinazione, elevando la qualità dell'esperienza turistica e potenziando la competitività sul mercato.
- **Supporto per scelte informate sullo sviluppo urbano e turistico:** La raccolta e l'analisi dei dati consentono di pianificare decisioni strategiche basate su dati concreti riguardanti il comportamento e le preferenze dei visitatori, facilitando uno sviluppo sostenibile e mirato della destinazione.

Punti di Debolezza

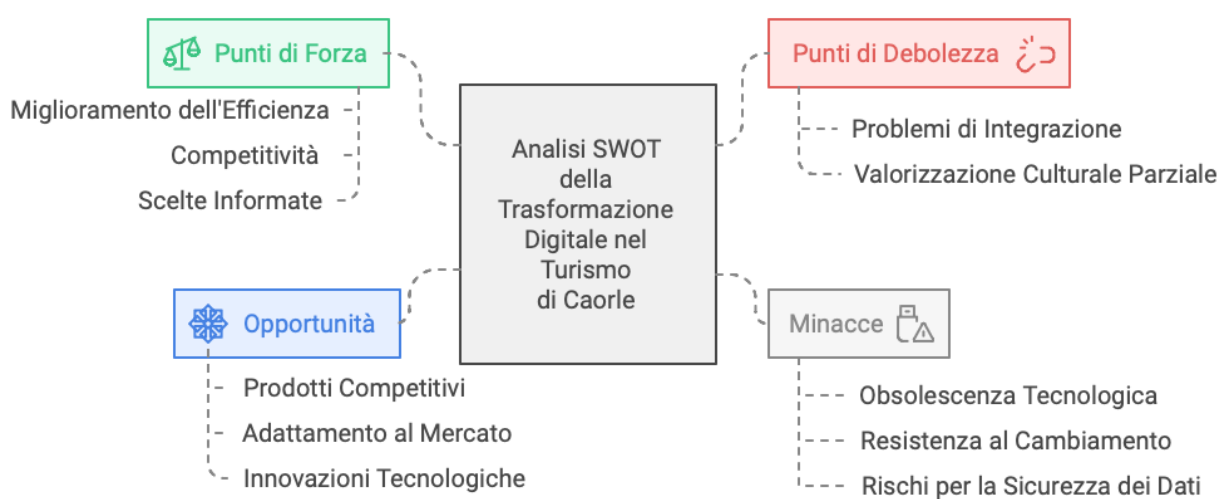
- **Potenziamento incoerenza nell'integrazione dei totem digitali in alcuni contesti della destinazione:** L'inserimento dei totem digitali potrebbe risultare visivamente e funzionalmente poco contestualizzato in alcune aree della città; sarà necessario pertanto sceglierne con attenzione l'ubicazione, garantendo sempre una coerenza con l'offerta turistica, le modalità già in uso di comunicazione e interazione con il turista e i progetti in corso.
- **Parziale valorizzazione della componente artistico-culturale:** poiché il progetto prevede un intervento di valorizzazione di solo una parte dell'offerta artistica e culturale di Caorle, questo va inteso come una prima sperimentazione che potrà in futuro essere ampliata per andare ad intercettare anche altre risorse artistico/culturali di Caorle. Potranno essere valutati gli ulteriori interventi di valorizzazione.

Opportunità

- **Sviluppo di prodotti, servizi ed esperienze competitive e soddisfacenti:** La conoscenza approfondita del comportamento e delle preferenze del turista, ottenuta grazie all'analisi dei big data, consente di personalizzare l'offerta, offrendo esperienze che rispondano con precisione alle esigenze della domanda.
- **Adattamento dinamico ai cambiamenti del mercato:** L'accesso a dati in tempo reale permette alla destinazione di rispondere rapidamente alle tendenze emergenti, anticipando le richieste e mantenendo una posizione competitiva nel mercato.
- **Integrazione di innovazioni tecnologiche per una fruizione più accessibile e coinvolgente:** Le tecnologie previste possono arricchire l'esperienza turistica e creare nuovi modi per comprendere e interagire con il patrimonio culturale, aumentando l'attrattiva della destinazione per diversi target di visitatori.

Minacce

- **Rischi legati alla rapida evoluzione tecnologica:** La tecnologia si evolve rapidamente, e gli strumenti adottati oggi potrebbero diventare obsoleti in breve tempo, richiedendo aggiornamenti frequenti e continui investimenti.
- **Possibile resistenza al cambiamento da parte degli operatori locali:** Alcuni attori del settore potrebbero non essere pronti o disposti ad adattarsi rapidamente alle innovazioni digitali, rallentando il processo di trasformazione.
- **Vulnerabilità a problemi di sicurezza e privacy dei dati:** L'adozione di tecnologie digitali e l'uso intensivo di big data espongono la destinazione a rischi legati alla privacy e alla sicurezza dei dati. È essenziale che la fase di sviluppo adotti le misure di protezione informatiche per prevenire possibili violazioni.



4. Azioni previste

Le azioni previste nella Fase 2 del progetto Smart Tourism Destination rappresentano il cuore del Piano Esecutivo. Tali azioni si integrano armoniosamente per concretizzare la visione strategica della destinazione turistica di Caorle. Ogni intervento è stato progettato per essere complementare agli altri, garantendo un approccio sinergico e coordinato che supporta la transizione verso un modello di destinazione innovativa, sostenibile e digitale. L'acquisto di beni e servizi funzionali si lega strettamente alle attività di monitoraggio e analisi, fornendo dati critici per decisioni data-driven e miglioramenti continui alimentando l'osservatorio turistico locale. Il sito di destinazione aggiornato, oltre a fornire al visitatore tutte le informazioni e funzionalità che il DMS offre, ospiterà anche in una sezione l'osservatorio turistico. Parallelamente, l'assistenza attraverso i Web Angels crea un ponte operativo tra tecnologia e utilizzo pratico, garantendo che ogni stakeholder sia in grado di sfruttare appieno gli strumenti digitali forniti, come il Digital Management System (DMS) e il cruscotto turistico.

Questa coesione tra le azioni garantisce il raggiungimento degli obiettivi strategici del piano, portando Caorle a consolidarsi come un esempio di Smart Tourism Destination nel panorama nazionale ed europeo.

Elenco delle principali azioni previste

1. Business Intelligence e Analisi dei Big Data

- Implementazione di strumenti di business intelligence a livello di destinazione, con l'uso di big data per monitorare la reputazione online, analizzare benchmark, e raccogliere informazioni utili per migliorare la performance digitale e l'attrattività turistica, nonché la realizzazione di una piattaforma dialogante con l'Osservatorio del Turismo Regionale Federato.

2. Evoluzione e Aggiornamento del Sito di Destinazione

- Evoluzione del sito web della destinazione, con aggiornamenti per renderlo pienamente accessibile, migliorare la user experience, e integrarlo con le funzionalità del DMS regionale per offrire contenuti aggiornati e fruibili in modo intuitivo.

3. Acquisto di Beni e Servizi per la Sostenibilità e l'Accessibilità della Destinazione

- Installazione di infrastrutture come totem digitali, pannelli informativi e contatori di visitatori e ciclisti, con l'obiettivo di aumentare l'accessibilità e raccogliere dati per analisi future.

4. Assistenza Web Angels alle Imprese Locali

- Formazione e supporto continuo ai Web Angels, figure incaricate di assistere le imprese locali nell'integrazione dei propri servizi nel DMS regionale, favorendo la cultura digitale e migliorando la comunicazione con il sistema turistico.

5. Affiancamento Strategico e Supporto Operativo

- L'affiancamento alla Fondazione fornisce la guida operativa per implementare con coerenza tutte le azioni, verterà nelle attività di project management, di coordinamento dei fornitori e stakeholder, di definizione delle strategie operative, e monitoraggio costante delle soluzioni adottate.

4.1. Azione A1 Business Intelligence e Analisi dei Big Data

L'azione consiste nella creazione di un Cruscotto Turistico di Destinazione innovativo e integrato con l'Osservatorio Turistico Regionale Veneto Federato, volto a raccogliere, analizzare e monitorare i dati turistici in tempo reale. L'obiettivo è quello di fornire la destinazione turistica di uno strumento fondamentale per migliorare la propria gestione strategica e operativa attraverso l'utilizzo dei Big Data, nella logica che per le decisioni strategiche di breve, medio e lungo periodo, in ambito turistico ma con potenzialità anche su altri settori e competenze, possa essere sempre più consolidato un approccio data-driven per incrementare i propri livelli di sostenibilità, competitività e innovazione.

4.1.1 Inquadramento dell'azione A1: metodologia, impatti e coerenza con la strategia

L'azione A1 adotta una **metodologia integrata** per migliorare la comprensione delle dinamiche turistiche e supportare il processo decisionale attraverso strumenti avanzati. La prima fase prevede la raccolta di dati provenienti da fonti diversificate e complementari, dati da fonti ufficiali (ad es. ISTAT e OTRF), oltre a open data, dati sul sentiment (attraverso la connessione con OTRF), i dati dalla piattaforma HBenchmark, le analisi sui dati delle celle telefoniche fornite da compagnie telefoniche, da dati prodotti e forniti da sistemi di monitoraggio locali (contapersone/contabici). Questo approccio garantisce una visione completa e dettagliata dei comportamenti e delle preferenze dei visitatori.

I dati raccolti vengono successivamente elaborati attraverso tecnologie di machine learning e data mining, che permettono di identificare schemi, tendenze e correlazioni utili a descrivere il contesto turistico e le sue evoluzioni. Questo processo analitico è essenziale per tradurre le informazioni grezze in conoscenze strategiche.

Per facilitare la consultazione e l'uso dei risultati, le analisi vengono rese disponibili attraverso dashboard intuitive, progettate per rispondere alle esigenze degli stakeholder locali. Questi strumenti di visualizzazione offrono una rappresentazione chiara e immediata dei principali indicatori di performance, favorendo una comprensione condivisa delle informazioni chiave.

Un elemento distintivo della metodologia è il coinvolgimento continuo degli operatori locali, attraverso strumenti digitali di survey ed eventualmente valutando di volta in volta l'attivazione di processi partecipativi in presenza (es. workshop). Grazie al loro feedback costante, è possibile migliorare la qualità dei dati, affinare le analisi e ottimizzare la piattaforma, garantendo che essa risponda concretamente alle necessità del territorio. Questo approccio dinamico e partecipativo permette di costruire un sistema di business intelligence capace di sostenere la trasformazione di Caorle in una destinazione turistica smart e competitiva.

Obiettivi dell'azione: grazie a un corretto utilizzo del dato, la destinazione sarà pertanto in grado di studiare il comportamento e le esigenze del turista, per riuscire a offrire prodotti, servizi ed esperienze sempre soddisfacenti e competitivi, nonché rispondere dinamicamente ai cambiamenti del mercato e anticipare così le richieste della domanda. La piattaforma operativa di Business Intelligence potrà generare report periodici sulle performance turistiche e sulla sostenibilità, fornendo alla governance locale strumenti per decisioni più informate ed efficaci.

Tra gli **impatti** previsti, si evidenziano un aumento della competitività e dell'efficienza operativa della destinazione, accompagnato dall'adozione di strategie sostenibili basate sui dati. Il progetto favorirà inoltre il coinvolgimento attivo degli stakeholder locali, promuovendo una gestione condivisa e innovativa del territorio.

L'azione si integra pienamente con gli obiettivi strategici e di sostenibilità, promuovendo l'innovazione tecnologica e la digitalizzazione per una gestione più efficiente e sostenibile delle risorse, in linea con le sovra-strategie e influenzando positivamente gli indicatori chiave, come di seguito dettagliato:

1. **Strategia S3 (Smart Specialisation Strategy):**

- Favorisce l'innovazione attraverso l'uso di tecnologie avanzate per l'analisi dei dati e il decision-making.

2. **Strategia EUSALP (EU Strategy for the Alpine Region):**

- Promuove la digitalizzazione per migliorare la gestione sostenibile delle risorse e la cooperazione tra attori locali.

3. **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs):**

- **SDG 8:** Incentivare una crescita economica sostenibile e inclusiva.
- **SDG 9:** Promuovere infrastrutture resilienti e l'innovazione tecnologica.
- **SDG 11:** Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri e sostenibili.

4. **Indicatori GDS Influenzati:**

- **Ambiente:** Monitoraggio delle emissioni di CO2 e consumo delle risorse naturali.
- **Economia:** Miglioramento dell'efficienza operativa delle strutture ricettive.
- **Società:** Aumento dell'accessibilità e inclusività della destinazione.

