

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

Organizzazione di Gestione della Destinazione “Città d'arte e Ville Venete del territorio trevigiano

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 e consulenza specialistica	3
1. Il DMS architrate dello sviluppo digitale dell'OGD trevigiana	4
2. Gli obiettivi specifici	5
3. Le modalità esecutive di attuazione delle azioni	5
4. Linee guida operative per l'implementazione delle azioni previste	20
5. Cronoprogramma	24
Conclusioni	26

Premessa metodologica e consulenza specialistica

L'Organizzazione di Gestione della Destinazione (OGD) "Città d'arte e Ville Venete del territorio trevigiano", attraverso il suo soggetto gestore/attuatore Fondazione Marca Treviso (di seguito FMT), ha risposto con successo al bando regionale 1.2.4 "Interventi per l'evoluzione delle destinazioni turistiche venete in "Smart Tourism Destination", cogliendo l'opportunità, promossa dalla Regione Veneto, di rendere le destinazioni turistiche venete più competitive favorendo una trasformazione innovativa attraverso un percorso di evoluzione in "Smart Tourism Destination".

Una Smart Tourism Destination è una meta di turismo intelligente, definita come una destinazione in cui i vari stakeholder del territorio, coordinati dall'OGD, facilitano l'accesso al turismo e ai prodotti per l'ospitalità, servizi, spazi, ed esperienze attraverso soluzioni innovative basate sull'ICT rendendo il turismo sostenibile, accessibile e sfruttando appieno il patrimonio culturale e creativo.

In fase di elaborazione dell'offerta tecnica, la FMT ha ricondotto questa opportunità all'interno di una progettualità strategica più ampia, il cui fulcro si evince nel nuovo Piano Strategico di Sviluppo Turistico triennale che la destinazione realizzerà per il periodo 2025-2027.

In particolare, il Piano Strategico individua almeno tre pilastri che abbracciano trasversalmente il tema dell'innovazione tecnologica, ci si riferisce a:

- Business intelligence
- Ecosistema digitale
- Formazione interna sia per gli addetti di FMT sia per gli operatori del sistema ricettivo

Pertanto la FMT, con l'attuazione del presente **piano esecutivo** punta decisamente a potenziare sia le relazioni con e tra gli operatori del territorio (obiettivo interno) sia i rapporti con i turisti (obiettivo esterno) in funzione del raggiungimento di **3 obiettivi generali** relativi all'innovazione tecnologica:

- 1. favorire la comunicazione interna tra gli operatori per la costruzione di una rete territoriale**
- 2. migliorare la capacità di interazione tra il sistema di offerta locale e i turisti**
- 3. soddisfare i turisti durante tutta la loro permanenza nella Marca Trevigiana**

Questa visione si allinea perfettamente con l'approccio promosso dalla Regione Veneto, che evidenzia l'importanza di una gestione integrata e sostenibile delle destinazioni attraverso l'uso efficace e innovativo delle tecnologie digitali.

Come proposto nel progetto tecnico, per lo sviluppo del piano esecutivo è stato essenziale un percorso partecipativo condiviso con gli operatori del territorio trevigiano. Nel periodo settembre – novembre, la FMT ha coinvolto i principali stakeholder, soci, associazioni di categoria, personale IAT /Info Point e strutture ricettive. Sono stati organizzati incontri tematici per raccogliere informazioni, considerazioni e proposte per costruire un piano coerente e condiviso.

—

Per la realizzazione di questo percorso partecipativo e in generale per l'intera Fase 1 di attuazione del Bando Smart Tourism Destination, l'OGD si è avvalsa della **consulenza specialistica** della Fondazione Bologna Welcome (FBW) che ha svolto un ruolo cruciale fornendo un supporto tecnico e operativo per favorire l'evoluzione digitale della destinazione. In particolare, la FBW si è occupata di

- **Consulenza Tecnica e Strategica**, offrendo supporto per lo sviluppo del Piano Esecutivo Digitale nel quale sono state inserite indicazioni strategiche e operative per garantire l'implementazione efficace degli strumenti previsti dal progetto e per consolidare il sistema turistico digitale dell'OGD migliorando l'integrazione delle strutture ricettive con il Destination Management System (DMS).
- **Coordinamento Operativo**, conducendo i tavoli digitali in collaborazione con la Fondazione Marca Treviso, facilitando la comunicazione tra gli stakeholder e supportando le strutture ricettive nella comprensione degli obiettivi del progetto. Durante questi incontri, sono stati definiti gli obiettivi della Fase 1, con un focus sul coinvolgimento di almeno 51 strutture ricettive classificate, e attraverso il coinvolgimento diretto di **Feratel Media Technologies srl** sono stati forniti strumenti per l'armonizzazione grafica e tecnica del TOSC.
- **Supporto nella Raccolta Dati**, in anticipo sulla Fase 2, considerando l'urgenza di analizzare la situazione del settore extra-alberghiero, FBW ha contribuito all'avvio dei rapporti contrattuali con Lighthouse Intelligence Ltd. Questa collaborazione mira a raccogliere e analizzare dati dettagliati relativi alle strutture extra-alberghiere del territorio, consentendo agli enti locali membri dell'OGD di pianificare interventi mirati e strategie efficaci.
- **Supervisione e Pianificazione della Fase 2**, fornendo supporto nella definizione delle attività da sviluppare nella Fase 2 del progetto, tra cui: l'implementazione di un sistema di prenotazione esperienziale tramite DMS; la formazione tecnica dei gestori delle strutture; l'organizzazione di workshop e tavoli operativi per migliorare l'adozione degli strumenti digitali.
- **Supporto nell'Individuazione dei Web Angels**, in anticipo sulla Fase 2, considerando i tempi necessari all'individuazione dei corretti candidati per le figure di web angels si è deciso di coinvolgere gli istituti scolastici, tecnici superiori e universitari, prima della pausa invernale così da gettare le basi per una ricerca puntuale.

1. Il DMS architrave dello sviluppo digitale dell'OGD trevigiana

Come detto in premessa in riferimento al nuovo Piano Strategico, la FMT pone rilevanza al potenziamento e alla valorizzazione dell'ecosistema turistico digitale della destinazione basato sull'utilizzo del DMS. Questa visione viene ripresa diffusamente nell'attuazione del piano esecutivo che si concentra sull'implementazione di azioni verso il rafforzamento di cooperazione tra i fornitori di prodotti, i servizi, le attività turistiche e i turisti rendendo più efficaci ed efficienti le comunicazioni e le interazioni.

