

PIANO ESECUTIVO PER L'EVOLUZIONE DELLA DESTINAZIONE IN SMART TOURISM DESTINATION

Fondazione DMO Dolomiti Bellunesi

**Bando per l'evoluzione delle destinazioni turistiche venete in "Smart
Tourism Destination"**

**Obiettivo Specifico 1.2 "Permettere ai cittadini, alle imprese, alle
organizzazioni di ricerca e alle autorità pubbliche di cogliere i vantaggi della
digitalizzazione"**

**Azione 1.2.4 "Organizzazione dell'offerta turistica sul digitale attraverso
l'utilizzo del DMS regionale e azioni pilota per Ecosistema Digitale Veneto"
PR FESR 2021-2027 DEL VENETO**

INDICE

Premessa metodologica	3
1. Mappatura del potenziale sviluppo	6
2. Analisi dei fabbisogni e revisione del Piano esecutivo	7
3. I punti di contatto con la pianificazione strategica della destinazione DB	9
4. Gli obiettivi specifici	9
5. Le modalità esecutive di attuazione delle azioni	10
6. Linee guida operative per l'implementazione delle azioni previste	18
7. Cronoprogramma	22

Premessa metodologica

L'opportunità offerta dalla Regione Veneto di rendere le destinazioni turistiche più competitive promuovendo una trasformazione innovativa attraverso un percorso di evoluzione in "Smart Tourism Destination" è stata colta dalla Fondazione DMO Dolomiti Bellunesi (DB) che ha risposto con successo al bando regionale.

Già in fase di elaborazione del progetto tecnico, la DMO DB ha ricondotto tale opportunità all'interno di una progettualità complessiva più ampia che trova il suo architrave nell'attuazione del Piano Strategico di destinazione. La riflessione che ha portato a questa integrazione è partita dalla considerazione di non voler ritenere il bando regionale come una fase a sé stante e isolata dal contesto di sviluppo generale, ma bensì come un pilastro che possa facilitare la governance complessiva della destinazione, il suo posizionamento strategico, lo sviluppo digitale degli operatori e la relativa competitività in ambito nazionale ed internazionale.

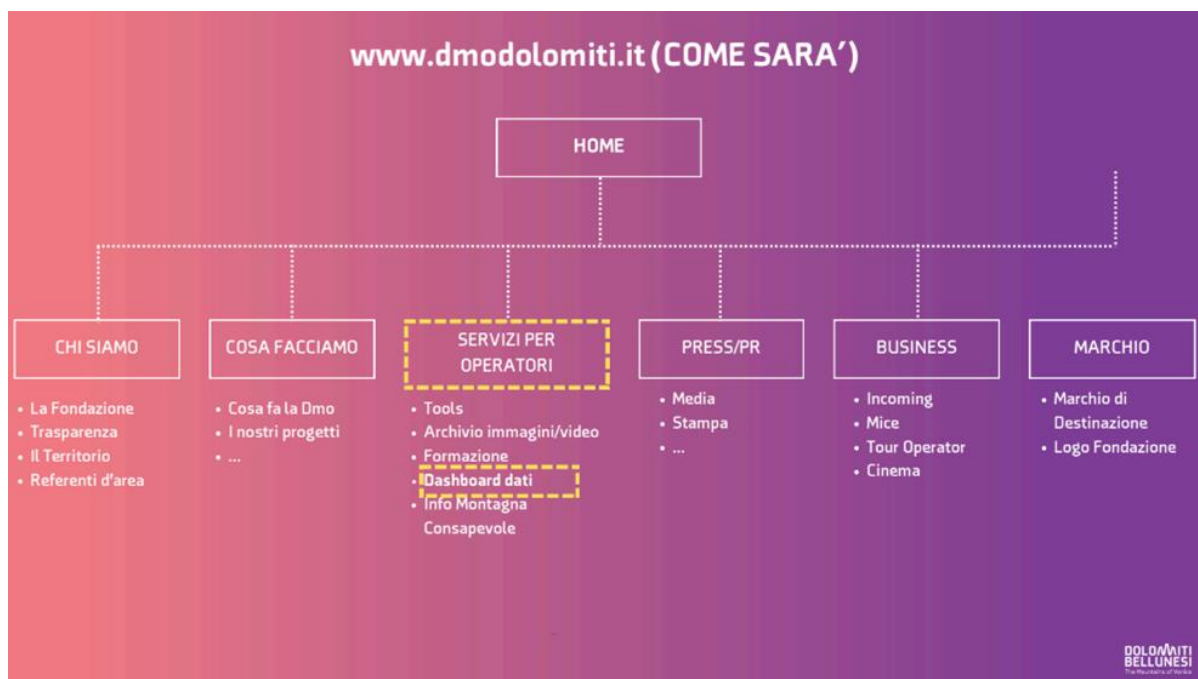
Fonte: Fondazione DMO Dolomiti Bellunesi

STRUMENTI DI BUSINESS INTELLIGENCE



WWW.DMODOLOMITI.IT
(Dashboard dati)





Fonte: Fondazione DMO Dolomiti Bellunesi

Questa visione si allinea strettamente con le linee guida regionali e con il concetto di Smart Tourism Destination promosso dalla Regione Veneto, il quale enfatizza l'importanza di una gestione integrata e sostenibile delle destinazioni attraverso l'uso efficace e innovativo delle tecnologie digitali.

La Fondazione DMO, in fase propedeutica rispetto alla definizione del Piano Esecutivo ha quindi avviato un percorso partecipativo con il territorio, coinvolgendo come stakeholders principali i propri soci, compresi i Consorzi turistici, gli uffici IAT, le organizzazioni pubbliche in generale e naturalmente il settore ricettivo con le sue PMI.

L'azione non è valorizzata dal punto di vista economico all'interno del Progetto in quanto la Fondazione ha svolto tale azione con risorse proprie, anticipando il percorso consultivo, per poter garantire il raggiungimento del risultato entro i termini stabiliti dal bando.

L'azione è consistita nell'organizzazione di:

- Un webinar informativo preliminare a cui hanno aderito più di 100 partecipanti
- Tre incontri territoriali (tavoli digitali) con un totale di 74 partecipanti attivi
- Un momento di restituzione dedicato a IAT, Comuni e Consorzi Turistici

Webinar: VERSO UNA SMART TOURISM DESTINATION

La strategia di digitalizzazione della DMO

09/09/2024
 15:30 - 16:45

The Mountains of Venice

TAVOLI PARTECIPATIVI

Verso una Smart Tourism Destination

DESTINATARI: Consorzi, Imprese e Operatori turistici

The Mountains of Venice

QUANDO *

Busche 14 ottobre 2024 Sala conferenze sopra al Bici Grill Via Nazionale, 57 Ore 15:30 - 17:00	Pieve di Cadore 21 ottobre 2024 Sala Consiliare Magnifica Comunità Piazza Tiziano, 2 Ore 15:30 - 17:00	Rocca Pietore 28 ottobre 2024 Sala EL TEAZ Loc. Capoluogo Ore 15:30 - 17:00
--	--	---

* I tavoli saranno IN PRESENZA, ci si può iscrivere alla data più consona alle proprie esigenze.