4.1.2 Struttura del cruscotto

In linea con l'Osservatorio Turistico Regionale Federato del Veneto, la dashboard di Caorle sarà consultabile attraverso le seguenti due sezioni chiave:



1. **Area notizie e documentale:** Accesso a informazioni relative a ricerche, statistiche, fonti, progetti, novità etc. Raccoglierà inoltre i report trimestrali sui servizi turistici, sentiment e contenuti online strettamente connessi alla destinazione.
 - Sul modello dell'*Osservatorio turistico Valle d'Aosta*, le pubblicazioni potranno riguardare indagini sul ricettivo, sui servizi e professioni turistiche come noleggio attrezzature, accessi ai siti culturali ecc., sugli eventi, analisi dei mercati di provenienza ed una sezione dedicata ad altri studi come l'analisi degli insights dei siti web turistici. Inoltre, interessanti sono la sezione che riporta il confronto con altre regioni/destinazioni competitor (es. Trentino) e quella dedicata ai report sulle prospettive dell'andamento turistico. Verranno infine messe in evidenza le indagini pubblicate dall'Osservatorio Regionale - verso il quale ci sarà un continuo rimando e connessione.
 - Sul modello dell'*Osservatorio Turistico Regionale di "Visit Piemonte"* si prevede anche un sistema di monitoraggio continuativo sulle attività di promozione, informazione ed accoglienza turistica.
2. **Area di visualizzazione dinamica e interattiva:** Dati e indicatori relativi a descrittori di base, indicatori socio-economici, indicatori di digitalizzazione, indicatori di sostenibilità, analisi impatto eventi, analisi delle infrastrutture, sezione di hospitality data intelligence, sezione di reputazione e sentiment. Tali dati oltre a poter essere consultati in modalità dinamica sarà possibile esportarli in vari formati. Quest'ultima parte sarà articolata nelle seguenti sezioni principali, progettate per ottimizzare l'accesso e l'interpretazione dei dati da parte degli stakeholder:
 - a. **Dashboard Principale:**
 - **Descrittori di Base:** Arrivi, presenze, permanenza media, variazioni percentuali rispetto alle annualità passate, capacità turistica e densità turistica etc.
 - **Indicatori Socio-economici:** Spesa media per turista, occupazione turistica.
 - **Indicatori di Digitalizzazione:** Percentuale di aziende con e-commerce, utilizzo di social media, presenza su piattaforme di prenotazione, competenze digitali del personale.
 - b. **Indicatori di Sostenibilità:** sulla stregua dell'Osservatorio per il turismo sostenibile dell'Alto Adige, si svilupperanno una serie di indicatori per misurare la sostenibilità della destinazione. Tali indicatori prenderanno come riferimento il Global Destination Sustainability Index (GDS-Index) con l'obiettivo di allinearsi con le migliori destinazioni europee e non solo, in termini di performance ambientali, sociali, di fornitura e di management della destinazione. Per analizzare e puntare a migliorare la propria performance è indispensabile un approccio olistico che richiede, per ogni argomento, il coinvolgimento di più attori che spesso afferiscono a settori e assessorati che talvolta lavorano in modo disgiunto. Pertanto, un altro obiettivo di questa sezione è quello di creare nuove e solide interconnessioni tra i soggetti coinvolti uniti da un obiettivo comune. Alcuni esempi sono: Rifiuti, erosione costiera, ma non solo, Emissioni di CO2, consumo d'acqua, estensione delle aree verdi. Per un approfondimento sul tema degli GDS-Index si veda il capitolo 5.
 - c. **Sezione di Analisi delle Infrastrutture:** utilizzo di trasporti pubblici, parcheggi, ZTL, piste ciclabili e passaggi barca. Per questa ragione è stato previsto l'acquisto di contapersone e contabici da abbinare ai dispositivi che già monitorano i passaggi. Si sta inoltre valutando il coinvolgimento della Polizia Locale per avere, opportunamente aggregati e anonimizzati, dati sui passaggi recepiti dalle videocamere di sorveglianza.

Questi elementi saranno, inoltre, importante indicatore per delineare il percorso di Caorle verso una città *Car free*.

- d. **Sezione di Hospitality Data Intelligence:** dati su occupazione camere (rapporto tra camere vendute e camere disponibili), ADR (Average Daily Rate), REVPAR (Revenue Per Available Room), Ricavo medio.
- e. **Sezione di Reputazione e Sentiment:** Monitoraggio della reputazione online e sentiment analysis della destinazione nel suo complesso, degli attrattori e delle imprese (ricettive, locali e ristoranti), distinguendo per nazione di origine e per tipologia di visitatore. Inoltre, verranno presentati i diversi argomenti di discussione.

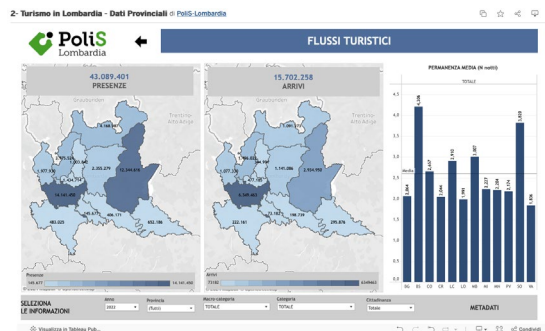
4.1.3 Componenti del Sistema

Il sistema verterà su una componente di *Backend* e una di *Frontend*.

La prima è composta da un Database con tutti i contenuti informativi prodotti, un Database Management Systems per gestire le base dati, delle API per scambiare dati con fornitori di dati esterni in maniera automatica, in particolare con l'Osservatorio del Turismo Regionale Federato. La parte di Frontend si integrerà nel portale di destinazione con tre tipologie di componenti:

- **Componenti di Osservatorio Turistico** che illustrerà tutti gli indicatori che verranno raccolti ed elaborati (vedi Data Collection, Analysis & Management) e caratterizzati da:
 - interfaccia intuitiva e facile da usare;
 - utilizzo di grafici e mappe per semplificare la lettura e la comprensione dei dati;
 - interfaccia responsive per una consultazione da vari tipi di dispositivi.
- **Componenti Web di Restituzione per gli Stakeholders:** si valuterà la possibilità di creare una "Data Visualization Narrative", contenente elementi di interazione e animazione su contenuti qualitativi e quantitativi. L'obiettivo per l'impiego di questa tipologia di presentazione è comunicare in maniera esaustiva, efficace, organizzata e convincente l'operato della Destinazione in relazione allo stato di avanzamento delle azioni indicate nel Piano Strategico di Destinazione e relativo piano attuativo, in quanto si ritiene fondamentale tenere aggiornati residenti, operatori e visitatori circa gli obiettivi che la destinazione si è prefissata nel breve, medio e lungo termine, per creare un ambiente sempre più vivibile e sostenibile.
- **Componente di Monitoraggio e Reportistica Interna (Business Intelligence):** per permettere al personale della Destinazione di monitorare tutti i dati e gli indicatori. La componente avrà la forma di dashboard esplorabile per sezioni. Attraverso alcune funzionalità di controllo sarà possibile filtrare parte dei contenuti di tale dashboard in modo da creare dei contenuti veicolabili esportando diversi report (in formato HTML o PDF) in modo da aggiornare periodicamente i propri Stakeholders.

Benchmark: L'interfaccia user-friendly e le visualizzazioni grafiche dell'Osservatorio IDM Südtirol sono un esempio di best practice e le funzionalità di reportistica avanzata offerte da PoliS Lombardia possono essere adottate come modello.



4.1.4 Fasi dell'Azione, Milestone e Cronoprogramma

L'azione si sviluppa attraverso cinque fasi principali: partendo dalla pianificazione e definizione del sistema BI, seguiranno l'implementazione tecnica, le attività di formazione e coinvolgimento degli stakeholder, la fase di analisi e reporting dei dati, e chiudendo infine con il monitoraggio continuativo. Ogni fase è caratterizzata da attività mirate, milestone precise e l'individuazione delle figure chiave da coinvolgere, al fine di garantire un percorso progressivo verso la piena operatività e ottimizzazione del sistema di Business Intelligence per la destinazione di Caorle.

Fase 1: Pianificazione e Definizione del Sistema BI (Mese 1/2025-3/2025)

- **Attività:**
 - Identificazione dei dati necessari: flussi turistici, provenienza, stagionalità, reputazione online, sostenibilità.
 - Analisi dei requisiti tecnici e funzionali per il sistema di BI.
 - Definizione delle fonti dati (DMS, HBenchmark, celle telefoniche, contapersone, contabici, OTRF, open data).
- **Milestone:**
 - Documento di requisiti funzionali.
 - Schema delle fonti dati e degli indicatori da monitorare.
- **Soggetti coinvolti:** Project Manager, esperti IT, data analyst, rappresentanti della Fondazione Caorle Città dello Sport, operatori turistici.

Fase 2: Implementazione Tecnica del Sistema BI (Mese 4/2025-8/2025)

- **Attività:**
 - Sviluppo e configurazione della piattaforma di BI, inclusa la creazione di dashboard interattive.
 - Integrazione con fonti di dati esistenti (es. DMS, HBenchmark, celle telefoniche) e nuovi strumenti digitali (contapersone e contabici).
 - Test di funzionalità e verifica delle connessioni tra fonti dati.
 - Integrazione con sito di destinazione.
- **Milestone:**
 - Piattaforma BI funzionante e integrata con le fonti dati.
 - Test iniziali completati.

- **Soggetti coinvolti:** Team IT, esperti di BI, fornitori tecnologici, stakeholder locali.

Fase 3: Formazione e Coinvolgimento degli Stakeholder (Mese 9/2025-10/2025)

- **Attività:**
 - Organizzazione di workshop per presentare la piattaforma agli stakeholder.
 - Formazione per l'uso degli strumenti di BI da parte di operatori turistici, Web Angels e membri della governance.
- **Milestone:**
 - Stakeholder formati sull'uso della piattaforma.
 - Feedback raccolti per eventuali miglioramenti.
- **Soggetti coinvolti:** Esperti BI, Web Angels, operatori turistici, enti locali.

Fase 4: Analisi e Reporting dei Dati (Mese 11/2025-3/2026)

- **Attività:**
 - Analisi dei dati raccolti per identificare tendenze, opportunità e criticità.
 - Creazione di report periodici su flussi turistici, performance delle strutture, sostenibilità e reputazione.
- **Milestone:**
 - Pubblicazione del primo report analitico.
 - Dashboard operative per consultazione in tempo reale.
- **Soggetti coinvolti:** Team di analisi dati, esperti di turismo, stakeholder locali.

Fase 5: Monitoraggio Continuativo e Ottimizzazione (Mese 4/2026-10/2026)

- **Attività:**
 - Monitoraggio costante dei dati e aggiornamento della piattaforma BI.
 - Revisione degli indicatori e implementazione di eventuali miglioramenti.
- **Milestone:**
 - Piattaforma consolidata e operativa.
 - Integrazione di nuovi dataset e funzionalità.
- **Soggetti coinvolti:** Team IT, Project Manager, stakeholder locali.

Riepilogo di risultati e impatti attesi dell'azione:

1. **Risultati:**
 - Piattaforma operativa di BI.
 - Report periodici su performance turistiche e sostenibilità.
 - Maggiore capacità decisionale per la governance locale.
2. **Impatti:**
 - Miglioramento della competitività e dell'efficienza operativa della destinazione.
 - Adozione di strategie sostenibili basate su dati.
 - Coinvolgimento attivo degli stakeholder locali.

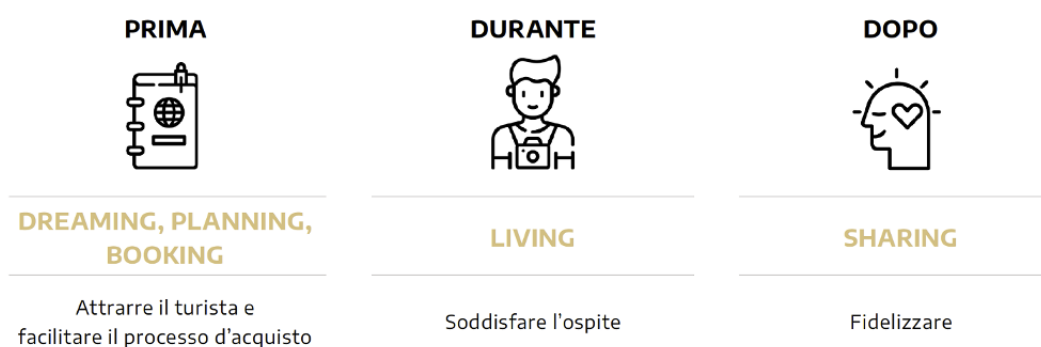
Per l'azione A1, si presenta il cronoprogramma dettagliato delle fasi operative sopra descritte.