Il DMS rappresenta, pertanto, il punto fondamentale di raccordo tra il piano strategico e questo piano esecutivo in quanto fungerà da piattaforma di *matching* tra l'offerta turistica locale e la domanda attuale; servirà da aggregatore di dati e incentiverà la digitalizzazione dell'offerta turistica e degli operatori turistici territoriali. Negli incontri partecipativi è stata infatti condivisa la rilevanza dell'utilizzo della piattaforma presso le strutture ricettive per metterle in rete e per agevolare la raccolta di dati e informazioni. Risulta del tutto evidente l'intento di FMT che posizionerà il DMS come lo strumento che potrà favorire una comunicazione attiva con e tra gli operatori turistici, prima ancora dello sviluppo di una dashboard come aggregatore di dati e informazioni turistiche.

L'opportunità che FMT intende cogliere è quella di procedere nell'arco dei 24 mesi di attuazione delle azioni alla evoluzione della destinazione verso un sistema d'intelligenza turistica che si basi sulla cultura del dato applicando una strategia data-driven. Questo approccio consente sia di individuare nuove tendenze di mercato sia di innovare l'offerta per sviluppare nuovi prodotti e soddisfare i nuovi segmenti. Inoltre, sempre attraverso un utilizzo avanzato del DMS, FMT si propone di rafforzare la fruibilità della piattaforma da parte di ogni operatore turistico coinvolto nel progetto.

A tal fine, la realizzazione del piano esecutivo permetterà di conseguire tutti gli obiettivi specifici indicati nell'elaborato tecnico e che qui di seguito vengono ripresi per dare coerenza all'esposizione del piano.

2. Gli obiettivi specifici

Il piano esecutivo si basa sullo sviluppo di due fasi complementari che porteranno l'OGD verso una Smart Tourism Destination. Nella fase iniziale di risposta al bando sono stati messi in risalto i seguenti obiettivi:

- Gestire in modo coordinato la destinazione tramite il DMS
- Stimolare gli IAT ad assumere un ruolo centrale
- Completare l'integrazione delle Strutture Ricettive e delle aziende fornitrici di servizi nel sistema di booking
- Gestire i flussi turistici attraverso l'analisi dei dati in tempo reale
- Innovare e personalizzare l'offerta turistica attraverso un utilizzo dei dati più performante
- Promo-commercializzare la destinazione in modo più dinamico
- Promuovere la sostenibilità turistica

Agli obiettivi sopraindicati corrispondono una serie di azioni che verranno illustrate operativamente nella seguente sezione.

3. Le modalità esecutive di attuazione delle azioni

Occorre in prima battuta riprendere le azioni pianificate nel progetto tecnico.

Sono 6:

1. Promozione e integrazione del DMS regionale nelle strutture ricettive del territorio trevigiano
2. Attività di assistenza (Web Angels) alle imprese
3. Elaborazione di una dashboard di business intelligence di destinazione
4. Aggiornamento e integrazione del sito in termini di piena accessibilità
5. Aggiornamento e integrazione del sito in termini di sicurezza e privacy
6. Attività di assistenza e consulenza alle destinazioni per il modello di gestione dell'attività di promo-commercializzazione

Azione 1: Promozione e integrazione del DMS regionale nelle strutture ricettive del territorio trevigiano

L'azione 1 rappresenta uno dei punti principali di trasformazione dell'OGD in una Smart Tourism Destination grazie all'opportunità per la destinazione di implementare strumenti di Business Intelligence.

Questa prima azione ha previsto l'integrazione del sistema DMS per le strutture ricettive, offrendo loro maggiore visibilità online, supporto personalizzato per l'integrazione di strumenti digitali e migliori opportunità di promo-commercializzazione.

Per presentare le finalità del progetto e i relativi risultati da raggiungere, sono stati organizzati una serie di riunioni online, che hanno visto il coinvolgimento dei rappresentanti delle associazioni di categoria e, in un secondo momento, dei responsabili delle strutture ricettive.

Al primo incontro che si è svolto in data 18 settembre hanno partecipato le associazioni di categoria e la FBW che, come detto in premessa, ha coordinato i tavoli digitali assieme a FMT. In questa prima riunione di orientamento generale, sono stati individuati gli obiettivi da raggiungere nel periodo 15 ottobre – 15 dicembre 2024 e, primo fra tutti il coinvolgimento reale e concreto di almeno 51 strutture ricettive. Tale numero, altamente sfidante, è stato individuato poiché il territorio trevigiano è ricco di strutture ricettive con potenzialità evidenti coerenti per l'attuazione delle attività inserite nel progetto tecnico.

Da precisare che non tutte le strutture ricettive classificate fanno parte di una Associazione di Categoria.

Inoltre, per avere un quadro completo sullo stato dell'arte, nei due incontri successivi realizzati nel mese di ottobre, è stato chiesto alle associazioni di categoria, rappresentanti di un totale di circa 300 strutture classificate, di fare in modo che fosse possibile creare una connessione operativa tra l'OGD e gli operatori, presentando le finalità dell'iniziativa. Hanno partecipato i referenti delle seguenti realtà associative:

- Federalberghi Treviso - ca 160 strutture ricettive classificate (sia alberghi che strutture extralberghiere);
- Confindustria Veneto Est - 10 grandi alberghi a copertura del settore MICE della OGD;
- Coldiretti Treviso/Associazione Terranostra - Associazione Trevisana per il Turismo Ambiente Rurale - 120 agriturismi;
- Confagricoltura Treviso – ca 70 agriturismi;
- Strada del Vino Asolo e Montello - 4 agriturismi.

È stata altresì coinvolta ABBAV.

Tale coinvolgimento territoriale si è rivelato funzionale, oltre che necessario, per stilare un elenco delle strutture ricettive classificate che sono state poi prese in carico da FMT per effettuare una scrematura volta ad individuare quelle in grado di poter partecipare al progetto. In questo modo, le strutture da considerare sono risultate 60, a fronte di una lista di 77 nominativi. Le strutture escluse comprendevano locazioni turistiche non classificate, che tuttavia hanno manifestato interesse, denotando una crescente attenzione al progetto. Alle strutture ricettive classificate invece, a partire dal mese di ottobre, è stato inviato il TOSC da implementare nei propri siti.