Dolomiti Bellunesi: da brand di destinazione a patrimonio collettivo

Un sistema di accoglienza integrato per la Provincia di Belluno

MARTEDÌ 19 NOVEMBRE 2024
 09:30 - 12:00
 VILLA PATT, SEDICO

In fase di restituzione l'esito dei fabbisogni e delle indicazioni fornite dal territorio, sono stati condivisi con la **Fondazione Bologna Welcome**, incaricata della redazione del Piano Esecutivo.

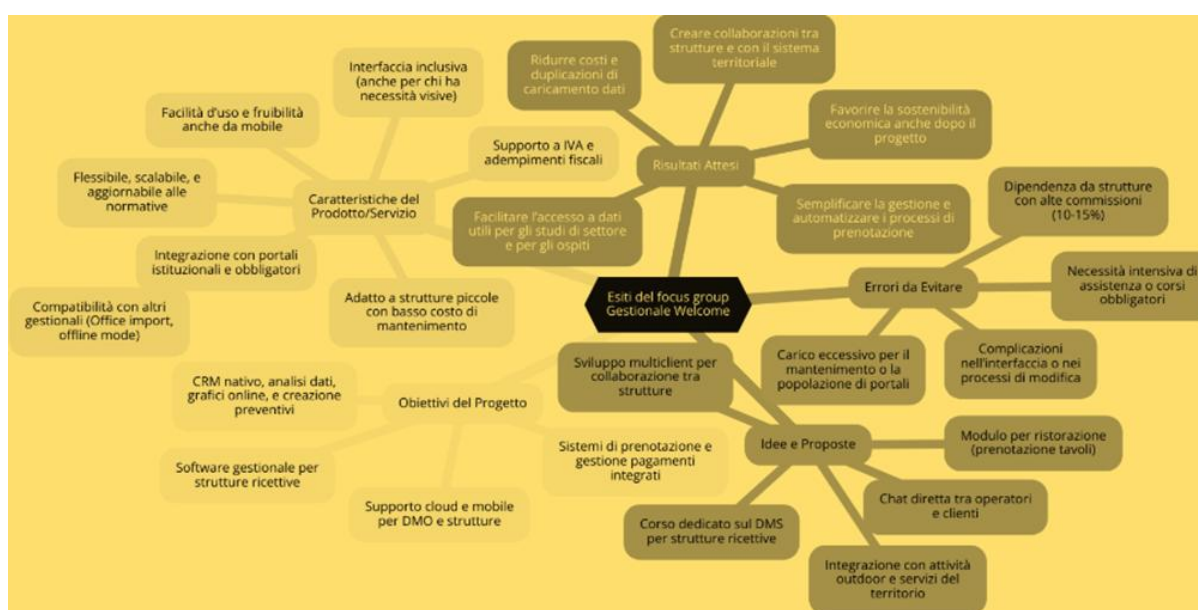
A seguito di tale confronto avvenuto con alcune riunioni tecniche coordinate con Fondazione DMO Dolomiti Bellunesi è stato infatti possibile svolgere **una analisi preliminare dei risultati emersi nell'ambito dei tavoli partecipativi territoriali di co-design, svolti in coordinamento con i soggetti attuatori dei progetti presentati con il Bando Azione 5.2.** e stendere quindi il presente piano esecutivo strutturato in grado di tenere conto dei seguenti aspetti:

- Mappatura del potenziale di sviluppo delle funzioni della Fondazione DMO Dolomiti bellunesi in termini di promozione e facilitazione per l'evoluzione della destinazione in Smart Turismo Destination;

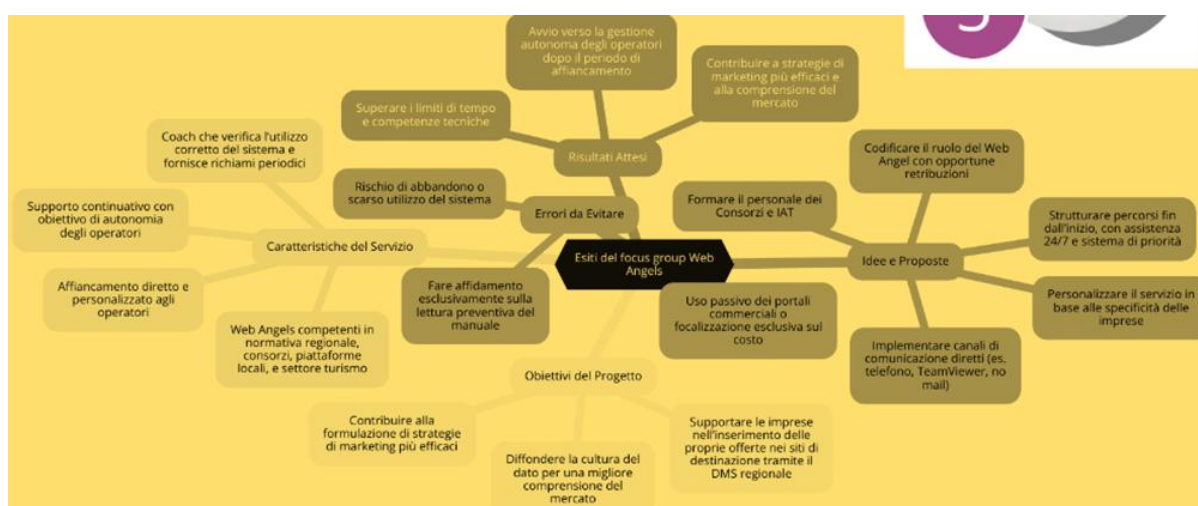
- Analisi dei fabbisogni e revisione del piano di azioni previsto nell'ambito della Fase 2 in base alle esigenze e potenzialità di soci, Consorzi turistici, uffici IAT, settore ricettivo e PMI e organizzazioni territoriali (compresi i GAL)

1. Mappatura del potenziale sviluppo

Il piano esecutivo che qui viene presentato si inserisce in un complessivo più ampio, rappresentato graficamente dal seguente schema che traccia la mappatura del potenziale di sviluppo, non solo della Fondazione, quale ente di Governance del complessivo sistema evolutivo, ma di tutto l'ecosistema digitale:



Fonte: Resolve Srl società incaricata dell'animazione dei tavoli territoriali



Fonte: Resolve Srl società incaricata dell'animazione dei tavoli territoriali

Il potenziale mappato viene esplicitato nel comune obiettivo di implementare soluzioni digitali che facilitino l'interazione tra turisti e servizi, migliorino l'analisi e la gestione dei flussi turistici, e promuovano una maggiore interconnessione tra i vari attori locali del settore turistico.