	ATTIVITÀ	INIZIO	FINE
FASI	A1 Business Intelligence e Analisi dei Big Data		
1	Pianificazione e Definizione del Sistema BI	01/01/25	31/03/25
2	Implementazione Tecnica del Sistema BI	01/04/25	31/08/25
3	Formazione e Coinvolgimento Stakeholder	01/09/25	31/10/25
4	Analisi e Reporting dei Dati	01/11/25	31/03/26
5	Monitoraggio Continuativo e Ottimizzazione	01/04/26	31/10/26

4.2. Azione A2 Evoluzione e Aggiornamento e Integrazione del Sito di Destinazione

Nell'ambito di questa azione verrà sviluppato il nuovo sito web della destinazione turistica di Caorle, concepito quale strumento integrato, interattivo e user-friendly per la promozione turistica e la gestione dell'offerta. Da intendersi non solo come mero biglietto da visita, ma anzi come fondamentale porta d'accesso e fulcro della comunicazione del prodotto e della sua composizione, utile al turista, così come alla filiera interna di operatori e stakeholder.

Dotato di call to action chiare in grado di attivare il visitatore in comportamenti d'interazione prima e di acquisto poi, il portale deve quindi essere progettato per assistere il turista in tutte le fasi della sua esperienza: da *dreaming*, *planning* e *booking* preparatorie al viaggio, alla vera fase *living*, nonché durante tutte le azioni di *sharing*.



Il sito vuole rispondere completamente alle esigenze di una Smart Tourism Destination, integrando le funzionalità del DMS regionale e incarnando i valori di promozione digitale, sostenibilità e accessibilità.

4.2.1 Inquadramento dell'azione A2: metodologia, impatti e coerenza con la strategia

La **metodologia** per la realizzazione, evoluzione, aggiornamento e integrazione del sito di destinazione si fonda su un approccio strutturato e collaborativo, mirato a garantire un prodotto efficace e sostenibile. Il processo inizia con un'analisi approfondita basata sui dati raccolti da strumenti come Google Analytics, feedback degli utenti e un benchmarking con altre destinazioni simili. Questa fase permette di identificare le esigenze specifiche del territorio e di individuare le migliori pratiche per migliorare la competitività online.

La progettazione del sito è condotta in maniera collaborativa, coinvolgendo attivamente stakeholder locali e operatori turistici per assicurare che i contenuti, le funzionalità e l'usabilità rispondano alle reali necessità della destinazione. Per lo sviluppo e la gestione del progetto, vengono adottate metodologie agili, che consentono iterazioni rapide e flessibili, assicurando un adattamento continuo alle nuove esigenze e tecnologie. Ad es. potrà essere valutata un'attività di feedback loop per una raccolta di feedback continuo dagli utenti finali durante la fase di testing e dopo il lancio.

Infine, il progetto include sessioni di formazione continua per il personale locale, con l'obiettivo di garantire un uso autonomo e consapevole del sito, rafforzando la capacità della destinazione di gestire e aggiornare i propri strumenti digitali nel tempo.

Gli **obiettivi** dell'azione A2 si identificano nella realizzazione di un sito web moderno, interattivo e perfettamente integrato con le principali piattaforme e strumenti digitali, in primis con il Destination Management System regionale, garantendo una promozione efficace delle offerte turistiche di Caorle. Grazie alla formazione del personale locale, sarà possibile gestire autonomamente il sito, assicurandone l'aggiornamento continuo.

Gli **impatti** attesi includono un significativo miglioramento dell'esperienza utente per i turisti, un incremento delle prenotazioni online e una maggiore fidelizzazione. Inoltre, il sito fungerà da strumento centrale per rafforzare la coesione tra gli attori locali, favorendo una gestione coordinata e condivisa delle strategie di promozione e sviluppo della destinazione.

Anche l'azione A2 risulta essere del tutto coerente con gli obiettivi strategici e di sostenibilità, promuovendo l'innovazione tecnologica e la digitalizzazione per una fruizione più efficiente e sostenibile dell'offerta turistica a disposizione, in linea con le sovra-strategie e influenzando positivamente gli indicatori chiave, come di seguito dettagliato:

1. **Strategia S3:**

- Promuove l'innovazione digitale e la valorizzazione del turismo come settore strategico.

2. **Strategia EUSALP:**

- Sostiene la digitalizzazione per il miglioramento della competitività e della sostenibilità delle destinazioni alpine.

3. **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs):**

- **SDG 9:** Promuovere infrastrutture resilienti e l'innovazione tecnologica.
- **SDG 11:** Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi e sostenibili.
- **SDG 12:** Garantire modelli di consumo e produzione sostenibili.

4. **Indicatori GDS Influenzati:**

- **Comunicazione e Marketing:** Miglioramento delle strategie digitali.
- **Tecnologia e Innovazione:** Implementazione di strumenti tecnologici avanzati.
- **Accessibilità:** Creazione di un sito inclusivo per utenti con diverse abilità

4.2.2 Il sito di destinazione

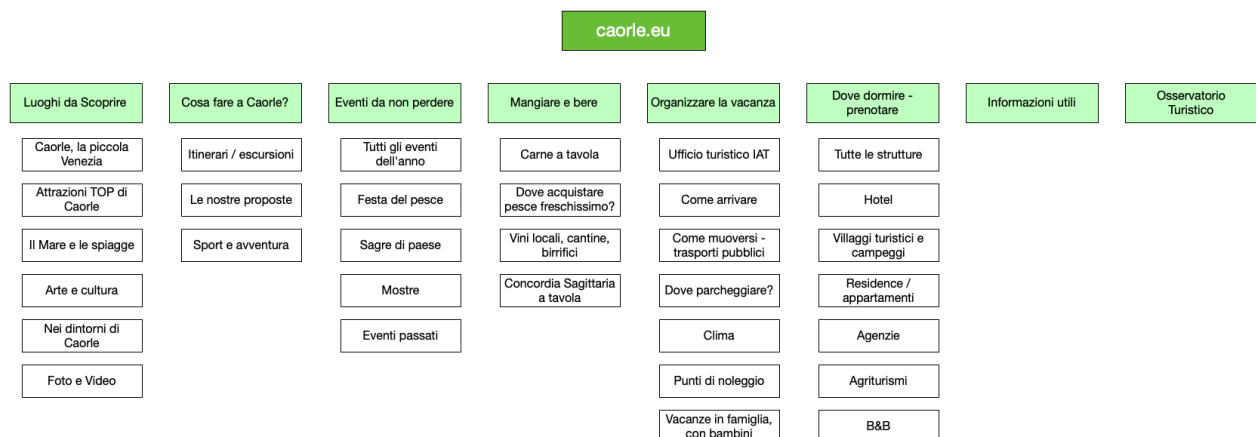
Per la realizzazione del nuovo portale di destinazione si prevedono operativamente i seguenti gruppi di **attività**:

- Analisi dei profili dei turisti potenziali
- Analisi dei loro bisogni e dei canali informativi che utilizzano
- Costruzione del wire-frame del sito, definizione del *tone of voice* e conseguente realizzazione del copy
- Analisi della *customer journey* del sito
- Realizzazione UX/UI
- Realizzazione tecnica del portale web.

Il nuovo portale web multilingue per la comunicazione e promozione della destinazione Caorle presenterà al suo interno le seguenti **aree di contenuto**:

- contenuti dedicati alla promozione di Caorle (luoghi, attività, eventi, enogastronomia);
- mappa di Caorle, dei percorsi, collegamenti con le ciclabili, con peculiarità territoriali;
- area collegata al DMS regionale;
- area per la promozione delle singole strutture e servizi;
- sezione informazioni utili
- osservatorio turistico (vedi azioni A1).

È stata elaborata una prima bozza della sitemap per il sito web della destinazione, con l'obiettivo di strutturare in modo chiaro e intuitivo l'organizzazione dei contenuti e delle funzionalità. La bozza è stata condivisa con gli stakeholder per raccogliere feedback e ottimizzare la navigabilità, puntando a migliorare l'esperienza utente e a soddisfare le esigenze di turisti e operatori locali facendo tesoro dell'esperienza del sito attuale. La struttura è pensata per garantire una navigazione intuitiva e integrata con gli strumenti digitali, in linea con gli obiettivi della Smart Tourism Destination.



Il nuovo portale sarà progettato per garantire un alto livello di sicurezza e rispetto della privacy degli utenti, adottando i più moderni protocolli per la protezione dei dati personali, come richiesto dal GDPR, e implementando misure di sicurezza avanzate per prevenire accessi non autorizzati, attacchi informatici e vulnerabilità. In parallelo, il sito sarà sviluppato seguendo i principi della Digital Accessibility, in conformità con lo European Accessibility Act, che impone standard rigorosi per rendere i servizi digitali accessibili a tutte le persone, inclusi coloro con disabilità visive, motorie, uditive o cognitive. Saranno adottate le Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.2, definite dal consorzio W3C, con particolare attenzione alle loro quattro componenti fondamentali:

- **Percezione:** i contenuti saranno facilmente comprensibili e fruibili, con l'uso di descrizioni alternative per immagini, testo leggibile, e un design visivo chiaro.

- Operabilità: il portale sarà navigabile con facilità sia tramite dispositivi di puntamento (mouse) sia con tastiera o tecnologie assistive come screen reader, offrendo una user experience inclusiva.
- Chiarezza: le informazioni saranno presentate in modo semplice e ordinato, con linguaggio chiaro e intuitivo, evitando ambiguità o elementi complessi che possano ostacolare la comprensione.
- Solidità: il sito sarà compatibile con i diversi browser e dispositivi, incluse tecnologie assistive, garantendo stabilità e accessibilità costante nel tempo.

Queste caratteristiche renderanno il portale un modello di innovazione e inclusività, rispondendo alle esigenze di una vasta gamma di utenti e consolidando la destinazione come leader nell'adozione di tecnologie accessibili e sicure.

4.2.3 Museo Scoglieraviva - nuovo percorso di fruizione

La Scoglieraviva di Caorle, un museo all'aria aperta che, da oltre tre decenni incanta visitatori e appassionati d'arte con il suo Simposio internazionale di scultura, rappresenta una delle iniziative culturali più affascinanti nel cuore storico della città. Questo evento unico ha trasformato la scogliera in una galleria d'arte vivente, che ogni anno si arricchisce di nuove opere, offrendo un'esperienza sensoriale che si fonde con il paesaggio marino, attirando turisti da tutto il mondo.

Per amplificare ulteriormente questa esperienza, è in corso la progettazione di un percorso interattivo che integra l'apprezzamento artistico con le più aggiornate tecnologie digitali. Attraverso l'uso di punti di contatto e pannelli informativi turistici dotati di QR code, i visitatori potranno accedere a contenuti digitali che arricchiscono la narrazione e la comprensione delle opere esposte (vedi punto Azione A3). Questi contenuti sono pensati per guidare il visitatore in un viaggio informativo e immersivo, ampliando la sua conoscenza delle sculture e degli artisti coinvolti nel simposio.

Nel contesto del ripensamento della fruizione del percorso, il sito web dedicato a Scoglieraviva (<https://www.scoglieraviva.com>) subirà un significativo rinnovamento in termini di User Experience, User Interface ed inquadramenti grafico, che saranno elaborati per renderlo più attuale e visivamente coerente con il nuovo sito di destinazione. L'obiettivo è mantenere un "family feeling" che rafforzi l'identità visiva del museo e migliori l'esperienza dell'utente, facilitando l'accesso a informazioni utili e arricchendo la fruizione culturale del luogo. I QR code, strategicamente posizionati vicino alle sculture, non solo potenzieranno l'interazione con il pubblico ma fungeranno anche da ponte tra l'esperienza fisica e quella digitale, offrendo un modo più profondo di vivere l'arte all'aperto.

Attraverso questi sviluppi, si punta non solo a confermare Scoglieraviva come uno dei punti di interesse più amati di Caorle, ma si mira a creare esperienze turistiche in linea con le aspettative del turista, sempre più connesso, tecnologicamente attrezzato e bramoso di "saperne di più".

4.2.4 Fasi dell'Azione, Milestone e Cronoprogramma

L'azione si articola in sei fasi operative, ciascuna progettata per garantire una realizzazione efficace e progressiva del sito di destinazione, dalla pianificazione iniziale al monitoraggio continuo. Le fasi includono l'analisi e la pianificazione, il design e la progettazione, lo sviluppo tecnico e l'integrazione, la creazione dei contenuti e la formazione del personale, il lancio e la promozione, e infine il monitoraggio e gli aggiornamenti. Questo approccio strutturato assicura che il sito risponda alle esigenze del territorio, evolvendosi nel tempo per rimanere competitivo e rilevante.