Nel periodo da ottobre a dicembre 2024 sono stati integrati all'interno del sito web delle strutture ricettive che hanno aderito al progetto i TOSC (link a un modulo interattivo) forniti da **Feratel Media Technologies srl**.

Complessivamente, le strutture che hanno integrato il TOSC all'interno del loro sito web sono dunque 51, di cui 16 alberghiere e 35 extra-alberghiere. Qui di seguito l'elenco esaustivo suddiviso in: nome struttura, tipologia di classificazione, Comune di riferimento e indirizzo URL con TOSC.

Nome struttura	Tipologia	Comune	Sito web con TOSC
B&B Alla Bon'ora	Struttura extra-alb.	Volpago del Montello	https://www.allabonora.it/#/eventi
Al Capitello	Struttura extra-alb.	Monfumo	https://ghisolana.com/eventi-tosc5/#/eventi
Le Vigne Morosina	Struttura extra-alb.	Cessalto	https://www.agriturismolevignemorosina.com/it/eventi/#/eventi
Terre Boscaratto	Struttura extra-alb.	Susegana	https://www.terreboscaratto.com/tosc5/#/eventi
Lemire	Struttura extra-alb.	San Pietro di Feletto	https://lemire.it/#/eventi
Agriturismo La Bella	Struttura extra-alb.	Follina	https://www.labellafollina.it/eventi-in-zona/#/eventi
Al Comarel	Struttura extra-alb.	Tarzo	https://www.alcomarel.it/eventi.php#/eventi
Reghet - Casa Gastaldia	Struttura extra-alb.	Fregona	https://reghet.it/agrialloggio/#/eventi
Al Reparo	Struttura extra-alb.	Pederobba	https://www.alreparo.it/eventi/#/eventi
Villa Clementina	Struttura extra-alb.	San Pietro di Feletto	https://villaclementina.com/il-territorio/#/eventi
Sorapiana	Struttura extra-alb.	Vidor	https://www.sorapiana.it/#/eventi
Azienda Agricola Maso di Villa	Struttura extra-alb.	Susegana	https://www.masodivilla.it/it/colline-conegliano-valdobbiadene/eventi/#/eventi
Palazzo Brando	Struttura extra-alb.	Treviso	https://palazzobrando.it/it/#/eventi
Progress Country & Wine House	Struttura extra-alb.	Asolo	https://www.progresscountrywinehouse.com/it/eventi#/eventi
Agriturismo Althea	Struttura extra-alb.	Vittorio Veneto	https://www.agriturismoalthea.it/nei-dintorni/#/eventi
Relais Althea	Struttura extra-alb.	Vittorio Veneto	https://www.relaisalthea.it/outdoor/#/eventi
Agriturismo Il conte vassallo	Struttura extra-alb.	Miane	https://www.agriturismistefani.com/it/pagina/attivita#/eventi
Agriturismo Vedova	Struttura extra-alb.	Valdobbiadene	https://www.agriturismovedova.it/eventi/#/eventi
Alloggi agrituristiche Le Vignole	Struttura extra-alb.	Cordignano	https://alloggilevignole.it/eventi/#/eventi
Tenuta Sant'Eufemia	Struttura extra-alb.	San Pietro di Feletto	https://www.tenutasanteufemia.it/eventi/#/eventi
AgriBed Quierta	Struttura extra-alb.	Fregona	https://www.quiarta.it/std.html#/eventi
Agriturismo Da Zeffi	Struttura extra-alb.	Spresiano	https://www.agriturismodazeffi.it/tosc/#/eventi
Casa Ai Castagni	Struttura extra-alb.	Miane	https://www.casaaicastagni.it/territorio/eventi/#/eventi