Questo approccio che integra il piano esecutivo nel piano strategico favorisce quindi l'attuazione del nuovo modello di governance che la DMO DB sta perseguendo attraverso un utilizzo intelligente delle tecnologie per migliorare l'esperienza del visitatore e la qualità della vita dei residenti.

Pertanto, con questo piano, la DMO DB intende sia far emergere i punti di contatto del progetto con la pianificazione strategica della destinazione sia esplicitare gli obiettivi specifici, le modalità di attuazione delle azioni e i relativi tempi di realizzazione.

2. Analisi dei fabbisogni e revisione del Piano esecutivo

Come evidenziato nel progetto tecnico, la definizione del piano esecutivo ha avuto una fase propedeutica realizzata attraverso un percorso partecipativo con il territorio. La DMO, come già detto nella premessa metodologica, ha coinvolto come stakeholders principali i propri soci, compresi i Consorzi turistici, gli uffici IAT, le organizzazioni pubbliche in generale e naturalmente il settore ricettivo con le sue PMI. Sono stati organizzati incontri partecipativi territoriali di co-design, in coordinamento con i soggetti attuatori dei progetti presentati con il Bando Azione 5.2. per raccogliere ulteriori informazioni e fabbisogni e costruire così un Piano coerente e in grado di generare il massimo impatto possibile.

Ne è emerso un quadro evolutivo complessivo che tiene conto sia dell'attuale grado di conoscenza sia dell'utilizzo del DMS regionale da parte degli operatori, che, come è riportato nel progetto, restituisce i seguenti dati:

Numero di imprese con offerte già integrate nel DMS regionale:

- Totale FS alloggi strutturati - 619
- Totale FS experience con servizi - 65

Per un complessivo di 684 strutture che utilizzano il DMS. In termini di eventi, sono 17 quelli presenti ad aprile fino a fine 2024 per l'area prealpina e 23 nell'area dolomitica, per un totale di 40 eventi.

Grazie al percorso tracciato, Fondazione Bologna Welcome ha anche supportato gli uffici di Fondazione DMO DB nell'integrazione di ulteriori moduli eventi nel DMS delle strutture coinvolte raggiungendo un indicatore complessivo maggiore rispetto al dato fotografato ad aprile, per un totale di 20 strutture.

Partendo tuttavia dall'assunto per cui la copertura dell'offerta bellunese era già in partenza, in linea se non migliore rispetto alla media veneta in termini di utilizzo del DMS, l'analisi dei fabbisogni condotta **da FBW, recependo i dati relativi ai tavoli svolti, ha** permesso di schematizzare ed individuare le linee prioritarie da proporre, in una fase di revisione e restituzione del Piano Esecutivo.

FASE 2 - Anno 2025/26 (Sviluppo del Piano Esecutivo)

+
RICHIESTI

- Investimenti in strumenti di BUSINESS INTELLIGENCE per il miglioramento della performance (data driven destinations).
- DMS.
- Impiego di WEB ANGELS a supporto delle imprese per la gestione dei servizi digitali.

- Evoluzione del sito di destinazione in termini di piena ACCESSIBILITA'.
- Definizione di un modello di PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE on line dell'offerta turistica.
- Realizzazione di un VIDEO IMMERSIVO.
- Acquisto di BENI e SERVIZI funzionali all'organizzazione dell'offerta turistica sul digitale.

Alla luce di tale analisi, si confermano quindi le azioni proposte nel piano, con un sostanziale riordino per priorità delle relative azioni, suggerendo alla Fondazione DB il seguente schema di **riepilogo improntato alla correlazione tra fabbisogni e azioni**:

Fabbisogni	Riordino Obiettivi Specifici per priorità
PRIORITÀ 1: Interesse per investimenti di Business Intelligence	OS.03 – Promuovere l'utilizzo di soluzioni di business intelligence per implementare strategie data driven
PRIORITÀ 2: Interesse per servizi di accompagnamento e integrazione DMS	OS.06 – Accompagnare le imprese nell'inserimento dei propri servizi e delle proprie offerte, compresi nuovi contenuti, nel DMS e, tramite questo, nei canali online della destinazione OS.05 – Migliorare l'organizzazione, l'accessibilità e la sostenibilità dell'offerta turistica attraverso l'acquisto di beni e servizi
PRIORITÀ 3: Interesse per la possibilità di avvalersi di Web Angels dedicato	
PRIORITÀ 4: Interesse all'evoluzione del sito in termini di accessibilità	OS.04 – Rendere il sito della destinazione funzionale alle informazioni relative al tema dell'accessibilità
PRIORITÀ 5: Realizzazione di un video immersivo	OS.08 – Realizzazione di un video immersivo
PRIORITÀ 6: emersa da confronto con Fondazione DB	OS.07 – Creare un modello condiviso di gestione della destinazione turistica secondo l'approccio Smart Tourism Destination

3. I punti di contatto con la pianificazione strategica della destinazione DB

In linea generale, il piano strategico pone assoluta rilevanza al potenziamento e alla valorizzazione di un ecosistema turistico integrato coordinato dalla DMO, composto dai soggetti istituzionali e dagli operatori turistici, e basato su un utilizzo capillare del DMS. Questo obiettivo viene ripreso dal piano esecutivo che, come vedremo, implementerà azioni tese a rafforzare le sinergie tra i fornitori di prodotti, i servizi, le attività turistiche e i turisti, rendendo le interazioni più fluide e funzionali.

Il DMS costituisce il punto più generale di collegamento tra i 2 piani - strategico e esecutivo - e verrà applicato su tre direttrici strategiche: fungerà da piattaforma di incontro tra l'ecosistema turistico territoriale e la domanda attuale e potenziale; servirà da aggregatore di dati; stimolerà la digitalizzazione dell'offerta turistica e quindi l'innovazione degli operatori.

Negli incontri territoriali vi è stata una condivisione della rilevanza dell'utilizzo del DMS presso le strutture ricettive sia per metterle in rete sia per agevolare la raccolta di dati e informazioni, come evidenziato qui di seguito.