Fase 1: Analisi e Pianificazione (Mese 1/2025-2/2025)

- **Attività:**
 - Analisi dei siti esistenti, identificazione di lacune e opportunità di miglioramento.
 - Raccolta dei requisiti tecnici e funzionali per la nuova versione.
 - Definizione delle specifiche per l'integrazione del DMS e di altri strumenti digitali.
- **Milestone:**
 - Documento di requisiti tecnici e funzionali.
 - Piano operativo approvato.
- **Soggetti coinvolti:** Project Manager, team IT, stakeholder locali, operatori turistici.

Fase 2: Design e Progettazione (Mese 2/2025-5/2025)

- **Attività:**
 - Creazione del design user-centric per migliorare la user experience.
 - Sviluppo di wireframe e prototipi delle sezioni principali.
 - Pianificazione dei contenuti e delle funzionalità principali.
- **Milestone:**
 - Wireframe e prototipi approvati.
 - Strategia di contenuto completata.
- **Soggetti coinvolti:** Designer UX/UI, sviluppatori, esperti di marketing digitale.

Fase 3: Sviluppo Tecnico e Integrazione (Mese 5/2025-9/2025)

- **Attività:**
 - Sviluppo del nuovo sito web e implementazione delle funzionalità tecniche.
 - Integrazione con il DMS regionale e sistemi esterni (es. booking, CRM).
 - Test di funzionalità, velocità, sicurezza e accessibilità.
- **Milestone:**
 - Sito web sviluppato e test completati.
 - Integrazione del DMS operativa.

- **Soggetti coinvolti:** Sviluppatori IT, fornitori tecnologici.

Fase 4: Contenuti e Formazione (Mese 6/2025-11/2025)

- **Attività:**
 - Creazione e ottimizzazione dei contenuti (testi, immagini, video).
 - Formazione del personale locale per l'uso del CMS e la gestione autonoma del sito.
- **Milestone:**
 - Contenuti caricati e ottimizzati.
 - Team formato per la gestione del sito.
- **Soggetti coinvolti:** Content creator, formatori, Web Angels.

Fase 5: Lancio e feedback (Mese 12/2025-2/2026)

- **Attività:**
 - Lancio ufficiale del sito.
 - Raccolta dei primi feedback dagli utenti per eventuali miglioramenti.
- **Milestone:**
 - Sito lanciato ufficialmente.
 - Piano di promozione completato.
- **Soggetti coinvolti:** Team di marketing digitale, stakeholder locali.

Fase 6: Monitoraggio e Aggiornamenti (Mese 2/2026-5/2026)

- **Attività:**
 - Monitoraggio delle performance del sito (traffico, usabilità, conversioni).
 - Aggiornamenti periodici per mantenere il sito al passo con le esigenze.
- **Milestone:**
 - Primo report di performance.
 - Implementazione di miglioramenti basati sui dati raccolti.
- **Soggetti coinvolti:** Data analyst, team IT, Project Manager.

Riepilogo di risultati e impatti attesi dell'azione:

1. Risultati:

- Un sito web moderno, interattivo e integrato.
- Maggiore visibilità e promozione delle offerte turistiche.
- Capacità del personale locale di gestire autonomamente il sito.

2. Impatti:

- Miglioramento dell'esperienza utente per i turisti.
- Incremento delle prenotazioni online e della fidelizzazione.
- Maggiore coesione tra gli attori locali attraverso un unico strumento integrato.

Per l'azione A2, si presenta il cronoprogramma dettagliato delle fasi operative sopra descritte.

	ATTIVITÀ	INIZIO	FINE
FASI	A2 Realizzazione, Evoluzione, Aggiornamento e Integrazione del/i Sito/i di Destinazione		
1	Analisi e Pianificazione	1/1/2025	15/2/2025
2	Design e Progettazione	15/2/2025	15/5/2025
3	Sviluppo Tecnico e Integrazione	15/5/2025	1/9/2025
4	Contenuti e Formazione	30/6/2025	30/11/2025
5	Lancio e feedback	1/12/2025	1/2/2026
6	Monitoraggio e Aggiornamenti	1/2/2026	1/5/2026

4.3. Azione A3 Acquisto di beni e servizi

Attraverso quest'azione la destinazione vuole dotarsi degli strumenti e delle risorse materiali necessari per supportare la transizione verso una Smart Tourism Destination. L'acquisto di beni e servizi sarà finalizzato a migliorare l'accessibilità, il monitoraggio e la promozione della destinazione attraverso soluzioni innovative e sostenibili con cui poter organizzare la propria offerta turistica.

Oltre a facilitare l'accesso al turismo e ai prodotti per l'ospitalità, i servizi, gli spazi e le esperienze, tali strumenti saranno utilizzati come fonte di raccolta di dati e informazioni, che andranno ad alimentare uno dei dataset su cui poggierà la dashboard di business intelligence della destinazione. Siamo quindi nella logica di un vero e proprio ecosistema digitale, che va ad amplificare nel suo insieme le potenzialità delle diverse azioni prese singolarmente.

Gli strumenti saranno attentamente valutati, tarati e testati, in modo da garantire piena rispondenza con le specifiche esigenze della destinazione.

4.3.1 Inquadramento dell'azione A3: metodologia, impatti e coerenza con la strategia

La **metodologia** per questa azione si basa su un approccio strutturato e partecipativo, volto a garantire che gli strumenti selezionati rispondano pienamente alle esigenze della destinazione e dei suoi stakeholder. Inizialmente si prevede infatti un'analisi approfondita dei bisogni, condotta utilizzando i dati raccolti durante la Fase 1 e integrata da un dialogo diretto con operatori locali e stakeholder (da valutare la messa in campo di processi partecipativi quali workshop tematici) per identificare le soluzioni più idonee.

Il processo di procurement sarà gestito attraverso procedure trasparenti, che privilegiano fornitori in grado di offrire strumenti di alta qualità, sostenibili e innovativi, garantendo la massima efficienza nell'uso delle risorse. Inoltre, il coinvolgimento continuo degli attori locali anche dopo l'installazione degli strumenti, restituirà alla governance i feedback necessari per monitorarne l'uso, l'efficacia e il gradimento, anche in ottica migliorativa.

Gli **obiettivi** dell'azione sono orientati al processo di individuazione, acquisto, installazione e attivazione di nuove infrastrutture tecnologiche che, non solo miglioreranno la capacità di monitorare e gestire i flussi turistici, ma offriranno anche agli operatori locali le competenze necessarie per sfruttarle al meglio.

Gli **impatti attesi** includono un significativo miglioramento dell'esperienza turistica, grazie a strumenti che offrono informazioni in tempo reale e interazioni avanzate. Inoltre, l'adozione di infrastrutture ecologiche e smart contribuirà alla sostenibilità della destinazione, mentre il rafforzamento del sistema di governance, grazie all'uso di dati oggettivi, renderà le decisioni più consapevoli e strategiche.

Anche l'azione A3 concorre agli **obiettivi strategici e di sostenibilità**, promuovendo l'innovazione tecnologica e la digitalizzazione a favore di una governance data-driven capace di sviluppare la propria offerta turistica in modo consapevole e responsabile, in linea con le sovra-strategie e influenzando positivamente gli indicatori chiave, come di seguito dettagliato:

1. **Strategia S3:**
 - Supporta l'adozione di tecnologie innovative e soluzioni sostenibili per migliorare l'offerta turistica.
2. **Strategia EUSALP:**
 - Promuove lo sviluppo di infrastrutture intelligenti e la gestione sostenibile delle risorse naturali.
3. **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs):**
 - **SDG 9:** Promuovere infrastrutture resilienti e l'innovazione tecnologica.
 - **SDG 11:** Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi e sostenibili.
 - **SDG 12:** Garantire modelli di consumo e produzione sostenibili.
4. **Indicatori GDS Influenzati:**
 - **Mobilità e Accessibilità:** Introduzione di infrastrutture per la mobilità sostenibile.
 - **Ambiente e Sostenibilità:** Monitoraggio dei flussi turistici per ridurre l'impatto ambientale.
 - **Comunicazione e Marketing:** Utilizzo di totem interattivi per migliorare l'accesso alle informazioni.

4.3.2 Principali tipologie di beni e servizi

Come anticipato, l'azione prevede l'acquisto e l'installazione di strumenti tecnologici innovativi presso i luoghi strategici della destinazione turistica di Caorle.

Di seguito sono elencate le tipologie previste con relative caratteristiche e funzioni, mentre a seguire vengono descritti per ciascun bene le potenzialità e i benefici per la destinazione:

Tipologia di bene / servizio	Caratteristiche e funzioni
Pannelli informativi Scogliera Viva	acquisto di una serie di pannelli informativi (circa 140) da posizionare nei pressi delle sculture. Grazie ad essi, mediante la scansione di un Qrcode da smartphone, sarà possibile accedere alla pagina web relativa a ogni opera d'arte con informazioni e curiosità
Contapersone	acquisto e installazione della strumentazione da posizionare in luoghi strategici della destinazione
Contabici	acquisto e installazione della strumentazione da posizionare in luoghi strategici della destinazione
Totem digitali interattivi	acquisto n.5 totem da posizionare nell'Ufficio IAT e nei punti di informazione (Porto Santa Margherita, Duna Verde, Concordia Sagittaria) per migliorare la comunicazione con il turista e facilitare l'organizzazione del suo soggiorno

HBenchmark	- N° 1 licenza di accesso piattaforma HB per Fondazione Caorle Città dello Sport - N° 25 attivazioni e integrazioni PMS per Hotel - N° 25 licenze di accesso piattaforma HB per HOTEL
Celle telefoniche	Servizio di rilevazione, attraverso i dati rinvenibili dalle celle telefoniche, delle presenze e degli spostamenti, al fine di fornire una reale rappresentazione dei flussi turistici, dei pernottamenti, nonché della profilazione dei visitatori. Il servizio fornirà una dashboard ad hoc integrabile nell'osservatorio turistico locale e in quello regionale federato.

Pannelli informativi ScoglieraViva:

Rappresentano un elemento chiave per valorizzare uno dei punti di interesse più iconici di Caorle, integrando tecnologia e fruizione culturale.

I benefici principali di questi dispositivi includono un arricchimento dell'esperienza turistica grazie a un accesso immediato e interattivo alle informazioni, una maggiore valorizzazione del patrimonio locale, nonché un incentivo a percorsi tematici sostenibili. Inoltre, la loro installazione contribuirà a un'organizzazione più efficiente dei flussi di visitatori, migliorando la distribuzione nelle aree di interesse e riducendo la pressione sulle zone più affollate.

Contapersone:

Pensati per monitorare in tempo reale i flussi di visitatori, questi dispositivi forniranno dati preziosi sulla frequentazione di aree specifiche, quali ad esempio piazze, spiagge o percorsi pedonali, permettendo di analizzare trend di affluenza, picchi stagionali e orari di maggiore attività.

Tra i benefici principali vi è la possibilità di ottimizzare la gestione degli spazi pubblici, migliorare la sicurezza grazie al controllo della densità nei luoghi affollati e orientare le strategie turistiche basandosi su dati oggettivi. Inoltre, queste informazioni consentiranno di sviluppare politiche sostenibili, distribuendo i flussi turistici in modo equilibrato e riducendo l'impatto sulle aree più delicate del territorio.

Contabici

In questo caso, l'adozione di questi dispositivi punta a monitorare il traffico ciclabile e analizzare i flussi legati all'outdoor. Questi strumenti forniranno dati dettagliati sull'utilizzo delle piste ciclabili, sulla frequenza e sugli orari di utilizzo, permettendo di comprendere le abitudini dei visitatori e dei residenti che scelgono la mobilità sostenibile.

I benefici principali includono una migliore pianificazione delle infrastrutture ciclabili, l'identificazione delle aree più frequentate per eventuali interventi di manutenzione o ampliamento e la promozione della fruizione ciclabile e del turismo outdoor come elementi distintivi della destinazione. Inoltre, i dati raccolti contribuiranno a rafforzare la strategia di sostenibilità della località, incentivando l'uso di mezzi ecologici e migliorando l'esperienza complessiva degli utenti.

Totem digitali interattivi:

Rappresentano un investimento strategico per migliorare l'esperienza dei visitatori, fornendo informazioni immediate e personalizzate. Attraverso schermi touchscreen, i turisti potranno accedere a informazioni utili su attrazioni, eventi, percorsi, trasporti e offerte locali, con contenuti disponibili in più lingue. I benefici includono una comunicazione più efficiente e accessibile, che permette ai visitatori di organizzare autonomamente il proprio soggiorno in base ai loro interessi e necessità. Inoltre, questi strumenti alleggeriscono il carico di lavoro degli operatori turistici, consentendo loro di concentrarsi su attività a maggior valore aggiunto. I totem migliorano anche l'immagine tecnologica e innovativa della destinazione, offrendo un servizio moderno e allineato alle aspettative del turista digitale.