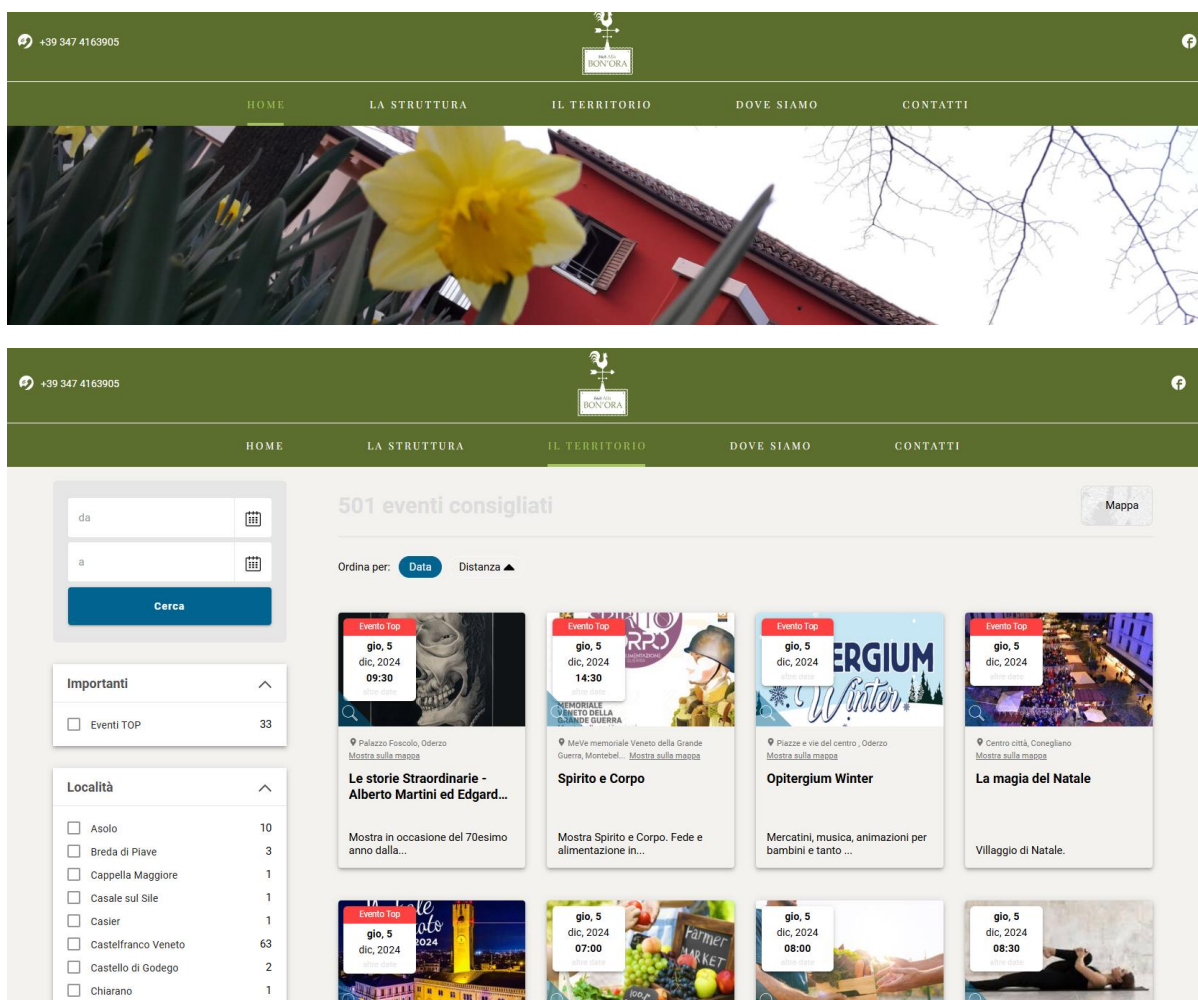
Nome struttura	Tipologia	Comune	Sito web con TOSC
House58	Struttura extra-alb.	Sarmade	https://agriturismohouse58.it/#/eventi
Agriturismo Memento	Struttura extra-alb.	Follina	https://agriturismocrodialcontadin.it/combai-miane-follina-valdobbiadene-cison-di-valmarino/#/eventi
Agriturismo Moro Barel	Struttura extra-alb.	Vittorio Veneto	https://www.morobarel.it/eventi/#/eventi
Azienda Agrituristiche Il Bosco	Struttura extra-alb.	Vittorio Veneto	https://www.agriturismoilbosco.com/eventi-turistici-regione-veneto
Residenza Cartiera 243	Struttura extra-alb.	Villorba	https://www.cartiera243.it/eventi/
B&B Villa Gradenigo	Struttura extra-alb.	Villorba	https://www.villagradenigo.com/eventi
Il Giardino Sospeso	Struttura extra-alb.	Miane	https://www.giardinosospeso.it/eventi-combai-manifestazioni/#/eventi
Agriturismo La Pina	Struttura extra-alb.	Tarzo	https://www.agriturismolapina.com/about-3
La casa imperfetta	Struttura extra-alb.	Treviso	https://lacasaimperfetta.it/it/eventi/#/eventi
Agriturismo Furlan	Struttura extra-alb.	San Vendemiano	https://www.agriturismofurlan.it/eventi/#/eventi
Ca' Borgh	Struttura extra-alb.	San Pietro di Fioletto	https://www.caborgh.it/#/eventi
Agriturismo La Dolza	Struttura extra-alb.	Follina	http://www.agriturismoladolza.it/it/%3C!--Implementazione%20TOSC5%20inizio--%3E%20%3Cdiv%20id=
Hotel Diana	Struttura alb.	Valdobbiadene	https://www.hoteldiana.org/eventi-territorio.html#/eventi
Hotel Mezzaluna	Struttura alb.	Treviso	https://www.mezzalunahotel.it/offerte/#/eventi
Al Fogher	Struttura alb.	Treviso	https://www.hotelalfogher.it/events.htm#/eventi
Hotel Eurorest	Struttura alb.	Conegliano	https://euroresthotel.it/eventi/eventi-del-territorio/#/eventi
Hotel Alla Torre	Struttura alb.	Castelfranco	https://www.hotelallatorre.it/eventi/#/eventi
Hotel All'Orso	Struttura alb.	Roncade	https://www.hotelorso.it/
Hotel Rovere	Struttura alb.	Treviso	https://www.hotelrovere.it/eventi/#/eventi
Hotel Antica Abbazia	Struttura alb.	Borso del Grappa	https://anticaabbazia.com/eventi/#/eventi
Donna Lucia Hotel	Struttura alb.	Ponzano Veneto	https://www.hoteldonnalucia.it/eventi/#/eventi
Barchessa Molon	Struttura alb.	Salgareda	https://www.ornellamolton.it/eventi-dmo/#/eventi

Nome struttura	Tipologia	Comune	Sito web con TOSC
Hotel Canon D'oro	Struttura alb.	Conegliano	https://www.aroundvenicehotels.com/it/canon-d-oro/hotel-colline-del-prosecco/il-nostro-territorio#/events
Wine Hotel San Giacomo Activity & Wellness	Struttura alb.	Pieve del Grappa	https://www.hotelsangiacomo.com/eventi/#/eventi
B&B Casa Oltraval	Struttura alb.	Valdobbiadene	https://casaoiltraval.it/it/eventi/#/eventi
Castelbrando	Struttura alb.	Cison di Valmarino	https://www.castelbrando.it/
Hotel Holiday La Marca	Struttura alb.	Villorba	https://www.holidaylamarca.it/eventi/#/eventi
Hotel Due Ragni	Struttura alb.	Villorba	https://www.dueragni.it/it/eventi/#/eventi

Vengono qui di seguito presentate due integrazioni del TOSC, solo ed esclusivamente a titolo di esempio.