L'elaborazione del progetto tecnico ha infatti richiamato e rafforzato due punti specifici già esplicitati nella pianificazione strategica della DMO DB:

1. l'organizzazione dell'offerta attraverso un approccio data driven
2. il processo di digitalizzazione di tutto il sistema di offerta turistica territoriale

Con riferimento al punto 1. risultano di rilevante importanza gli aspetti strategici che l'esecutività del bando regionale offre alle destinazioni in termini di valore aggiunto. Ci si riferisce, prima di tutto, alla volontà di attuare il passaggio fondamentale da un sistema d'informazione statistico a un sistema di intelligenza turistica (travel business intelligence) favorendo in questo modo l'anticipo dei trend e dei bisogni della domanda, l'evoluzione dell'offerta per soddisfare nuovi segmenti e mercati e la personalizzazione del prodotto. Una strategia quindi basata sulla "cultura del dato" che deve supportare le decisioni della destinazione per comprendere meglio i profili e i comportamenti dei turisti.

Inoltre, con l'attuazione del processo di digitalizzazione – punto 2. – la DMO DB intende rafforzare la fruibilità del DMS da parte di tutti gli operatori della destinazione.

In buona sostanza, è proprio attraverso un utilizzo più diffuso e capillare del DMS che DB intende potenziare il network territoriale e le relazioni con e tra gli operatori. Ancor prima di costituire un aggregatore di informazioni e contenuti, ecco che il DMS nell'ottica di DB è un sistema di relazioni che deve permettere di fare sentire gli operatori protagonisti e rete attiva della destinazione.

Con tale progetto si intende quindi sviluppare un ecosistema turistico integrato rafforzando l'utilizzo dell'ambiente DMS attraverso le relazioni e le interdipendenze fra i fornitori di prodotti, servizi e attività turistiche e i consumatori/turisti.

A tal fine la realizzazione del piano esecutivo permetterà di conseguire i seguenti obiettivi specifici.

4. Gli obiettivi specifici

Il progetto tecnico si basa sulla realizzazione di 2 fasi complementari che, come già detto, porteranno la destinazione DB a trasformarsi in Smart Tourism Destination. In fase di elaborazione progettuale in risposta al bando sono stati evidenziati i seguenti obiettivi specifici:

1. Coinvolgere attivamente gli stakeholder nella creazione di un Piano Esecutivo per trasformare la Destinazione in una Smart Tourism Destination
2. Promuovere l'integrazione del DMS regionale nelle strutture ricettive della destinazione
3. Promuovere l'utilizzo di soluzioni di business intelligence per implementare strategie data driven
4. Rendere il sito della destinazione funzionale alle informazioni relative al tema dell'accessibilità
5. Migliorare l'organizzazione, l'accessibilità e la sostenibilità dell'offerta turistica attraverso l'acquisto di beni e servizi
6. Accompagnare le imprese nell'inserimento dei propri servizi e delle proprie offerte, compresi nuovi contenuti, nel DMS e, tramite questo, nei canali online della destinazione
7. Creare un modello condiviso di gestione della destinazione turistica secondo l'approccio Smart Tourism Destination
8. Realizzazione di un video immersivo

A questi obiettivi corrispondono una serie di azioni che verranno trattate nella sezione seguente, evidenziandone le modalità esecutive.

5. Le modalità esecutive di attuazione delle azioni

Occorre in prima battuta riprendere le azioni pianificate nell'elaborato tecnico. Sono 6:

AZIONE 1: Investimenti in strumenti di business intelligence per il miglioramento della performance

AZIONE 2: Evoluzione del sito di destinazione in termini di piena accessibilità

AZIONE 3: Impiego di Web Angels per supportare le imprese nell'inserimento della presentazione dei propri servizi e delle proprie offerte nei/i siti di destinazione attraverso il DMS regionale e per diffondere la cultura del dato

AZIONE 4: Definizione di un modello di gestione della destinazione secondo l'approccio Smart Tourism Destination, per l'attività di promo-commercializzazione on line dell'offerta turistica

AZIONE 5: Realizzazione di un video immersivo

AZIONE 6: Acquisto di beni e servizi funzionali all'organizzazione dell'offerta turistica di destinazione sul digitale

AZIONE 1: Investimenti in strumenti di business intelligence per il miglioramento della performance

L'azione 1 costituisce uno dei punti cardine per l'evoluzione della destinazione DB verso un sistema che utilizza più diffusamente gli strumenti di business intelligence a vantaggio e supporto di tutti gli operatori che ne fanno parte. L'utilità di un'analisi intelligente dei dati per una destinazione turistica si può riassumere come segue:

- Elimina l'intuizione e l'improvvisazione come variabile nelle decisioni
- Permette di anticipare il futuro, definendo tendenze e previsioni
- Facilita la conoscenza del cliente e permette di disegnare proposte, prodotti e servizi con valore aggiunto

- Agevola la conoscenza sul comportamento del turista/cliente, che se ben analizzato, aiuta a incrementare il business e redistribuire i flussi
- Permette la gestione del destination revenue management
- Migliora l'offerta e l'esperienza del turista con la gestione dei processi
- Permette di attirare i clienti attraverso la conoscenza delle sue interazioni sui social
- Fornisce intelligenza competitiva alle imprese per creare, adattare o cambiare le strategie
- Permette alla destinazione di creare una propria attività resiliente, sostenibile, innovatrice e redditizia.

Tale azione si basa quindi in concreto sulla realizzazione di una dashboard completa che raccolga in un unico ambiente i dati provenienti dai comparti turistici più rilevanti. Negli incontri territoriali è emersa la necessità e la rilevanza di dotarsi di una dashboard che raggruppi e visualizzi i dati provenienti dalle strutture e dalle banche dati con cui creare un collegamento. La DMO DB, realizzerà e metterà in funzione questa dashboard interattiva ossia un “cruscotto” che funga da osservatorio turistico in grado di aggregare e presentare i dati turistici più rilevanti.

Il cruscotto comprenderà le seguenti features:

- Integrazione contenuti in CMS
- Strutturazione Sito Web e Menu di Navigazione
- Sezione Arrivi e Presenze
- Sezione alberghiero
- Sezione extra-alberghiero
- Sezione Sentiment

In una prima fase, si procederà con l'analisi e la raccolta di dati quantitativi, qualitativi e dei principali data set in ambito turistico, per esempio:

- Arrivi, presenze e permanenza media dei dati complessivi
- Stagionalità
- Arrivi e presenze alberghieri ed extra-alberghieri
- Regione/paese di provenienza
- Distribuzione territoriale degli arrivi

Successivamente, verranno inseriti all'interno della dashboard, i dati di rilevanza economica relativi al comparto alberghiero:

- Tasso di occupazione (TOC)
- Ricavo medio per camera venduta (ADR)
- Ricavo medio per camera disponibile (REVPAR), finestre di prenotazione e canali di prenotazione.

Questi dati verranno ricavati da una piattaforma online di Hospitality Data Intelligence che aggrega i dati provenienti dai gestionali dei singoli hotel.