HBenchmark:

Data la complessità del tema, si è optato per dedicare a questo servizio un approfondimento ad hoc, riportato al capitolo seguente 4.3.3.

Dati delle telefoniche:

Data la complessità del tema, si è optato per dedicare a questo servizio un approfondimento ad hoc, riportato al capitolo seguente 4.3.4.

4.3.3 Focus HBenchmark

Il servizio HBenchmark è una piattaforma di Hospitality Data Intelligence progettata per raccogliere, analizzare e monitorare dati relativi alle performance turistiche e alberghiere in tempo reale. Questo strumento consente alle destinazioni e agli operatori turistici di accedere a dati oggettivi e aggiornati, offrendo un supporto decisionale basato su informazioni precise e affidabili.

Offre un supporto completo per la gestione data-driven, aumentando la competitività e la capacità di risposta della destinazione alle esigenze del mercato e contribuendo al posizionamento strategico di Caorle come Smart Tourism Destination.

La proposta di progetto per la destinazione di Caorle prevede l'integrazione del *Property Management Systems* (PMS) di almeno 25 strutture dell'Hospitality con la piattaforma online di Hospitality Data Intelligence di HBenchmark che aggrega i dati provenienti dai gestionali (PMS) delle singole strutture e restituisce in real time in forma anonima e aggregata le tendenze passate e future del mercato locale.

HBenchmark raccoglie i dati delle singole strutture in modalità anonima che riguardano le prenotazioni degli ultimi 24 mesi e dei prossimi 12 mesi che vengono aggiornati quotidianamente per avere informazioni oggettive sull'andamento dei trend delle prenotazioni e degli ospiti sul territorio non solo per il passato, ma anche per il futuro.

In tal modo le strutture ricettive della DMO Caorle potranno ottimizzare strategie di revenue e marketing. In particolare potranno, tra le altre possibilità:

- conoscere prezzi medi del mercato, ADR (e trattamenti);

- misurare il livello di occupazione (storico e previsionale);
- confrontare il REVPAR della singola struttura con quello aggregato di destinazione;
- misurare il livello di occupazione delle strutture (storico e previsionale);
- ottenere informazioni sui prezzi e occupazione per ogni canale, segmento di mercato, nazionalità;
- confrontare dei propri KPI con quelli del territorio, zona o gruppi personalizzabili di competitor;
- comprendere le tendenze sugli eventi in anticipo;
- conoscere la velocità di arrivo delle prenotazioni sul territorio;
- pianificare le strategie di posizionamento;

L'aumento delle strutture nella piattaforma rispetto alle attuali, oltre a sviluppare una cultura di scelte *data-driven*, permetterà alla DMO di avere una visione più profonda dell'andamento della destinazione e, inoltre, alimentare anche i dati dell'Osservatorio Turistico Federato Regionale. Questo servizio con ottica S3 intercetta il concetto di "Smart Destination – Big Data per il turismo"

Principali Funzionalità di HBenchmark

1. **Analisi delle Performance del Mercato Locale:**
 - Raccoglie dati anonimi e aggregati dalle strutture ricettive (ad esempio, tasso di occupazione, prezzi medi per notte, durata dei soggiorni) e li confronta con quelli delle destinazioni simili, offrendo una visione del posizionamento della destinazione rispetto a concorrenti o aree di riferimento.
2. **Ottimizzazione delle Strategie di Revenue Management:**
 - Fornisce dati chiave come l'ADR (Average Daily Rate), il RevPAR (Revenue Per Available Room) e l'occupazione storica e futura. Le strutture ricettive possono utilizzare queste informazioni per ottimizzare le tariffe e migliorare la redditività in base alla domanda del mercato.
3. **Monitoraggio delle Prenotazioni e dei Trend:**
 - Rende possibile il monitoraggio delle prenotazioni passate e future, evidenziando tendenze come la velocità di arrivo delle prenotazioni e i picchi di occupazione. Questo consente di anticipare la domanda e pianificare strategie promozionali mirate.
4. **Analisi della Provenienza e Profilo dei Visitatori:**
 - Fornisce dettagli sulla provenienza geografica dei turisti, la nazionalità, i canali di prenotazione utilizzati, i segmenti di mercato e le preferenze dei visitatori. Queste informazioni aiutano a creare offerte su misura per il target della destinazione.
5. **Confronto con Altre Destinazioni:**
 - Consente confronti tra diverse destinazioni o gruppi di competitor definiti, permettendo alla destinazione di valutare le proprie performance in un contesto più ampio e identificare aree di miglioramento.

Vantaggi di HBenchmark per una Destinazione Turistica come Caorle

Per la destinazione turistica di Caorle, il servizio di HBenchmark supporta le seguenti aree strategiche:

- decision-making basato sui dati: i dati raccolti da HBenchmark supportano la governance turistica, consentendo decisioni strategiche basate su analisi quantitative;
- adattamento rapido al mercato: con informazioni sempre aggiornate, Caorle può reagire tempestivamente ai cambiamenti nella domanda turistica e modificare le strategie in tempo reale;
- sviluppo sostenibile e miglioramento delle performance: monitorando l'impatto delle attività turistiche, Caorle può ottimizzare il proprio sviluppo, puntando su sostenibilità e qualità dell'offerta.

4.3.4 Focus Dati delle telefoniche

La fornitura di dati statistici della telefonia da parte di uno dei maggiori operatori presenti in Italia mira a creare uno strumento per il supporto alla trasformazione digitale di Caorle fornendo insights decisionali basati su dati reali.

L'acquisto di dati da celle telefoniche rappresenta un investimento strategico per permettere a Caorle di evolvere verso un modello di gestione data-driven. Questi dati consentono di migliorare la competitività, l'efficienza operativa e la sostenibilità della destinazione, offrendo strumenti concreti per affrontare le sfide del turismo moderno.

La solidità della soluzione si fonda sulla lunga esperienza del partner tecnico in ambito di data analytics e le sue practices e risorse dedicate, tra cui un pool di data scientists e data engineers specializzati nello sviluppo di algoritmi di analytics per fornire avanzati modelli di mobilità degli utenti insieme ai dati che verranno utilizzati, che provengono dalle diverse funzioni aziendali dell'operatore:

- Funzione "Usage": Traffico dati / Voce, SMS / MMS, Servizi a valore aggiunto
- Funzione "Sales": prodotti / Servizi di telecomunicazioni
- Funzione "Customer Experience": app di navigazione, risultati campagne, sistema misura-soddisfazione del cliente
- Customer base: caratteristiche socio-demografiche, spesa media dei servizi per utente
- Network: posizione, mobilità, indicatori di rete
- Finance: storico dei pagamenti, solvibilità, truffatori, metodi di pagamento

L'approccio tecnico all'analisi

Per la rilevazione delle presenze e degli spostamenti, al fine di fornire una reale rappresentazione della mobilità territoriale e dei pernottamenti (non solo dal bacino dell'operatore) – sono adottate applicazioni di inferenza statistica per creare una dashboard interattiva con le seguenti tipologie di analisi di flussi turistici:

- Data / aggregazione temporale
- Numero di visite e visitatori giornalieri suddivisi in Escursionisti e Turisti per area
- Numero di Escursionisti e Turisti per tipologia (provinciale, regionale, nazionale, straniero) e per area
- Distribuzione degli arrivi per giorno della settimana e fascia oraria di Escursionisti e Turisti per area
- Durata di visita in giorni per i Turisti suddivisa per tipologia di visitatore (provinciale, regionale, nazionale, straniero) e per area

- Durata di visita in ore di Escursionisti suddivisa per tipologia di visitatore (provinciale, regionale, nazionale, straniero) e per area
- Provincia di domicilio di Escursionisti e Turisti italiani
- Paese di provenienza di Escursionisti e Turisti italiani
- Caratteristiche socio demografiche dei visitatori (genere, range di età, nazionalità, capacità di spesa, tipologia di sim - consumer/business)

Sostenibilità dell'investimento

La DMO ritiene che questo possa essere uno strumento strategico di medio/lungo termine. Pertanto, considera la possibilità di investire un importo a questo scopo oltre a quanto concedibile all'interno del bando, sia in termini di ammontare sia in termini temporali.

4.3.5 Fasi dell'Azione, Milestone e Cronoprogramma

L'azione "A3 Acquisto di beni e servizi" si articola in cinque fasi operative, ciascuna finalizzata a garantire l'implementazione ottimale degli strumenti tecnologici per la destinazione. Si inizia con l'identificazione dei beni e servizi necessari, definendo le priorità attraverso un'analisi delle esigenze locali. La seconda fase è dedicata alla selezione dei fornitori e all'acquisto, seguita dall'installazione e configurazione degli strumenti tecnologici nei luoghi strategici. La quarta fase si concentra sulla formazione e sensibilizzazione degli operatori locali, per assicurare l'utilizzo efficace delle nuove attrezzature. Infine, la fase di monitoraggio e valutazione permette di analizzare l'impatto delle infrastrutture implementate e di proporre eventuali ottimizzazioni future.

Fase 1: Identificazione dei Beni e Servizi Necessari (Mese 1/2025-2/2025)

- **Attività:**
 - Analisi delle esigenze della destinazione, con particolare attenzione alle lacune in termini di accessibilità, digitalizzazione e sostenibilità.
 - Identificazione dei beni e servizi prioritari da acquisire, come licenze software, servizio dati celle telefoniche, contapersone, contabici, totem digitali e servizi di manutenzione.
- **Milestone:**
 - Lista di beni e servizi approvata.
 - Piano di approvvigionamento.
- **Soggetti coinvolti:** Project Manager, esperti di sostenibilità e accessibilità, stakeholder locali.

Fase 2: Selezione dei Fornitori e Acquisto (Mese 3/2025-4/2025)

- **Attività:**
 - Predisposizione dei bandi o richieste di offerta per i fornitori.
 - Valutazione delle proposte in base a criteri di qualità, sostenibilità e costo.
 - Acquisto dei beni e servizi selezionati.

- **Milestone:**
 - Contratti firmati con i fornitori.
 - Ordini inviati e confermati.
- **Soggetti coinvolti:** Team di procurement, esperti tecnici, stakeholder pubblici e privati.

Fase 3: Installazione e Configurazione (Mese 3/2025-9/2025)

- **Attività:**
 - Configurazione, prototipazione e personalizzazione di piattaforme per la fornitura di dati.
 - Installazione di totem interattivi in punti strategici della destinazione.
 - Configurazione dei contapersone e contabici per raccogliere dati utili al monitoraggio.
- **Milestone:**
 - Software e piattaforme avviate
 - Totem, contapersone e contabici installati e operativi.
- **Soggetti coinvolti:** Fornitori tecnici, tecnici locali, operatori turistici.

Fase 4: Formazione e Sensibilizzazione (Mese 5/2025-10/2025)

- **Attività:**
 - Formazione degli operatori locali per l'uso delle nuove attrezzature e servizi.
 - Sensibilizzazione degli stakeholder e della comunità sui benefici delle nuove infrastrutture e servizi.
- **Milestone:**
 - Sessioni di formazione completate.
 - Materiali informativi distribuiti.
- **Soggetti coinvolti:** Formatori, stakeholder locali, rappresentanti della comunità.

Fase 5: Monitoraggio e Valutazione (Mese 9/2025-10/2026)

- **Attività:**
 - Monitoraggio delle prestazioni dei beni acquistati e dei servizi implementati.
 - Raccolta e analisi dei dati generati (es. flussi turistici, utilizzo delle infrastrutture).
 - Valutazione dell'impatto sul territorio e sulla sostenibilità della destinazione.
- **Milestone:**
 - Report di monitoraggio completato.
 - Raccomandazioni per ottimizzazioni future.
- **Soggetti coinvolti:** Team di monitoraggio, esperti di sostenibilità, stakeholder locali.

Riepilogo di risultati e impatti attesi dell'azione:

1. Risultati:

- Nuove infrastrutture e servizi installate e operative.
- Maggiore capacità di monitorare e gestire i flussi turistici.
- Operatori locali formati per gestire le nuove attrezzature.