1. Esempio schermata web struttura extra-alberghiera con TOSC inserito

B&B Alla Bon'ora

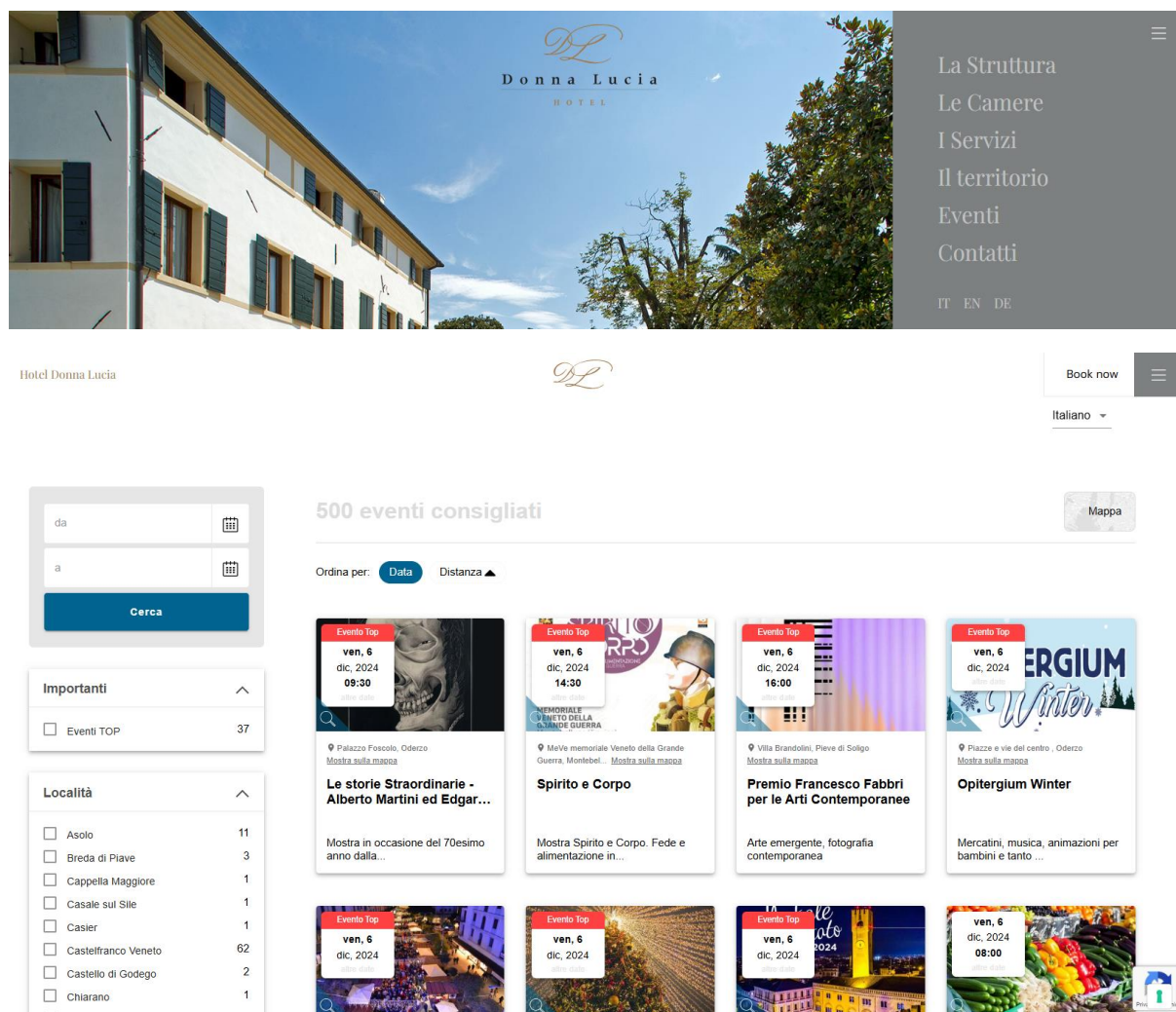


The screenshot displays the website for B&B Alla Bon'ora. The header features a green navigation bar with the following links: HOME, LA STRUTTURA, IL TERRITORIO, DOVE SIAMO, and CONTATTI. Below the navigation bar is a large banner image showing a yellow daffodil in the foreground and a red building in the background. The main content area is titled "501 eventi consigliati" and includes a search bar on the left with fields for "da" and "a", a "Cerca" button, and filters for "Importanti" (Events TOP) and "Località". The events are listed in a grid format, each with a date, time, and title. The events shown are:

- Le storie Straordinarie - Alberto Martini ed Edgard...** (Palazzo Foscolo, Oderzo) - gio, 5 dic, 2024, 09:30
- Spirito e Corpo** (MUSE memoriale Veneto della Grande Guerra, Montebelluna) - gio, 5 dic, 2024, 14:30
- Opitergium Winter** (Piazze e vie del centro, Oderzo) - gio, 5 dic, 2024
- La magia del Natale** (Centro città, Conegliano) - gio, 5 dic, 2024
- Le storie Straordinarie - Alberto Martini ed Edgard...** (Palazzo Foscolo, Oderzo) - gio, 5 dic, 2024
- Farmer Market** (Piazza del Mercato, Montebelluna) - gio, 5 dic, 2024, 07:00
- Opitergium Winter** (Piazze e vie del centro, Oderzo) - gio, 5 dic, 2024, 08:00
- La magia del Natale** (Centro città, Conegliano) - gio, 5 dic, 2024, 08:30

2. Esempio schermata web struttura alberghiera con TOSC inserito

Donna Lucia Hotel



The screenshot displays the Donna Lucia Hotel website. At the top, there's a header with the hotel's name and a navigation menu on the right: La Struttura, Le Camere, I Servizi, Il territorio, Eventi, Contatti, and IT EN DE. Below the header, there's a section titled "500 eventi consigliati" (500 recommended events). On the left, there are filters for "da" (from) and "a" (to) dates, a "Cerca" (Search) button, and a list of "Località" (Locations) with checkboxes and counts. The main content area shows a grid of event cards, each with a date, time, and title. The events include "Le storie Straordinarie - Alberto Martini ed Edgar...", "Spirito e Corpo", "Premio Francesco Fabbri per le Arti Contemporanee", "Opitergium Winter", and others. The bottom of the page features a row of logos for various organizations, including Veneto, Provincia di Treviso, Camera di Commercio Treviso-Belluno-Doimomi, Confagricoltura Treviso, Confartigianato, Confindustria Veneto Est, and others.

Azione 2: Attività di assistenza (Web Angels) alle imprese

Un nuovo servizio che l'OGD intende introdurre perché funzionale alla buona riuscita del progetto, soprattutto in virtù della sua naturale organizzazione in Marchi D'Area/IPA con identità molto precise, è quello relativo al ruolo dei cd. web angels. È infatti 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 cd. web angels dovranno fornire agli operatori locali allo scopo di presentare le specificità tecniche del progetto e supportarli per il collegamento al DMS. In tal senso l'OGD favorirà lo sviluppo turistico territoriale ponendo in stretta connessione l'offerta turistica territoriale con la domanda attuale e potenziale.