L'utilizzo di questa piattaforma consentirà alla DMO di:

- Conoscere i più importanti KPI (TOC, ADR, REVPAR, RevPOR, ricavi per periodo, durata medie delle prenotazioni, camere vendute, camere disponibili, disdette/cancellazioni) in generale e/o segmentati per nazionalità;

- Conoscere e confrontare in tempo reale l'on the book del territorio per i più importanti indicatori KPI (TOC, ADR, REVPAR) rispetto all'on the book dell'anno precedente alla stessa data;
- Conoscere in anticipo e in tempo reale il tasso di occupazione e il valore economico della presenza turistica sul territorio;
- Pianificare eventi, per aumentare l'attrattività della destinazione, attuando così una strategia di destagionalizzazione;
- Fornire linee guida per le strategie di promozione verso i mercati esteri, in quanto la piattaforma analizza i flussi di occupazione in base alla nazionalità mettendoli in relazione con la total revenue per nazionalità o il prezzo medio per nazionalità;

In aggiunta ai dati provenienti dal comparto alberghiero, l'osservatorio turistico aggredgerà dati del settore extra-alberghiero come:

- Tassi di occupazione
- Tariffe medie
- Performance competitive

Questi dati verranno ricavati da una piattaforma di Business Intelligence che aggrega i dati provenienti dai gestionali di piattaforme di affitto a breve termine come Airbnb, Booking.com e Vrbo.

L'utilizzo di questa piattaforma che verrà integrata nella dashboard consentirà alla DMO di:

- Monitorare l'offerta delle proprietà di affitti brevi nel territorio della destinazione con dettagli su tipi di proprietà, capacità, canali di prenotazione, distribuzione geografica e performance;
- Monitorare l'impatto economico, le tariffe e l'occupazione delle proprietà di affitti brevi, analizzando domanda e tendenze con filtri dettagliati;
- Monitorare in tempo reale le performance della destinazione con dati aggiornati dei principali KPI (TOC, AVR, REVPAR) e confrontare i parametri attuali con lo stesso periodo del passato
- Analizzare l'origine dei viaggiatori, la stagionalità e le tendenze nazionali e internazionali, utili a strategie di marketing
- Confrontare i dati dei principali KPI con destinazioni simili o concorrenti.

Inoltre, la dashboard verrà integrata con dati avanzati relativi all'ambiente ed al clima con l'obiettivo sia di coinvolgere il sistema di offerta locale per monitorare i costi energetici e organizzativi e sia per motivare i clienti e la domanda in base ai nuovi trend di mercato determinati dalle mutate condizioni ambientali. Nei casi di particolari necessità, tali dati consentirebbero di attivare funzioni temporanee di crisis management per fronteggiare diversi livelli di criticità secondo un piano di analisi dei rischi.

Infine, verranno integrati all'interno della dashboard anche i moduli relativi alla percezione e reputazione online della destinazione. Si tratta di un'attività basata su processi di analisi dei dati e dei contenuti digitali attribuibili al visitatore della destinazione. L'analisi garantirà maggiore competitività rispetto al passato e alle destinazioni concorrenti e permetterà di gestire in modo più efficace ed efficiente le risorse economiche.

Gli indicatori selezionati sono:

- Sentiment (locali e ristoranti)
- Sentiment (ricettività)

- Sentiment (attrazioni)
- Sentiment (nazioni)
- Sentiment (tipologie di visitatori)
- Sentiment complessivo del territorio

La Fondazione DMO DB creerà nel portale istituzionale visitdolomitibellunesi.com aree personalizzate e riservate, repository per la condivisione di dati con gli operatori al fine di favorire una strategia di business intelligence già a partire dal 2025. Inoltre, verranno individuati appuntamenti ricorrenti, 1-2 volte all'anno in cui organizzare eventi pubblici per gli addetti ai lavori al fine di divulgare l'andamento dei dati raccolti attraverso la dashboard. Si valuterà infine se realizzare strumenti trimestrali o semestrali, come ad esempio delle newsletter, per comunicare il trend delle performance nel corso dell'anno.

L'azione 1, nel suo complesso, verrà realizzata nel periodo 01/01/2025 - 30/08/2026. Per quanto attiene, invece, alla realizzazione della dashboard, questa verrà implementata entro il 30/04/2025.

AZIONE 2: Evoluzione del sito di destinazione in termini di piena accessibilità

La Fondazione DMO DB integrerà nel portale istituzionale sezioni con informazioni relative a strutture e servizi per persone con bisogni speciali e disabilità, questo impegno è risultato di estrema rilevanza negli incontri territoriali.

La DMO selezionerà un partner, specializzato nell'ambito dell'accessibilità digitale, in grado di supportare un percorso di ottimizzazione digitale del portale istituzionale sia dal punto di vista formale- conformità agli standard internazionali sull'accessibilità web- sia dal punto di vista sostanziale- ottimizzazione dei percorsi di esperienza utente per i visitatori con bisogni speciali e disabilità.

La DMO promuoverà inoltre azioni di sensibilizzazione nei confronti del proprio personale e degli attori territoriali con l'obiettivo di migliorare il livello di accuratezza e completezza delle informazioni in materia di accessibilità da caricare online- prima sul DMS e di conseguenza sul sito istituzionale. Con l'attuazione del piano esecutivo il sito rispetterà i criteri di omologazione e i requisiti standard di Usabilità, Accessibilità (seguendo le raccomandazioni della Legge 4 del 9 gennaio 2004 e le Linee Guida per l'Accessibilità Web – WCAG) e Sicurezza.

La DMO agirà nel pieno rispetto delle scadenze normative in materia di accessibilità. A tal fine, sarà valutato di:

- procedere con un'analisi approfondita delle eventuali componenti non conformi del sito istituzionale rispetto ai criteri stabiliti nelle Linee guida per l'Accessibilità Web
- effettuare un eventuale test di usabilità dello strumento da utenti con disabilità sensoriali e cognitive
- realizzare le implementazioni che si riterranno risolutive.

L'azione 2 nel suo complesso verrà realizzata nel periodo 01/06/2025 - 31/12/2025.