2. Impatti:

- Monitoraggio dei flussi turistici, i dati raccolti forniscono informazioni precise sui movimenti dei turisti in tempo reale, permettendo di monitorare i flussi in entrata, in uscita e all'interno della destinazione. Impatto: possibilità di identificare le aree più frequentate, analizzare la stagionalità e prevedere i picchi di affluenza, migliorando la pianificazione e la gestione.
- Profilazione dei visitatori, permettono di raccogliere dati sulla provenienza geografica, il tempo di permanenza e i percorsi più frequenti dei visitatori. Impatto: miglioramento delle strategie di marketing e promozione mirata, adattando l'offerta turistica alle caratteristiche dei visitatori.
- Ottimizzazione della mobilità, i dati sui movimenti possono essere utilizzati per ottimizzare il traffico, il trasporto pubblico e la distribuzione dei flussi pedonali e veicolari. Impatto: riduzione della congestione, maggiore sostenibilità e miglioramento dell'esperienza complessiva dei visitatori.
- Pianificazione degli eventi, analizzando l'impatto dei flussi durante eventi passati, è possibile ottimizzare la logistica e il marketing per eventi futuri. Impatto: incremento della partecipazione e migliore gestione delle risorse.
- Sviluppo di nuovi prodotti turistici: la conoscenza delle aree meno frequentate ma con potenziale attrattivo consente di sviluppare prodotti turistici mirati per diversificare l'offerta. Impatto: Valorizzazione delle zone meno conosciute e riduzione della pressione sulle attrazioni principali.

Per l'azione A3, si presenta il cronoprogramma dettagliato delle fasi operative sopra descritte.

	ATTIVITÀ	INIZIO	FINE
FASI	A3 Acquisto di beni e servizi		
1	Identificazione dei Beni e Servizi Necessari	1/1/2025	28/2/2025
2	Selezione dei Fornitori e Acquisto	1/3/2025	30/4/2025
3	Installazione e Configurazione	1/3/2025	30/9/2025
4	Formazione e Sensibilizzazione	1/5/2025	1/10/2025
5	Monitoraggio e Valutazione	1/9/2025	15/10/2006

4.4. Azione A4 Attività di assistenza (web angels) alle imprese locali

L'obiettivo di questa azione è implementare un sistema di supporto operativo per gli operatori turistici locali, attraverso figure specializzate chiamate **Web Angels**. Questi professionisti saranno formati per assistere le imprese turistiche nell'utilizzo degli strumenti digitali, come il Digital Management System (DMS), migliorando la promo-commercializzazione dell'offerta e favorendo la transizione digitale.

4.4.1 Inquadramento dell'azione A4: metodologia, impatti e coerenza con la strategia

La metodologia prevista per questa azione si basa su un approccio personalizzato e progressivo, volto a promuovere l'integrazione digitale degli operatori turistici locali nel sistema turistico regionale. Il programma prevede una formazione su misura, con percorsi specifici per sviluppare le competenze necessarie all'utilizzo del DMS e di altri strumenti digitali rilevanti.

A questa si affianca un'assistenza personalizzata, attraverso interventi mirati che rispondano alle necessità specifiche di ciascun operatore, garantendo soluzioni pratiche e immediate.

Un elemento fondamentale della metodologia è inoltre il coinvolgimento attivo, che punta a costruire un rapporto di fiducia tra Web Angels e operatori, favorendo una comunicazione continua e incontri regolari per affrontare sfide, condividere best practice e migliorare l'efficienza complessiva del sistema turistico.

Nel processo potrà essere valutata l'attivazione di workshop interattivi e/o la somministrazione di questionari/interviste, per facilitare la raccolta dei feedback della filiera turistica e imprenditoriale.

L'azione mira a ottenere risultati concreti e duraturi per la digitalizzazione e la competitività del sistema turistico locale. Gli operatori turistici saranno formati e accompagnati nell'utilizzo delle piattaforme digitali, favorendo un incremento delle loro competenze tecnologiche e della loro capacità di integrare i propri servizi nel DMS regionale. Questo processo porterà alla creazione di una rete di assistenza continuativa, garantendo un supporto costante e puntuale per affrontare sfide e opportunità future.

Gli **impatti** attesi includono un evidente miglioramento della qualità dei servizi offerti ai turisti, grazie a una gestione più efficiente e innovativa. Inoltre, l'integrazione delle imprese locali nel DMS regionale promuoverà una maggiore coesione e collaborazione, rafforzando la fiducia tra gli stakeholder e la governance locale, e consolidando una visione condivisa dello sviluppo turistico.

Anche l'azione A4 risulta pienamente coerente con gli **obiettivi strategici e di sostenibilità**, favorendo la diffusione e l'utilizzo tra la filiera in senso ampio di uno strumento digitale dal grande potenziale organizzativo e comunicativo, ovvero il Destination Management System

(DMS), in linea con le sovra-strategie e influenzando positivamente gli indicatori chiave, come di seguito dettagliato:

1. **Strategia S3:**
 - Supporta la digitalizzazione delle imprese e l'adozione di tecnologie innovative.
2. **Strategia EUSALP:**
 - Promuove la collaborazione tra operatori locali e l'innovazione digitale per le destinazioni alpine.
3. **SDGs:**
 - **SDG 4:** Garantire un'educazione di qualità e promuovere opportunità di apprendimento continuo.
 - **SDG 8:** Promuovere una crescita economica inclusiva e sostenibile.
 - **SDG 9:** Costruire infrastrutture resilienti e promuovere l'innovazione.
4. **Indicatori GDS Influenzati:**
 - **Comunicazione e Marketing:** Maggiore utilizzo di strumenti digitali per la promozione.
 - **Tecnologia e Innovazione:** Incremento nell'adozione di soluzioni innovative.
 - **Capacità locale:** Sviluppo delle competenze digitali tra gli operatori turistici.

4.4.2 Il servizio di assistenza specialistica web angels

Per facilitare l'adozione e l'efficacia del Destination Management System (DMS) nella destinazione, saranno implementate una serie di attività chiave mirate a supportare le imprese locali e ad ampliare il coinvolgimento degli stakeholder.

Uno degli elementi centrali di questo processo è il servizio di assistenza specialistica "Web Angels". Questi specialisti opportunamente formati forniranno assistenza diretta alle imprese per l'inserimento dei loro servizi e offerte nel DMS regionale semplificando così l'interazione delle aziende con il sistema e garantendo che le informazioni siano accurate e ottimizzate per attrarre turisti.

L'attività di Web Angels si configurerà per gli operatori coinvolti come un momento di formazione personalizzata che li aiuterà a sfruttare al meglio la piattaforma, mirando a diffondere "una cultura digitale di rete" in un numero crescente di stakeholder, trasformando il sistema in uno strumento fondamentale per la gestione e promozione della destinazione.

La metodologia di lavoro che gli Web Angels adotteranno contempla sessioni individuali e collettive, sia in presenza che online, durante le quali verranno analizzate le esigenze specifiche di ciascun operatore, risolte eventuali criticità e approfondite le funzionalità strategiche offerte dal sistema. Inoltre, il progetto prevede il coinvolgimento di giovani talenti provenienti da atenei o istituti specializzati nel turismo, tra cui si citano a titolo esemplificativo ITS Academy Veneto, Ciset, Università Ca' Foscari di Venezia. Grazie alla collaborazione con questi enti di formazione e con una serie di possibili esperti professionisti già attivi nel mercato, verranno selezionate le figure più idonee da investire del ruolo di web angels. Grazie al loro potenziale e alle loro competenze sia digitali che "soft", avranno modo di affiancare operativamente le imprese di Caorle arricchendo di un valore aggiunto l'intervento nel suo insieme.

Verrà inoltre valutato un intervento da parte di Feratel, fornitore del DMS, per supportare la formazione degli web angels o intervenire direttamente in quei frangenti in cui gli aspetti tecnici sono particolarmente cruciali.

La calendarizzazione di queste attività nell'arco della Fase 2 deve obbligatoriamente essere coerente con il calendario stagionale delle strutture, pertanto si prevede come finestra utile per questo intervento i mesi tra novembre e aprile.

Questa iniziativa non solo migliorerà l'efficacia operativa del DMS, ma avrà un impatto positivo sull'intero ecosistema turistico locale, rafforzando i legami tra le imprese, incentivando l'innovazione e offrendo ai visitatori un'esperienza ottimizzata grazie a una comunicazione più fluida e accurata.

4.4.3 Fasi dell'Azione, Milestone e Cronoprogramma

Tale azione si articola in quattro fasi operative. La prima, reclutamento e formazione dei Web Angels, si concentra sulla selezione delle figure più adatte e sulla loro preparazione attraverso un programma formativo mirato. Segue la fase di pianificazione e avvio delle attività di assistenza, in cui vengono definiti i calendari operativi e predisposti materiali di supporto per agevolare l'interazione con gli operatori turistici. La terza fase consiste nell'erogazione dell'assistenza e rappresenta il cuore del progetto, con incontri dedicati agli operatori per garantire un utilizzo ottimale delle piattaforme digitali e rispondere alle loro esigenze. Nella quarta fase, dedicata alle attività di monitoraggio e valutazione, si analizza l'impatto delle attività svolte e si identificano eventuali aree di miglioramento.

Fase 1: Reclutamento e Formazione dei Web Angels (Mese 9/2025-10/2025)

- **Attività:**
 - Identificazione e selezione dei candidati idonei a ricoprire il ruolo di Web Angels.
 - Progettazione del piano formativo, che includerà competenze tecniche (uso del DMS, piattaforme digitali) e soft skills (comunicazione, customer care).
 - Erogazione della formazione attraverso workshop, sessioni pratiche e simulazioni.
- **Milestone:**
 - Team Web Angels reclutato.
 - Piano formativo completato.
 - Prima sessione di formazione terminata.
- **Soggetti coinvolti:** Project Manager, formatori esperti, stakeholder locali.

Fase 2: Pianificazione e Avvio delle Attività di Assistenza (Mese 10/2025-11/2025)

- **Attività:**
 - Creazione di un calendario operativo per l'assistenza diretta agli operatori turistici.
 - Contatti con le imprese locali per presentare il servizio e pianificare gli incontri.
 - Predisposizione di materiali di supporto (manuali, guide, tutorial).
- **Milestone:**

- Calendario delle attività definito.
- Materiali di supporto distribuiti.
- **Soggetti coinvolti:** Web Angels, operatori turistici, stakeholder locali.

Fase 3: Erogazione dell'Assistenza (Mese 11/2025-4/2026)

- **Attività:**
 - Incontri individuali o di gruppo con gli operatori turistici per supportare l'utilizzo del DMS e altre piattaforme digitali.
 - Risoluzione di problematiche tecniche e fornitura di consulenza operativa.
 - Raccolta di feedback per migliorare il servizio.
- **Milestone:**
 - Almeno il 75% degli operatori turistici locali assistiti.
 - Feedback raccolti e analizzati.
- **Soggetti coinvolti:** Web Angels, operatori turistici.

Fase 4: Monitoraggio e Valutazione (Mese 12/2025-06/2026)

- **Attività:**
 - Analisi dell'efficacia dell'assistenza erogata attraverso questionari e interviste agli operatori.
 - Identificazione delle aree di miglioramento e aggiornamento delle competenze dei Web Angels.
- **Milestone:**
 - Report di monitoraggio completato.
 - Piano di miglioramento definito.
- **Soggetti coinvolti:** Project Manager, Web Angels, operatori turistici.

Riepilogo di risultati e impatti attesi dell'azione:

1. Risultati:

- Operatori turistici formati e supportati nell'uso delle piattaforme digitali.
- Incremento della digitalizzazione e della competitività delle imprese locali.
- Creazione di una rete di assistenza continuativa per gli operatori.

2. Impatti:

- Miglioramento della qualità del servizio offerto ai turisti.
- Maggiore integrazione delle imprese locali nel DMS regionale.
- Aumento della fiducia tra stakeholder e governance locale.

Per l'azione A4, si presenta il cronoprogramma dettagliato delle fasi operative sopra descritte.

	ATTIVITÀ	INIZIO	FINE
FASI	A4 Attività di assistenza (web angels)		

1	Reclutamento e Formazione dei Web Angels	1/9/2025	15/10/2025
2	Pianificazione e Avvio delle Attività	15/10/2025	15/11/2025
3	Erogazione dell'Assistenza	15/11/2025	30/4/2026
4	Monitoraggio e Valutazione	15/12/2025	30/6/2026

4.5. Azione A5 Attività di affiancamento strategico e supporto operativo alla destinazione

Tale azione, trasversale alle quattro precedentemente illustrate, mira a garantire un supporto strategico e operativo per l'implementazione del Piano Esecutivo della Smart Tourism Destination (STD). Attraverso un approccio integrato che vuole connotare questa azione, si accompagnerà passo passo la destinazione nel percorso di transizione digitale, rafforzando l'integrazione tecnologica e il coinvolgimento degli stakeholder locali. L'obiettivo è promuovere una gestione turistica più innovativa, efficiente e sostenibile, che posizioni la destinazione come modello di riferimento per lo sviluppo turistico intelligente.