I web angels potranno essere 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.

L'OGD, intendendo coinvolgere vari studenti, ha avviato tavoli di lavoro con istituti scolastici di vari livelli formativi per individuare potenziali partecipanti al progetto, con un approccio che integri competenze teoriche e pratiche.

In particolare:

1. Progetto Pilota con l'IT Mazzotti di Treviso

L'Istituto Tecnico Turistico Mazzotti è stato coinvolto come primo partner scolastico, avviando un progetto pilota per promuovere un collegamento diretto tra scuola e mondo del lavoro. Nell'ambito dei Percorsi per le Competenze Trasversali e l'Orientamento (PCTO), gli studenti saranno di supporto per i Web Angels per la mappatura dello stato dell'arte delle strutture ricettive e per tutte le attività necessarie al raggiungimento degli obiettivi del progetto.

2. Coinvolgimento degli ITS locali

Gli ITS locali (ITS Turismo e ITS Marketing) sono stati coinvolti per individuare giovani con competenze tecniche operative. Questi studenti saranno formati per gestire le attività pratiche legate all'implementazione e alla manutenzione dei sistemi digitali, svolgendo un ruolo complementare ai Web Angels.

3. Collaborazione con l'Università Ca' Foscari

L'Università Ca' Foscari, attraverso la collaborazione con il professor Francesco Casarin, sta lavorando a progettualità mirate a coinvolgere studenti sia della triennale che della magistrale. L'obiettivo è introdurre figure con una visione strategica e capacità

analitiche avanzate, fondamentali per lo svolgimento delle attività in autonomia e per il rafforzamento delle competenze tecniche.

4. Supporto del Ciset

Il Ciset è stato interpellato per individuare una figura esperta, con competenze acquisite nei master offerti dall'ente, per coordinare i Web Angels. Questo ruolo sarà centrale per armonizzare le attività operative e garantire un supporto tecnico costante alle strutture coinvolte.

L'attività di coinvolgimento è iniziata a dicembre 2024 con la presentazione del progetto, in modalità online, e con l'obiettivo di selezionare 6-7 web angels.

A febbraio 2025, la FMT organizzerà i primi incontri, in collaborazione con la FBW e Feratel, per formare gli studenti che avranno aderito al progetto. Ai web angels verranno affidati i seguenti compiti specifici:

- Presentare il sistema DMS e le implicazioni positive di cui potranno beneficiare gli operatori che decideranno di sentirsi parte integrante del sistema e di impegnarsi nell'utilizzo e nella divulgazione dello stesso;
- Implementare un sistema di prenotazione esperienziale tramite il DMS regionale;
- Formazione personalizzata per i gestori delle strutture;
- Organizzare workshop e tavoli di lavoro digitali per migliorare la comprensione e l'utilizzo degli strumenti digitali.

L'attività dei web-angels per l'assistenza e il supporto alle strutture ricettive inizierà a marzo 2025 e terminerà a settembre 2026.

Azione 3: Elaborazione di una dashboard di business intelligence di destinazione

La FMT, si impegnerà con l'obiettivo di realizzare e mettere in funzione entro il 30 settembre 2026 una dashboard interattiva, ossia un osservatorio turistico, che aggrega e mostri i dati rilevanti.

L'osservatorio turistico trevigiano comprenderà le seguenti features:

Il cruscotto comprenderà le seguenti features:

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

- Sezione Predittività

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 OGD 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;
- Individuare strategie per attivare policies territoriali necessarie;
- 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 aggregherà 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 HomeAway.

L'utilizzo di questa piattaforma che verrà integrata nella dashboard consentirà alla OGD 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 (comprese le 10 città di provenienza principali) 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

All'interno del portale istituzionale visittreviso.it verranno create aree personalizzate e riservate, repository per la condivisione di dati con gli operatori locali e le amministrazioni pubbliche. Per comunicare l'andamento dei dati raccolti grazie agli strumenti di business intelligence si organizzeranno almeno n.2 workshop periodici all'anno, con gli operatori locali, per approfondire la conoscenza degli strumenti, formarli nella lettura dei dati, discutere sui dati raccolti, identificare tendenze e opportunità e coordinare le azioni future. In aggiunta, si valuterà l'utilizzo di newsletter per comunicazioni più frequenti ed immediate agli stakeholder interessati.

Azione 4: Aggiornamento e integrazione del sito www.visittreviso.it in termini di piena accessibilità

Per il raggiungimento di tale azione, FMT, si affiderà ad una società specializzata in service design e impegnata nella progettazione di prodotti digitali e servizi. In modo particolare, verranno realizzate le seguenti azioni:

- I. Analisi preliminare delle criticità;
- II. Correttivi e supporto all'implementazione;
- III. Definizione di una procedura di monitoraggio e ascolto;
- IV. Formazione dei redattori e sensibilizzazione attori sul territorio;
- V. Assistenza

In una prima fase, da settembre a ottobre 2024, sono state effettuate analisi approfondite del sito web visittreviso.it, comprendenti l'analisi tecnica dell'accessibilità, delle performance, delle API esterne, dei documenti scaricabili e del CMS, conducendo un test di accessibilità con utenti disabili e successivamente condividendo i risultati ottenuti.

La seconda azione, svolta da novembre 2024 a dicembre 2024, ha identificato e pianificato interventi correttivi per migliorare l'User Experience, l'User Interface e il contenuto di visittreviso.it, inclusi dettagli su accessibilità, contenuti, struttura e performance. FMT supporterà l'implementazione dei correttivi e la creazione di linee guida SEO per un sito accessibile. Infine, sono stati condotti test di usabilità con utenti disabili per validare le modifiche.

La terza azione, che sarà implementata da gennaio 2025 a marzo 2025, porterà alla creazione di documenti con istruzioni per l'utilizzo di strumenti di monitoraggio dell'accessibilità e delle performance, la procedura per test di accessibilità con utenti ipovedenti, e le indicazioni per l'implementazione di un sistema di feedback coerente con il CMS e il customer service. Inoltre,

saranno fornite indicazioni tecniche per redigere la dichiarazione di accessibilità in lingua italiana.