AZIONE 3: Impiego di Web Angels per supportare le imprese nell'inserimento della presentazione dei propri servizi e delle proprie offerte nel/i siti di destinazione attraverso il DMS regionale e per diffondere la cultura del dato

Questo intervento è strettamente collegato a quanto previsto nella realizzazione della Fase 1. Infatti, in seguito all'iniziativa di sensibilizzazione e promozione del DMS, l'impiego dei Web Angels da parte della DMO DB rappresenta un'iniziativa strategica volta a supportare attivamente le imprese locali nell'ottimizzazione della loro presenza online e nella diffusione delle informazioni relative ai propri servizi e offerte attraverso il DMS regionale. È indispensabile mettere in relazione lo sviluppo della digitalizzazione, realizzato attraverso l'implementazione del DMS, con l'offerta territoriale. È quindi fondamentale operare attivando un servizio di assistenza e supporto che i Web Angels dovranno fornire agli operatori locali allo scopo di presentare le loro attività nel sito istituzionale, attraverso il DMS. In tal senso la DMO favorirà lo sviluppo turistico territoriale ponendo in stretta connessione l'offerta turistica territoriale con la domanda attuale e potenziale.

I Web Angels saranno pertanto i protagonisti di un progetto innovativo e di affiancamento agli operatori con cui entreranno in relazione allo scopo di concretizzare quel processo di networking organizzato che sta alla base della costruzione di un'offerta integrata e facilmente fruibile.

Per la selezione, la DMO intende avvalersi del supporto della CCIAA, dell'Università Ca' Foscari e dei Master da questa organizzati e di altre organizzazioni territoriali per l'individuazione dei profili professionali con una expertise di almeno cinque anni nel campo del web marketing e della comunicazione digitale o società di consulenza con esperienza sul tema. L'impiego di queste figure avrà il risultato atteso di portare almeno 50 imprese della destinazione ad utilizzare il DMS regionale.

L'azione 3 nel suo complesso verrà realizzata nel periodo 01/06/2025 - 30/08/2026.

AZIONE 4: Definizione di un modello di gestione della destinazione secondo l'approccio Smart Tourism Destination, per l'attività di promo-commercializzazione on line dell'offerta turistica

L'attuazione di questa azione mette in evidenza il ruolo di governance e di coordinamento della DMO DB nei confronti degli attori locali.

L'introduzione di un modello di gestione ha lo scopo di introdurre processi chiari di indirizzo per i Consorzi e gli operatori interessati a promo commercializzare le proprie offerte attraverso il sistema DMS regionale. Per conseguire tale obiettivo sarà necessario innanzitutto facilitare la comunicazione interna tra gli operatori istituzionali e i soggetti privati che contribuiscono allo sviluppo turistico territoriale.

Grazie al nuovo portale realizzato dalla Fondazione DB tale processo sarà quindi avviato all'inizio dell'anno.

Nell'ambito del progetto sarà necessario individuare un soggetto esterno che svolga poi le seguenti azioni:

- Consulenza tecnica alla Fondazione DB per definire ruoli e funzioni territoriali per una corretta gestione delle attività di promo commercializzazione.

- Individuazione di linee guida operative da fornire ai Consorzi per una comune comprensione dei passaggi necessari, sia al Consorzio che all'operatore, per il caricamento delle corrette informazioni all'interno del DMS.
- Formazione dei Web Angels affinché acquisiscano tali informazioni prima di affiancare l'utente.

Per la pubblicazione di contenuti online, si lavorerà allo sviluppo di strategie di marketing digitale e verranno attivati interventi formativi per il personale coinvolto nell'attività di promozione. Il ruolo di coordinamento verrà esplicitato attraverso l'attivazione di gruppi di lavoro tematici relativi ai contenuti fondamentali: le esperienze; gli eventi; i punti di interesse o attrattori. Sarà necessario procedere con la costituzione di questi gruppi al fine di innovare l'offerta attuale per renderla più rispondente alle nuove esigenze dei turisti. I gruppi saranno costituiti dai soggetti istituzionali e dagli operatori turistici afferenti ai rispettivi ambiti. L'obiettivo principale sarà quindi quello di condividere i requisiti necessari per la creazione di contenuti tesi a migliorare la qualità dell'offerta del territorio.

L'azione 4 nel suo complesso verrà realizzata nel periodo 01/01/2025 - 30/08/2026.

AZIONE 5: Realizzazione di un video immersivo

Negli incontri territoriali è emersa l'utilità realizzare un'unica guida, innovativa, per promuovere le attrazioni della destinazione DB. Verrà quindi realizzato un video immersivo che integra elementi di realtà aumentata e del metaverso.

L'esperienza sarà progettata per offrire ai visitatori e ai residenti una maggiore comprensione della destinazione Dolomiti Bellunesi che stanno visitando, soddisfacendo al contempo le loro aspettative di un'esperienza divertente o formativa.

L'azione 5 nel suo complesso verrà realizzata nel periodo 01/06/2025 - 31/12/2025.

AZIONE 6: Acquisto di beni e servizi funzionali all'organizzazione dell'offerta turistica di destinazione sul digitale

Questa azione assume un ruolo cruciale nel promuovere la digitalizzazione e l'interazione tra gli operatori turistici e i servizi offerti sul territorio: non solo si concentra sull'arricchire l'esperienza del turista attraverso l'accesso a informazioni dettagliate e strumenti per ampliare le informazioni sul soggiorno, ma sostiene attivamente gli operatori del settore, mediante un tool gestionale messo a disposizione delle strutture ricettive, consentendo così agli operatori di adeguarsi alle nuove tendenze di mercato e offrire servizi di alta qualità in linea con le aspettative dei visitatori.

Il piano esecutivo prevede tre tipologie di acquisti di beni e servizi:

• TOTEM INFORMATIVI

Si prevede l'acquisto di n.8 totem digitali informativi da installare negli uffici IAT della provincia di Belluno con la finalità di fornire informazioni turistiche self-service, mostrando ai visitatori le attrazioni, le attività e le risorse del territorio.

Un'azione coordinata con gli IAT è stata già avviata dalla Fondazione DB con un incontro dedicato tenutosi il 19 novembre 2024.

A seguito di tale incontro verranno attivate diverse iniziative di collaborazione con gli uffici IAT della provincia. In relazione agli investimenti previsti nel presente progetto di procederà quindi ad allestire un numero indicativo di 8/9 IAT con altrettanti TOTEM tenendo conto di una indagine preliminare sulla presenza o meno di Totem presso le strutture e secondo le seguenti priorità:

- Copertura destinazioni con maggior numero di arrivi e presenze
- Copertura porte dell'accoglienza
- Copertura di un solo IAT per Comune

I totem verranno inoltre utilizzati per promuovere gli eventi ricorrenti e aumentare l'interazione dei visitatori migliorando così la loro esperienza complessiva, la fruibilità e l'accessibilità alle attrazioni. Infine, i totem costituiranno punti di raccolta dati sulle preferenze dei turisti che andranno ad alimentare la dashboard che verrà realizzata con l'Azione 1.

I totem verranno integrati con il sistema KTIPS, collegato al DMS regionale, dalla stessa Fondazione DB.