4.5.1 Inquadramento dell'azione A3: metodologia, impatti e coerenza con la strategia

L'azione sarà guidata da una **metodologia** strutturata e adattabile, che combina analisi partecipativa, gestione agile e integrazione tecnologica.

La co-progettazione con gli stakeholder locali sarà infatti il fulcro del processo, assicurando che le soluzioni adottate siano allineate alle esigenze reali della destinazione. Attraverso la messa in campo di sessioni partecipative quali workshop, incontri tematici, tavoli tecnici e sessioni collaborative, si faciliterà un dialogo aperto tra tutti i soggetti coinvolti, creando un terreno fertile per la condivisione di idee e per una governance turistica inclusiva.

L'utilizzo di metodologie agili consentirà di affrontare le attività operative con flessibilità, adattandosi rapidamente alle necessità emergenti o ai cambiamenti di contesto. Questa modalità di lavoro favorisce la prioritizzazione delle attività e l'ottimizzazione delle risorse, assicurando progressi concreti e misurabili lungo il percorso.

Uno degli aspetti chiave sarà la supervisione e il coordinamento delle soluzioni digitali implementate, garantendo la loro piena integrazione con i sistemi esistenti. L'approccio adottato assicurerà che le tecnologie utilizzate siano funzionali e coerenti con gli obiettivi del Piano STD, migliorando l'efficienza gestionale e la qualità dell'esperienza turistica.

Questa metodologia renderà il modello di affiancamento solido ed efficace, capace di consolidare la competitività della destinazione nel panorama del turismo intelligente.

Nel suo complesso, l'azione di affiancamento alla destinazione mira quindi a generare risultati tangibili e impatti duraturi, contribuendo al successo del modello di Smart Tourism Destination (STD) e consolidando il posizionamento strategico della destinazione. Attraverso un supporto operativo mirato, ogni aspetto del piano vuole essere portato a compimento, nel rispetto di tempi e modi previsti per il raggiungimento degli obiettivi strategici. Parallelamente, le soluzioni tecnologiche identificate nel processo saranno integrate in maniera efficace nei sistemi di gestione della destinazione, migliorando la connettività, la fruibilità e l'efficienza operativa.

Un ulteriore risultato sarà rappresentato dalla formazione e sensibilizzazione degli stakeholder locali: grazie al loro coinvolgimento attivo e al trasferimento di competenze, saranno in grado di comprendere e valorizzare il modello STD, favorendo la sua adozione e il suo consolidamento nel tempo.

Gli **impatti** derivanti dall'azione avranno una portata significativa sia in termini di competitività che di sostenibilità. L'attuazione del presente Piano Esecutivo migliorerà l'attrattività della destinazione, rendendola più competitiva sul mercato globale e capace di rispondere alle esigenze di un turismo sempre più digitalizzato. L'approccio integrato contribuirà anche al miglioramento della sostenibilità, ottimizzando l'uso delle risorse e riducendo l'impatto ambientale, oltre a promuovere una gestione più efficiente e responsabile. Infine, l'azione rafforzerà la collaborazione tra gli stakeholder locali, creando una rete coesa e operativa, elemento fondamentale per garantire il successo a lungo termine delle strategie turistiche e per stimolare una governance inclusiva e partecipativa.

Questi risultati e impatti, combinati, non solo assicureranno il raggiungimento degli obiettivi immediati del progetto, ma getteranno anche le basi per uno sviluppo turistico innovativo e sostenibile nel futuro.

Infine, accompagnando la destinazione turistica di Caorle nel percorso multistakeholder di transizione digitale e orientando la governance verso un modello di gestione sempre più innovativo, efficiente e sostenibile, l'azione A5 si mostra in linea con gli **obiettivi strategici e di sostenibilità**, risulta coerente alle sovra-strategie e contribuisce alle performance degli indicatori chiave, come di seguito dettagliato:

1. **Strategia S3:**
 - Promuove l'adozione di tecnologie innovative e l'integrazione digitale.
2. **Strategia EUSALP:**
 - Sostiene la collaborazione interregionale e la digitalizzazione per la gestione sostenibile delle risorse.
3. **SDGs:**
 - **SDG 9:** Costruire infrastrutture resilienti e promuovere l'innovazione.
 - **SDG 11:** Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi e sostenibili.
 - **SDG 17:** Rafforzare i partenariati per raggiungere gli obiettivi.
4. **Indicatori GDS Influenzati:**
 - **Governance e Stakeholder Engagement:** Rafforzamento della partecipazione locale.
 - **Tecnologia e Innovazione:** Implementazione di soluzioni digitali avanzate.
 - **Sostenibilità:** Miglioramento della gestione ambientale.

4.5.2 Dal Piano all'azione

L'affiancamento strategico e operativo alla destinazione rappresenta un elemento cruciale per il successo del Piano Esecutivo della Smart Tourism Destination (STD). In un contesto così complesso, le sfide possono emergere su diversi fronti: la necessità di coordinare una pluralità di stakeholder con interessi eterogenei, l'implementazione di soluzioni tecnologiche avanzate che richiedono una conoscenza tecnica approfondita e la gestione di tempistiche stringenti, vincolate alla disponibilità dei finanziamenti.

La capacità di affrontare queste sfide richiede un sapere esperto che non solo garantisca l'esecuzione delle azioni previste, ma che sappia anche adattarsi a eventuali imprevisti, trovare soluzioni tempestive e mantenere il focus sugli obiettivi strategici.

Inoltre, la natura trasversale delle attività previste dal Piano richiede un coordinamento integrato che possa tenere insieme aspetti tecnologici, gestionali e relazionali. Questo supporto concorre alla volontà che tutte le parti coinvolte procedano in maniera sinergica verso un obiettivo comune, massimizzando l'impatto delle azioni sul territorio. Sarà importante fare attenzione che l'innovazione tecnologica non si traduca in un disallineamento rispetto all'identità culturale e ambientale della destinazione: il coinvolgimento attivo degli stakeholder locali, combinato con un sapere esperto e imparziale, ha più chances di mantenere un equilibrio tra il rispetto delle peculiarità del territorio e l'adozione di soluzioni all'avanguardia.

Il fatto che Caorle possa contare su un valido affiancamento lungo tutto il processo è essenziale per preservare la visione strategica complessiva, anche nei momenti di maggiore pressione operativa. Questo approccio aiuta la destinazione a non perdere di vista il valore a lungo termine delle iniziative intraprese, promuovendo una gestione turistica innovativa e sostenibile che potrà continuare a generare benefici ben oltre il periodo di attuazione del Piano.

Il supporto strategico nell'attuazione delle diverse azioni può infine lasciare in eredità alla destinazione strumenti e competenze che le permettano di rispondere con maggiore rapidità ed efficacia a nuove esigenze o sfide, come cambiamenti del mercato turistico, emergenze sanitarie o ambientali, pressione su risorse locali. La rete di collaborazione che verrà consolidata tra operatori turistici, amministratori locali e altri soggetti chiave potrà evolversi in una community stabile e coesa, capace di sostenere e ampliare le iniziative anche dopo il completamento del Piano Esecutivo.

4.5.3 Fasi dell'Azione, Milestone e Cronoprogramma

L'Azione di affiancamento alla destinazione si sviluppa attraverso un approccio strutturato in cinque fasi principali, progettate per garantire una transizione efficace verso il modello di Smart Tourism Destination (STD). Il percorso prende avvio dalla pianificazione strategica e il coinvolgimento degli stakeholder, per poi mettere in campo un supporto operativo per l'implementazione del Piano Esecutivo, un coordinamento delle attività tecnologiche e operative, una fase di formazione e sensibilizzazione degli attori locali, e infine il monitoraggio e la valutazione complessiva dei risultati. Questo percorso graduale assicura un coinvolgimento inclusivo, una gestione agile e una continua attenzione alla sostenibilità e all'innovazione, ponendo solide basi per uno sviluppo turistico integrato e duraturo.

Fase 1: Pianificazione e Coinvolgimento degli Stakeholder (Mese 1/2025-2/2025)

- **Attività:**
 - Definizione delle priorità operative in base al Piano Esecutivo.
 - Condivisione del piano di lavoro con i principali stakeholder.
 - Identificazione dei ruoli e delle responsabilità per le attività previste.
- **Milestone:**
 - Piano di lavoro approvato.
 - Stakeholder allineati e ruoli definiti.
- **Soggetti coinvolti:** Project Manager, Fondazione Caorle Città dello Sport, operatori turistici, stakeholder locali.

Fase 2: Supporto Strategico e Operativo (Mese 2/2025-9/2025)

- **Attività:**
 - Fornitura di consulenza per l'attuazione del Piano Esecutivo.
 - Supervisione dell'integrazione delle soluzioni tecnologiche, come il DMS e il cruscotto turistico.
 - Affiancamento nei processi di decision-making e gestione operativa.
- **Milestone:**
 - Primo set di soluzioni implementate.
 - Report sulle attività completate.
- **Soggetti coinvolti:** Esperti di digitalizzazione, team di project management, stakeholder locali.

Fase 3: Coordinamento delle Attività (Mese 4/2025-3/2026)

- **Attività:**
 - Coordinamento di fornitori e stakeholder per l'implementazione delle soluzioni tecnologiche e operative.
 - Integrazione delle linee guida del Piano Esecutivo con le attività di sviluppo locale.
 - Monitoraggio dei progressi e risoluzione di eventuali criticità.
- **Milestone:**
 - Attività coordinate e progressi monitorati.
 - Stakeholder coinvolti in attività condivise.
- **Soggetti coinvolti:** Fornitori tecnologici, rappresentanti delle imprese locali.

Fase 4: Formazione e Sensibilizzazione (Mese 4/2026-6/2026)

- **Attività:**
 - Organizzazione di workshop per operatori e stakeholder sulla gestione delle soluzioni implementate.
 - Sensibilizzazione sul valore della Smart Tourism Destination e sull'importanza della collaborazione locale.
- **Milestone:**
 - Workshop completati.
 - Stakeholder sensibilizzati e formati.
- **Soggetti coinvolti:** Formatori, operatori locali, stakeholder pubblici e privati.

Fase 5: Monitoraggio e Valutazione (Mese 1/2026-10/2026)

- **Attività:**
 - Analisi delle performance delle soluzioni implementate e del loro impatto.
 - Elaborazione di raccomandazioni per il miglioramento continuo.
 - Predisposizione del report finale con i risultati e le azioni future.
- **Milestone:**

- Report finale completato.
- Raccomandazioni per lo sviluppo futuro condivise.
- **Soggetti coinvolti:** Team di valutazione, stakeholder locali, consulenti strategici.

Riepilogo di risultati e impatti attesi dell'azione:

1. Risultati:

- Piano Esecutivo attuato con successo.
- Integrazione completa delle soluzioni tecnologiche previste.
- Stakeholder formati e sensibilizzati sul modello STD.

2. Impatti:

- Incremento della competitività turistica della destinazione.
- Miglioramento della sostenibilità e dell'efficienza gestionale.
- Rafforzamento della collaborazione tra stakeholder locali.

Per l'azione A5, si presenta il cronoprogramma dettagliato delle fasi operative sopra descritte.

	ATTIVITÀ	INIZIO	FINE
FASI	A5 Affiancamento alla destinazione		
1	Pianificazione e Coinvolgimento	15/1/2025	28/2/2025
2	Supporto Strategico e Operativo	15/2/2025	30/9/2025
3	Coordinamento delle Attività	1/4/2025	31/3/2026
4	Formazione e Sensibilizzazione	1/4/2026	30/6/2026
5	Monitoraggio e Valutazione	1/1/2026	15/10/2026

5. Definizione degli Indicatori in linea con i GDS-Index

GDS Index, acronimo di **Global Destination Sustainability Index**, rappresentano uno strumento uniforme e condiviso a livello internazionale di valutazione e benchmarking volto a misurare, monitorare e migliorare le performance di sostenibilità delle destinazioni turistiche. In un contesto sempre più attento agli impatti ambientali, sociali ed economici del turismo, i GDS Index aiutano a individuare le aree di intervento prioritarie. L'efficacia delle strategie implementate dalla destinazione Caorle per una transizione a una Smart Tourism Destination possono essere valutate in ottica di GDS Index.