La quarta azione, relativa alla formazione dei redattori e alla sensibilizzazione degli attori sul territorio, sarà svolta da marzo 2025 a giugno 2025, e prevederà la preparazione di alcuni incontri di formazione, di massimo 40 ore, rivolti ai redattori di FMT sul tema dell'accessibilità. L'attività formativa riguarderà un'introduzione all'accessibilità e un training on-the-job per rendere i redattori di FMT autonomi nell'aggiornamento dei livelli di accessibilità progettata per il sito visittreviso.it.

Infine, l'ultima azione prevista da settembre 2025 a settembre 2026, includerà l'assistenza all'implementazione tecnologica descritta dalle azioni precedenti.

Azione 5: Aggiornamento e integrazione del sito www.visittreviso.it in termini di sicurezza e privacy

FMT si affiderà ad uno studio legale per l'azione di aggiornamento e integrazione del sito web visittreviso.it in termini di sicurezza e privacy. I servizi dello studio saranno suddivisi in 2 fasi di sviluppo corrispondenti al piano di rinnovo del sito in questione che si completerà in un secondo momento con la realizzazione di una vera e propria attività di e-commerce.

La prima fase comprenderà i servizi di seguito indicati.

A. Istruttoria

- Rilevazione e analisi per identificare i requisiti normativi applicabili tramite analisi del sito e compilazione di apposita check list.

B. Adeguamento sito – parte legale

- Stesura Privacy policy del sito conforme al Regolamento UE 2016/679 ("GDPR") e alla normativa nazionale di adeguamento.
- Stesura Cookie policy del sito secondo le Linee Guida del Garante [doc. web 9677876].
- Stesura testo banner cookie secondo le Linee Guida del Garante [doc. web 9677876].
- Assistenza sul collocamento dei documenti legali all'interno del sito e sulle spunte per i relativi consensi con predisposizione delle relative frasi di accettazione.
- Assistenza continuativa ed aggiornamento dei documenti fino alla operatività online sul sito e per i successivi 12 mesi.

C. Adeguamento sito – parte informatica

- Scansione e classificazione dei cookie e degli altri strumenti di tracciamento installati sul sito. Installazione diretta del banner cookie secondo le Linee Guida del Garante [doc. web 9677876].

- Installazione della piattaforma di consent management (CMP) per la gestione dei cookie.
- Inserimento diretto dei documenti di cui alla parte B sul sito.

La seconda fase, sarà attività al momento della decisione di FMT di attivare la commercializzazione delle experience tramite il sito, e comprenderà i seguenti servizi:

D. Aggiornamento e-commerce

- Predisposizione dei termini e condizioni contrattuali per la regolamentazione dei contratti di vendita effettuati tramite l'e-commerce.
- Aggiornamento documenti di cui alla prima fase del servizio per renderli conformi alle nuove attività.
- Revisione dei documenti di cui ai punti B, C e D in conformità ad aggiornamenti normativi, cambiamenti della natura giuridica del cliente o delle attività dallo stesso espletate a partire dalla operatività online sul sito e per i successivi ulteriori 12 mesi.
- Inserimento diretto dei documenti di cui alla parte D sul sito.

Inoltre, lo studio legale offrirà i seguenti servizi:

E. Documentazione privacy "Web Angels"

- Allo studio si chiederà di assistere la FMT nella predisposizione e adeguamento della documentazione relativa al trattamento dei dati personali per il personale coinvolto nelle attività relative al sito, con particolare riferimento ai "Web Angels".
- Al fine di tutelare il cliente e i Web Angels, tali documenti, all'esito di un'istruttoria sulle attività svolte, potrà comportare a titolo esemplificativo la predisposizione di documenti quali l'informativa per il trattamento dei dati personali ex art. 13 GDPR e la nomina dei Web Angels a soggetti autorizzati al trattamento dei dati da pubblicare sul sito.

F. Adeguamento trasparenza

- Allo studio verrà chiesto di offrire un servizio aggiuntivo per l'adeguamento della parte relativa agli obblighi di trasparenza e di pubblicazione da parte del cliente in considerazione della propria natura giuridica e delle attività espletate.

G. Cybersecurity

- Allo studio verrà chiesto, tramite i propri tecnici, di assistere FMT nella predisposizione e adeguamento delle strategie di cybersicurezza che impattano sul sito.

H. Traduzione documenti in inglese

- Allo studio verrà chiesto di fornire anche un servizio di realizzazione dei documenti legali predisposti nelle fasi B, C e D nella versione inglese.

Le attività dell'Azione 2 saranno svolte nel periodo marzo 2024 – marzo 2025.

Azione 6: Attività di assistenza e consulenza alle destinazioni per il modello di gestione dell'attività di promo-commercializzazione

L'implementazione di questa azione rappresenterà un punto di svolta per il superamento della frammentazione territoriale che ha contraddistinto il territorio dell'OGD negli ultimi anni. A tal fine, sarà determinante potenziare il ruolo di governance e di coordinamento che la FMT è pronta ad assumere.

Saranno individuate linee guida per gli operatori turistici al fine di allinearli al modello promo-commerciale più adeguato allo sviluppo turistico che l'OGD intende gradualmente attivare.

Per il raggiungimento di questo obiettivo, sarà fondamentale favorire il miglioramento della comunicazione interna tra gli operatori istituzionali e gli attori privati coinvolti nello sviluppo turistico del territorio.

FMT attiverà pertanto dei gruppi di lavoro tematici relativi a tre aspetti:

- Le esperienze;
- Gli eventi;
- I punti di interesse o attrattori.

I gruppi di lavoro saranno costituiti dai soggetti istituzionali e dagli operatori turistici locali relativi ai rispettivi ambiti. L'obiettivo principale sarà quindi quello di condividere i requisiti necessari per la creazione di esperienze turistiche tese a migliorare la qualità dell'offerta dell'OGD. Verrà così creata una sorta di catalogo digitale da promo-commercializzare attraverso la piattaforma DMS dedicata al turista e alle sue esigenze aggiornabile costantemente con nuove proposte.

L'azione 6 verrà realizzata nel periodo gennaio 2025 – settembre 2026.