• PC PORTATILI

L'acquisto di n.2 pc portatili destinati all'impiego dei Web Angels è una scelta strategica finalizzata a favorire le operazioni di support, assistenza e consulenza alle strutture ricettive all'interno della DMO.

Nel corso del progetto verrà messa a disposizione dei Web Angels uno spazio di lavoro presso la sede della DMO dove tali materiali saranno collocati-.

• WELCOME, GESTIONALE PER LE STRUTTURE RICETTIVE

La DMO DB intende favorire l'utilizzo di sistemi digitali da parte delle strutture incentivandone l'uso. La concessione di licenze d'uso del gestionale alle strutture private garantirà da un lato la tracciabilità delle strutture (automaticamente collegate al sistema HBenchmark) e la possibile integrazione dati all'interno della dashboard di destinazione, dall'altro l'apertura di un dialogo con gli operatori per la definizione di strategie di promo commercializzazione e gestione dei prezzi maggiormente orientate alle abitudini del turista. Grazie ad un più diffuso utilizzo dei gestionali sarà inoltre possibile ottenere in tempo reale, o in tempo minore, i dati relativi agli arrivi e presenze nelle strutture.

Nell'ambito del presente piano esecutivo si è valutata la congruità del numero di gestionali previsti (100 licenze gestionali per 2 anni). Il numero risulta al momento congruo rispetto alle esigenze della Fondazione ma l'attività sarà necessariamente implementata attraverso una successiva fase esecutiva che dovrà prevedere l'apertura di un avviso per manifestazione di interesse finalizzato a comprendere quali strutture potranno accedere al servizio tenendo conto dei seguenti parametri proposti:

- Individuazione di numero minimo di strutture per ognuna delle 5 macroaree che compongono la destinazione
- Rappresentatività del campione alberghiero in via prioritari
- Accesso alle strutture extra alberghiere classificate dalla legge regionale 11/2013

- Interesse ad accedere ai servizi collegati (es. H benchmark)
- Ordine di arrivo delle istanze

Quadro attuale delle strutture ricettive (dati ISTAT 2023):

Numero strutture 5760

Alberghiere:

Territorio	Belluno	
Correzione	dati grezzi	
Classe dimensionale per numero di camere	totale	
Ateco 2007	alberghi e strutture simili	
Seleziona periodo	2023	
Indicatori	numero di esercizi	posti letto
	▲ ▼	▲ ▼
Tipologia di esercizio		
■ esercizi alberghieri	382	17 806
alberghi di 5 stelle e 5 stelle lusso	5	917
alberghi di 4 stelle	38	3 671
alberghi di 3 stelle	202	9 238
alberghi di 2 stelle	83	2 100
alberghi di 1 stella	39	686
residenze turistico alberghiere	15	1 194

Extra Alberghiere:

Territorio	Belluno	
Correzione	dati grezzi	
Classe dimensionale per numero di camere	totale	
Ateco 2007	alloggi per vacanze e altre strutture per brevi soggiorni, aree di campeggio e aree attrezzate per camper e roulotte	
Seleziona periodo	2023	
Indicatori	numero di esercizi	posti letto
	▲ ▼	▲ ▼
Tipologia di esercizio		
■ esercizi extra-alberghieri	5 378	43 355
campeggi e villaggi turistici	23	10 431
alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale	4 885	25 263
agriturismi	91	1 011
ostelli per la gioventù	4	163
case per ferie	44	2 739
rifugi di montagna	110	2 667
altri esercizi ricettivi n.a.c.	-	-
bed and breakfast	221	1 081

6. Linee guida operative per l'implementazione delle azioni previste

In questa sezione si fornisce il dettaglio operativo per l'implementazione delle azioni previste, l'investimento previsto e il periodo di implementazione.

AZIONE 1: Investimenti in strumenti di business intelligence per il miglioramento della performance

<i>Descrizione attività</i>	<i>Linee operative</i>	<i>Valore economico investimento stimato</i>	<i>Procedura</i>	<i>Periodo di implementazione</i>
Aggiornamento della dashboard di business intelligence per l'integrazione di dataset	Aggiornamento della dashboard e implementazione nel sito di destinazione: - Integrazione contenuti in CMS - Strutturazione Sito Web e Menu di Navigazione - Sezione Arrivi e Presenze - Sezione alberghiero - Sezione extra-alberghiero - Sezione Sentiment Analisi e raccolta di dati quali-quantitativi e dei principali data set in ambito turistico: - Arrivi, presenze e permanenza media dei dati complessivi - Stagionalità - Arrivi e presenze alberghieri ed extra-alberghieri - Regione/paese di provenienza - Distribuzione territoriale degli arrivi	€ 44.000,00	Affidamento diretto ai sensi dall'art. 50, Comma 1, lettera b) del Dlgs. 36/2023	01/01/25 – 30/04/25
Impiego avanzato di processi di business analytics per il settore ricettivo (alberghiero ed extra alberghiero) monitoraggio di big/small data specifici della località	Implementazione nella dashboard dei dati di rilevanza economica relativi al comparto alberghiero: - Tasso di occupazione (TOC) - Ricavo medio per camera venduta (ADR) - Ricavo medio per camera disponibile (REVPAR), finestre di prenotazione e canali di prenotazione Implementazione nella dashboard dei dati di rilevanza economica relativi al comparto extra-alberghiero: - Tassi di occupazione - Tariffe medie - Performance competitive	€ 91.480,00	Affidamento diretto ai sensi dall'art. 50, Comma 1, lettera b) del Dlgs. 36/2023	01/01/25 – 30/08/26
Integrazione dashboard con dati avanzati relativi all'ambiente ed al clima:	Implementazione di dati avanzati nella dashboard relativi all'ambiente ed al clima con l'obiettivo sia di coinvolgere il sistema di offerta locale per monitorare i costi energetici e organizzativi e	€ 30.000,00	Affidamento diretto ai sensi	01/01/25 – 30/08/26

condizioni meteo e climatiche dati relativi al climate change con l'obiettivo di coinvolgere e motivare i clienti e la domanda in base ai nuovi trend di mercato determinati dalle mutate condizioni ambientali	sia per intercettare nuova domanda in base ai nuovi trend di mercato determinati dalle mutate condizioni ambientali. Linee operative per attivare una funzione di crisis management.		dall'art. 50, Comma 1, lettera b) del Dlgs. 36/2023	
	Totale Azione 1	€ 165.480,00		