I GDS Index sono un indice globale che analizza le destinazioni turistiche secondo criteri uniformi e condivisi a livello internazionale. Lo scopo è fornire un quadro chiaro, basato su dati e indicatori verificabili, della situazione esistente in termini di:

1. **Performance nella Gestione della Destinazione (Destination Management Performance)** - Valuta la capacità di gestione della destinazione, inclusa la governance, la pianificazione strategica, la gestione dei dati e il coinvolgimento degli stakeholder per garantire uno sviluppo sostenibile e responsabile del turismo. Incidono la presenza di strategie a lungo termine (ad esempio l'adozione di strategie data driven), piani di sostenibilità per il turismo, regolamentazioni ambientali.
2. **Performance della Filiera Turistica (Supplier Performance)** - vengono prese in esame il coinvolgimento dei fornitori, dalle strutture ricettive ai trasporti, in pratiche sostenibili, il loro contributo nella promozione di pratiche responsabili, riducendo l'impatto ambientale e migliorando l'efficienza dei servizi. Viene inoltre analizzato il tema della formazione e certificazioni: si analizzano, ad esempio, la percentuale di strutture ricettive certificate con eco-label o la riduzione dell'utilizzo di plastica monouso.
3. **Performance Sociale (Social Performance)** - in termini di coinvolgimento della comunità locale e stakeholders e di accessibilità, inclusione e benessere sociale: i GDS Index considerano anche l'uguaglianza sociale, la tutela del patrimonio culturale, la qualità della vita della popolazione residente, l'accessibilità per tutti e il rispetto dei diritti umani, compresi quelli dei lavoratori del settore turistico.
4. **Performance Ambientale (Environmental Performance)** - vengono prese in esame la gestione delle risorse naturali e tutela della biodiversità e riduzione delle emissioni e dell'inquinamento: questi indicatori monitorano la conservazione dell'ambiente naturale, l'implementazione di pratiche di turismo responsabile, l'utilizzo di fonti rinnovabili, la protezione delle specie locali e degli ecosistemi marini, particolarmente rilevante per una destinazione balneare

Le sfide specifiche che deve affrontare una destinazione come Caorle, (dall'elevata stagionalità, alla pressione sulle risorse naturali, dalla gestione dei rifiuti, all'erosione della costa, dall'esacerbazione di questi fenomeni a causa del cambiamento climatico) richiedono con urgenza una gestione e pianificazione sostenibile. I GDS Index offrono un quadro di riferimento per valutare il livello di sostenibilità della destinazione e indirizzare investimenti e politiche verso il miglioramento continuo. Inoltre, possono fornire linee guida per la definizione di obiettivi di miglioramento nel medio-lungo termine; il loro miglioramento può essere utilizzato come leva di marketing, attirando viaggiatori più consapevoli e sensibili alle questioni ambientali, ma anche

investitori e operatori del turismo sostenibile. Infine, promuovono la co-creazione di soluzioni innovative coinvolgendo stakeholder pubblici, privato, le comunità locali

In ognuno dei capitoli descrittivi delle azioni previste dal piano sono indicati quegli indicatori influenzati. Tutte le risultanze quantitative verranno veicolate nell'osservatorio turistico, così come tutti gli altri indicatori che si dovesse presentare l'occasione/possibilità di analizzare .

L'indice GDS comprende 77 indicatori suddivisi in quattro categorie.



Immagine: GDS Methodology, <https://www.gds.earth/index/>

6. Piano finanziario

Piano finanziario per Fasi e Azioni

FASE 1			
Azione	Tipologia di Spesa	Descrizione spesa	Costo previsto
1. Elaborazione di un Piano Esecutivo per l'evoluzione della/e destinazione/i coinvolte in Smart Tourism Destination (attività del progetto propedeutica alla FASE 2)	A) Consulenze specialistiche	Analisi strategiche e definizione del piano che includa: - linee strategiche di intervento - confronto con gli stakeholders - definizione degli indicatori in linea con i GDS-Index - linee guida per strutturare piattaforme informatiche - linee strategiche per integrazione dei moduli DMS e portale della destinazione - report dettagliato delle attività da sviluppare ed indicazioni sul project management - monitoraggio e individuazione degli output di attività	30.313 €
2. Integrazione di moduli del DMS regionale nel/i sito/ web gestiti dalla/e OGD coinvolte nel progetto e/o dal loro soggetto attuatore e con i siti web e/o i gestionali delle strutture ricettive della destinazione	C) Servizi Esterni	- Analisi tecnica sulla struttura API DMS - Implementazione nei portali della destinazione di moduli DMS tramite TOSC o Linkey o Webservices, a seconda delle necessità di user experience - Implementati con script TOSC dal DMS anche i principali siti esistenti	3.000 €
TOTALE FASE 1			33.313 €
FASE 2			
AZIONE A1. Attività di business intelligence a livello di destinazione anche tramite l'utilizzo di Big Data, analisi di benchmark e web reputation per il miglioramento della performance on line di destinazioni e imprese e (data driven destinations) e la realizzazione di piattaforme dedicate dialoganti con l'Osservatorio del Turismo Regionale Federato (OTRF)	C) Servizi Esterni	Integrazioni tra API del DMS, analisi dati di HBenchmark e portali della destinazione Integrare funzionalità di controllo e filtri per ottenere contenuti veicolabili nel portale della destinazione	46.360 €
AZIONE A2. Realizzazione,	C) Servizi Esterni	Aggiornamento portale online	25.880 €

evoluzione, aggiornamento, integrazione del/i sito/i di destinazione in termini di piena accessibilità, adeguamento ai protocolli di sicurezza e privacy		1- Costruzione del wire-frame del sito, definizione del Tone of voice e conseguente realizzazione del copy 2- Realizzazione UX/UI e realizzazione del portale web. 3- User experience e rinnovo sito ScoglieraViva	
AZIONE A3. Acquisto di beni e servizi funzionali all'organizzazione dell'offerta turistica di destinazione sul digitale, alla piena accessibilità e della sostenibilità	B) ACQUISTI BENI E ATTREZZATURE	Le attrezzature saranno coerenti e necessarie all'attuazione della strategia del piano esecutivo.	
		Totem digitali interattivi: acquisto n.5 totem da posizionare nell'Ufficio IAT e nei punti di informazione (Porto Santa Margherita, Duna Verde, Concordia Sagittaria) per migliorare la comunicazione con il turista e facilitare l'organizzazione del suo soggiorno	35.000 €
		Pannelli informativi Scogliera Viva: pannelli informativi turistici dotati di QR code, i visitatori potranno accedere a contenuti digitali che arricchiscono la narrazione e la comprensione delle opere esposte.	7.000 €
		Piattaforma Hbenchmark (n 25 licenze) per l'analisi dei dati e di indici sul sentimenti turistico ed analisi domanda e offerta.	36.600 €
		Contabici per calcolare l'utilizzo delle bici ed analizzare i flussi legati alle attività outdoor. Acquisto e installazione della strumentazione da posizionare in luoghi strategici della destinazione	5.000 €
		Contapersone per ottenere dati specifici sui flussi di persone. Acquisto e installazione della strumentazione da posizionare in luoghi strategici della destinazione	5.000 €
		Servizio di fornitura dati celle telefoniche	45.000 €
AZIONE A4. Attività di assistenza (web angels) alle imprese per l'inserimento della presentazione dei propri servizi e delle proprie offerte nel/i siti di destinazione attraverso il DMS regionale	C) Servizi Esterni	Operatori specializzati nella formazione per l'utilizzo di piattaforme digitali, monitoraggio, promozione cultura digitale e affiancamento presso i singoli operatori turistici con sessioni in presenza/online per verificare e adottare le funzionalità offerte dal DMS	9.150 €
AZIONE A5. Servizi di consulenza per affiancamento per evoluzione della destinazione in STD e per l'esecuzione del piano	A) Consulenze specialistiche	supporto strategico e operativo nella definizione delle attività di progetto; analisi sugli indicatori della destinazione per individuare le buone pratiche da adottare; gestione attività dei web angels; monitoraggio costante delle soluzioni informatiche adottate per individuare soluzioni di gestioni coerenti con obiettivi OGD predisposizione di report per la comunicazione dei risultati e delle soluzioni adottate.	50.760 €

TOTALE FASE 2	265.750€
SPESE GENERALI	20.934,41 €
TOTALE	319.997,51€

7. Cronoprogramma

Di seguito si riepiloga il cronoprogramma delle attività (in formato tabellare e grafico).

ATTIVITÀ	INIZIO	FINE
A1 Business Intelligence e Analisi dei Big Data		
Pianificazione e Definizione del Sistema BI	1/1/2025	31/3/2025
Implementazione Tecnica del Sistema BI	1/4/2025	31/8/2025
Formazione e Coinvolgimento Stakeholder	1/9/2025	31/10/2025
Analisi e Reporting dei Dati	1/11/2025	31/3/2026
Monitoraggio Continuativo e Ottimizzazione	1/4/2026	31/12/2026
A2 Realizzazione, Evoluzione, Aggiornamento e Integrazione del/i Sito/i di Destinazione		
Analisi e Pianificazione	1/1/2025	15/2/2025
Design e Progettazione	15/2/2025	15/5/2025
Sviluppo Tecnico e Integrazione	15/5/2025	1/9/2025
Contenuti e Formazione	30/6/2025	30/11/2025
Lancio e Feedback	1/12/2025	1/2/2026
Monitoraggio e Aggiornamenti	1/2/2026	1/5/2026
A3 Acquisto di beni e servizi		
Identificazione dei Beni e Servizi Necessari	1/1/2025	28/2/2025
Selezione dei Fornitori e Acquisto	1/3/2025	30/4/2025
Installazione e Configurazione	1/3/2025	30/9/2025
Formazione e Sensibilizzazione	1/5/2025	1/10/2025
Monitoraggio e Valutazione	1/9/2025	15/10/2026
A4 Attività di assistenza (web angels)		
Reclutamento e Formazione dei Web Angels	1/9/2025	15/10/2025
Pianificazione e Avvio delle Attività	15/10/2025	15/11/2025
Erogazione dell'Assistenza	15/11/2025	30/4/2026
Monitoraggio e Valutazione	15/12/2025	30/6/2026

A5 Affiancamento alla destinazione		
Pianificazione e Coinvolgimento	15/1/2025	28/2/2025
Supporto Strategico e Operativo	15/2/2025	30/9/2025
Coordinamento delle Attività	1/4/2025	31/3/2026
Formazione e Sensibilizzazione	1/4/2026	30/6/2026
Monitoraggio e Valutazione	1/1/2026	15/10/2026

ATTIVITÀ	INIZIO	FINE	01/2025	02/2025	03/2025	04/2025	05/2025	06/2025	07/2025	08/2025	09/2025	10/2025	11/2025	12/2025	01/2026	02/2026	03/2026	04/2026	05/2026	06/2026	07/2026	08/2026	09/2026	10/2026
A1 Business Intelligence e Analisi dei Big Data																								
Planificazione e Definizione del Sistema BI	1/1/2025	31/3/2025																						
Implementazione Tecnica del Sistema BI	1/4/2025	31/8/2025																						
Formazione e Coinvolgimento Stakeholder	1/9/2025	31/10/2025																						
Analisi e Reporting dei Dati	1/11/2025	31/3/2026																						
Monitoraggio Continuo e Ottimizzazione	1/4/2026	31/12/2026																						
A2 Realizzazione, Evoluzione, Aggiornamento e Integrazione del/i Sito/i di Destinazione																								
Analisi e Pianificazione	1/1/2025	15/2/2025																						
Design e Progettazione	15/2/2025	15/5/2025																						
Sviluppo Tecnico e Integrazione	15/5/2025	1/9/2025																						
Contenuti e Formazione	30/6/2025	30/11/2025																						
Lancio e Feedback	1/12/2025	1/2/2026																						
Monitoraggio e Aggiornamenti	1/2/2026	1/5/2026																						
A3 Acquisto di beni e servizi																								
Identificazione dei Beni e Servizi Necessari	1/1/2025	28/2/2025																						
Selezione dei Fornitori e Acquisto	1/3/2025	30/4/2025																						
Installazione e Configurazione	1/3/2025	30/9/2025																						
Formazione e Sensibilizzazione	1/5/2025	1/10/2025																						
Monitoraggio e Valutazione	1/9/2025	15/10/2026																						
A4 Attività di assistenza (web angels)																								
Reclutamento e Formazione dei Web Angels	1/9/2025	15/10/2025																						
Pianificazione e Avvio delle Attività	15/10/2025	15/11/2025																						
Erogazione dell'Assistenza	15/11/2025	30/4/2026																						
Monitoraggio e Valutazione	15/12/2025	30/9/2026																						
A5 Affiancamento alla destinazione																								
Pianificazione e Coinvolgimento	15/1/2025	28/2/2025																						
Supporto Strategico e Operativo	15/2/2025	30/9/2025																						
Coordinamento delle Attività	1/4/2025	31/3/2026																						
Formazione e Sensibilizzazione	1/4/2026	30/6/2026																						
Monitoraggio e Valutazione	1/1/2026	15/10/2026																						