4. 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 2: Attività di assistenza (Web Angels) alle imprese

Descrizione attività	Linee operative	Valore economico investimento stimato	Procedura	Periodo di implementazione
Selezione e formazione dei Web Angels	Selezione, formazione e attività dei "Web Angels" per perfezionare l'utilizzo del DMS da parte delle strutture ricettive con supporto continuativo e aggiornamenti	€15.000,00	Affidamento diretto ai sensi dall'art. 50, Comma 1, lettera b) del Dlgs. 36/2023	01/01/25 – 30/09/25
Creazione della documentazione privacy per i Web Angels	Creazione Documentazione privacy "Web Angels": rapportandosi questi con i dati sensibili sia delle strutture ricettive che della Destinazione si rende necessario approntare tale documentazione.	€ 500,00	Affidamento diretto ai sensi dall'art. 50, Comma 1, lettera b) del Dlgs. 36/2023	01/01/25 – 30/09/25
Totale Azione 2		€15.500,00		

AZIONE 3: Elaborazione di una dashboard di business intelligence di destinazione

Descrizione attività	Linee operative	Valore economico investimento stimato	Procedura	Periodo di implementazione
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 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	€ 14.213,00	Affidamento diretto ai sensi dall'art. 50, Comma 1, lettera b) del Dlgs. 36/2023	01/01/25 – 31/08/25
Impiego avanzato di processi di business analytics per il settore ricettivo (alberghiero ed extra alberghiero) e monitoraggio della percezione e reputazione online 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	€ 84.670,70	Affidamento diretto ai sensi dall'art. 50, Comma 1, lettera b) del Dlgs. 36/2023	01/09/25 – 31/12/25
Organizzazione di incontri periodici con operatori turistici stakeholder e soggetti istituzionali	Organizzazione di incontri periodici per approfondire la conoscenza degli strumenti, formare gli stakeholder nella lettura dei dati, discutere sui dati raccolti, identificare tendenze e opportunità e coordinare le azioni future di promo-commercializzazione	€ 6.000,00	Affidamento diretto ai sensi dall'art. 50, Comma 1,	01/09/24 – 30/09/26

			lettera b) del Dlgs. 36/2023	
	Totale Azione 3	€ 104.883,70		

AZIONE 4: Aggiornamento e integrazione del sito in termini di piena accessibilità

Descrizione attività	Linee operative	Valore economico investimento stimato	Procedura	Periodo di implementazione
Integrazione funzionalità del sito web visittreviso.it 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 con l'obiettivo di migliorare il livello di accuratezza e completezza delle informazioni in materia di accessibilità da caricare online, sul sito istituzionale.	€38.064,00	Affidamento diretto ai sensi dall'art. 50, Comma 1, lettera b) del Dlgs. 36/2023	01/09/24 – 30/09/26
	Totale Azione 4	€38.064,00		

AZIONE 5: Aggiornamento e integrazione del sito in termini di sicurezza e privacy

Descrizione attività	Linee operative	Valore economico investimento stimato	Procedura	Periodo di implementazione
----------------------	-----------------	---------------------------------------	-----------	----------------------------

Aggiornamento del sito web visittreviso.it in termini di sicurezza e privacy	Implementazione del sito di destinazione alle normative sulla privacy, alla cookie policy, alla trasparenza, alla cybersecurity, alla regolamentazione dei rapporti e a fornire il materiale almeno in lingua inglese	€ 1.700,00	Affidamento diretto ai sensi dall'art. 50, Comma 1, lettera b) del Dlgs. 36/2023	01/09/24 – 31/03/25
Totale Azione 5		€ 1.700,00		

AZIONE 6: Attività di assistenza e consulenza alle destinazioni per il modello di gestione dell'attività di promo-commercializzazione

Descrizione attività	Linee operative	Valore economico investimento stimato	Procedura	Periodo di implementazione
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	€ 79.300,00	Affidamento diretto ai sensi dall'art. 50, Comma 1, lettera b) del Dlgs. 36/2023	01/09/24 – 30/09/26
Totale Azione 6		€ 79.300,00		

5. Cronoprogramma

AZIONI	set-24	ott-24	nov-24	dic-24	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	set-26
1. Promozione e integrazione del DMS regionale nelle strutture ricettive del territorio trevigiano																									
1.1 Installazione dei Moduli DMS																									
2. Attività di assistenza (Web Angels) alle imprese																									
2.1 Selezione e formazione dei web angels																									
2.2 Assistenza alle imprese																									
3. Elaborazione di una dashboard di business intelligence di destinazione																									
3.1 Realizzazione, implementazione della dashboard di raccolta e analisi dei dati e integrazione dei principali dataset																									
3.2 Unificazione, gestione e analisi continua dei dati (alberghiero, extra alberghiero, percezione e reputazione online della destinazione)																									
3.3 Workshop continuativi con stakeholder locali																									
4. Aggiornamento e integrazione del sito in termini di piena accessibilità																									
4.1 Analisi preliminare delle criticità																									

Conclusioni

La precisa volontà dell'OGD di fare rientrare il Piano Esecutivo relativo al Bando STD all'interno del Piano Strategico Triennale è scaturita 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 dell'OGD, il suo posizionamento strategico, lo sviluppo digitale degli operatori e la relativa competitività in ambito nazionale ed internazionale.

Nell'elaborazione di questo piano sono stati evidenziati gli aspetti strategici che l'esecutività del bando regionale offre all'OGD in termini di valore aggiunto. Ci si riferisce 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 dovrà sempre di più supportare le decisioni dell'OGD per comprendere meglio i profili e i comportamenti dei turisti.

Inoltre, è proprio attraverso un utilizzo più diffuso e capillare del DMS che l'OGD intenderà potenziare il network territoriale e le relazioni con e tra gli operatori. In buona sostanza, ancora prima di costituire un aggregatore di informazioni e contenuti, ecco che il DMS nell'ottica dell'OGD favorirà il sistema di relazioni che dovrà permettere di fare sentire gli operatori protagonisti e rete attiva della marca trevigiana.

Il contributo di Feratel per le competenze tecniche funzionali alla diffusione del DMS e di FBW per il coordinamento strategico sono risultati determinanti per il successo della FASE 1 del progetto, garantendo un'operatività efficace ed efficiente indispensabile per trasformare il territorio in una Smart Tourism Destination.

Grazie a queste consulenze specialistiche, l'OGD attraverso il suo soggetto gestore/attuatore FMT ha potuto affrontare con successo le criticità emerse, gettando solide basi per la realizzazione delle attività previste nella FASE 2.