AZIONE 2: Evoluzione del sito di destinazione in termini di piena accessibilità

Descrizione attività	Linee operative	Valore economico investimento stimato	Procedura	Periodo di implementazione
Integrazione funzionalità del sito web visitdolomitibellunesi.com con aree strutture e servizi per persone con bisogni speciali e disabilità	- Implementazione digitale del portale istituzionale: conformità agli standard internazionali sull'accessibilità web; ottimizzazione delle user experience per i visitatori con bisogni speciali e disabilità - Azioni di sensibilizzazione nei confronti del personale interno e degli attori territoriali con l'obiettivo di migliorare il livello di accuratezza e completezza delle informazioni in materia di accessibilità da caricare online, prima sul DMS e di conseguenza sul sito istituzionale.	€ 12.200,00	Affidamento diretto ai sensi dall'art. 50, Comma 1, lettera b) del Dlgs. 36/2023	01/06/25 – 31/12/25
	Totale Azione 2	€ 12.200,00		

AZIONE 3: Impiego di Web-Angels

Descrizione attività	Linee operative	Valore economico investimento stimato	Procedura	Periodo di implementazione
Supporto per le imprese nell'inserimento della presentazione dei propri servizi e delle proprie offerte nel sito di destinazione attraverso il DMS regionale e	- Organizzazione di un team di assistenti digitali, denominati "Web Angels", per: supportare le aziende locali nell'integrazione delle loro informazioni nel DMS; garantire la qualità e la completezza dei dati caricati; favorire una maggiore connessione tra operatori turistici, servizi, spazi ed esperienze	€ 48.800,00	Affidamento diretto ai sensi dall'art. 50, Comma 1, lettera b)	01/06/25 – 30/08/26

per diffondere la cultura del dato	- Selezione di profili funzionali a questo ruolo da reperire in collaborazione con l'Università Ca' Foscari, con gli ITS territoriali e con le associazioni di categoria.		del Dlgs. 36/2023	
	Totale Azione 3	€ 48.800,00		

AZIONE 4: Definizione di un modello di gestione della destinazione

<i>Descrizione attività</i>	<i>Linee operative</i>	<i>Valore economico investimento stimato</i>	<i>Procedura</i>	<i>Periodo di implementazione</i>
Modello di gestione della destinazione secondo l'approccio Smart Tourism Destination, per l'attività di promo-commercializzazione dell'offerta turistica	- Organizzazione di processi per facilitare la comunicazione interna con e tra gli operatori del territorio - Individuazione di ruoli e funzioni per attribuire le attività promo-commerciali - Individuazione di linee guida per il caricamento corretto delle informazioni sul DMS - Formazione e coinvolgimento dei Web-Angels per la messa in opera delle attività previste nell'Azione n.3	€ 29.000,00	Affidamento diretto ai sensi dall'art. 50, Comma 1, lettera b) del Dlgs. 36/2023	01/06/25 – 30/08/26
	Totale Azione 4	€ 29.000,00		

AZIONE 5: Realizzazione video immersivo

<i>Descrizione attività</i>	<i>Linee operative</i>	<i>Valore economico investimento stimato</i>	<i>Procedura</i>	<i>Periodo di implementazione</i>
Realizzazione video immersivo per la promozione della destinazione	- Realizzazione di un video immersivo che integra elementi di realtà aumentata e del metaverso. - Il video includerà le informazioni utili a favorire la fruibilità e l'accessibilità alle attrazioni del territorio e stimolerà gli utenti a vivere esperienze di visita diretta ai siti turistici-culturali-naturalistici-enogastronomici-sportivi.	€ 8.000,00	Affidamento diretto ai sensi dall'art. 50, Comma 1, lettera b) del Dlgs. 36/2023	01/06/25 – 31/12/25
	Totale Azione 5	€ 8.000,00		

AZIONE 6: Acquisto di beni e servizi funzionali all'organizzazione dell'offerta turistica di destinazione sul digitale

Descrizione attività	Linee operative	Valore economico investimento stimato	Procedura	Periodo di implementazione
Totem informativi PC portatili Gestionale Welcome per strutture ricettive	- Acquisto di n. 8 totem digitali informativi da installare negli uffici IAT della provincia di Belluno con la finalità di fornire informazioni turistiche self-service - Acquisto di n.2 pc portatili da destinare ai Web Angels per il loro lavoro di supporto e assistenza alle strutture ricettive - Acquisto di n.100 licenze d'uso del gestionale Welcome per: utilizzo in modalità cloud e da mobile; channel manager e booking engine integrati; gestione pagamenti elettronici senza essere in possesso della carta di credito fisica dei clienti; analisi dati e grafici online; CRM nativo e minisito per preventivi responsive; collegamento con la piattaforma di gestione dei dati di ospitalità.	€ 72.880,00	Affidamento diretto ai sensi dall'art. 50, Comma 1, lettera b) del Dlgs. 36/2023	01/01/25 – 30/08/26
	Totale Azione 6	€ 72.880,00		

7. Cronoprogramma

AZIONI	gen-25	feb-25	mar-25	apr-25	mag-25	giu-25	lug-25	ago-25	set-25	ott-25	nov-25	dic-25	gen-26	feb-26	mar-26	apr-26	mag-26	giu-26	lug-26	ago-26
1: Investimenti in strumenti di business intelligence per il miglioramento della performance (data driven destinations)																				
1.1 Aggiornamento della dashboard di business intelligence per l'integrazione di dataset																				
1.2 Impiego avanzato di processi di business analytics per il settore ricettivo (alberghiero ed extra alberghiero) monitoraggio di big/small data specifici della località																				
1.3 Integrazione dashboard con dati avanzati relativi all'ambiente ed al clima: condizioni meteo e climatiche dati relativi al climate change con l'obiettivo di coinvolgere e motivare i clienti e la domanda in base ai nuovi trend di mercato determinati dalle mutate condizioni ambientali																				
1.4 Integrazione dashboard con dati relativi alle prenotazioni dell'utente verso le strutture extra-alberghiere																				
2: Evoluzione del sito di destinazione in termini di piena accessibilità																				
2.1 Integrazione funzionalità sito web visitdolomitibellunesi.com con area strutture e servizi per persone con bisogni speciali e disabilità																				
3: Impiego di Web Angels																				
3.1 Supporto per le imprese nell'inserimento della presentazione dei propri servizi e delle proprie offerte nei siti di destinazione attraverso il DMS regionale e per diffondere la cultura del dato																				
4: Definizione di un modello di gestione della destinazione																				
4.1 Modello di gestione della destinazione secondo l'approccio Smart Tourism Destination, per l'attività di promo-commercializzazione dell'offerta turistica																				
5: Realizzazione video immersivo																				
5.1 Realizzazione video immersivo per la promozione della destinazione																				

6: Acquisto di beni e servizi funzionali all'organizzazione dell'offerta turistica di destinazione sul digitale																				
6.1 Totem informativi (n°8)																				
6.2 PC Portatili (n°2)																				
6.3 Gestionale Welcome per strutture ricettive (n°100)																				