

Allegato A)

DIPARTIMENTO TURISMO, ECONOMIA DELLA CULTURA E VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO SEZIONE TURISMO E INTERNAZIONALIZZAZIONE

Fondo Unico Nazionale per il Turismo (FUNT) parte capitale, istituito dall'art. 1, comma 368, della legge 30 dicembre 2021, n. 234, Atto di programmazione (D.M. 7618 del 14/06/2022) e Disposizioni applicative (D.M. 3462 del 09/03/2022 – D.M. 8426 del 01/07/2022).

TITOLO DELL'INTERVENTO:

*“Data Science e Digital Twins - focus Slow Tourism -
per una crescita sostenibile del turismo in Emilia-Romagna”*

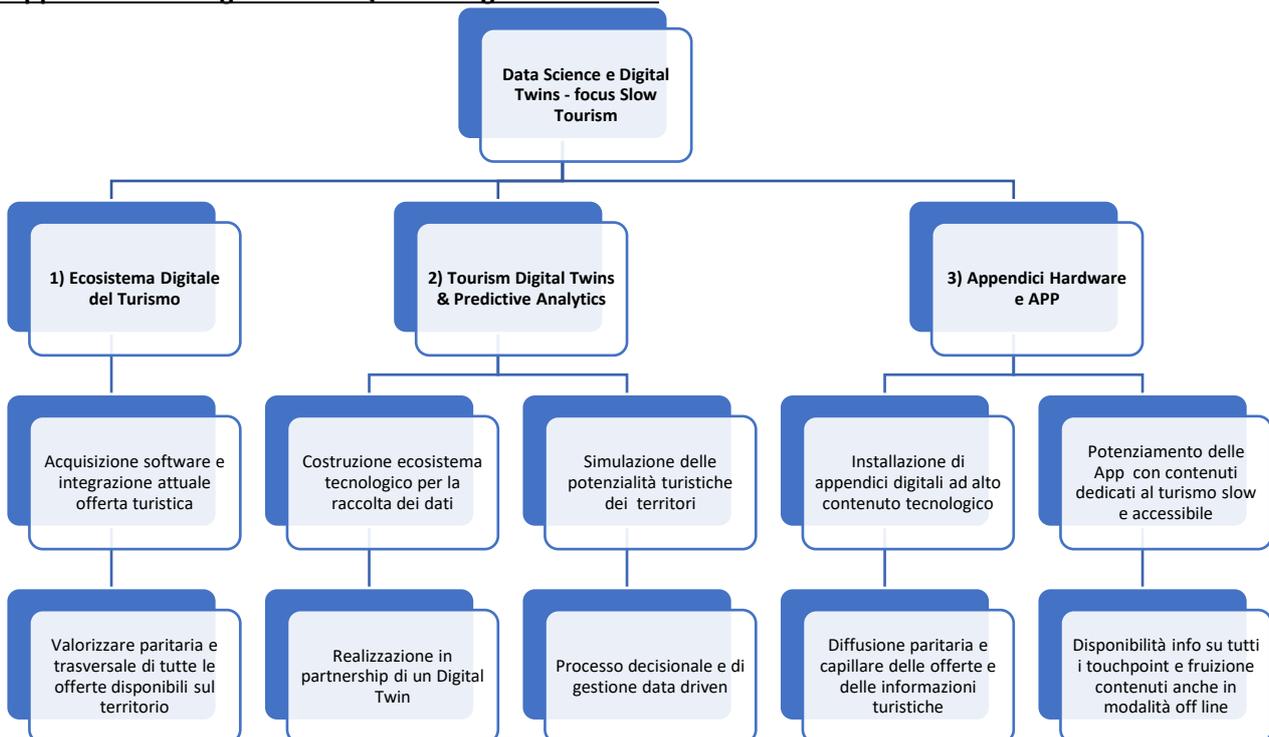
1	Denominazione Progetto	Data Science e Digital Twins - focus Slow Tourism - per una crescita sostenibile del turismo in Emilia-Romagna
2	Soggetto beneficiario	Regione Emilia Romagna
3	CUP assegnato	E46G22000260003
4	Costo e copertura finanziaria	€ 2.000.000,00 (costo complessivo del progetto), di cui: € 1.000.000,00 (cofinanziamento Regione Emilia Romagna) € 1.000.000,00 (finanziamento FUNT)
5	Descrizione progetto	<p>Progetto di evoluzione in chiave 4.0 dell'ecosistema digitale dell'Emilia-Romagna attraverso l'introduzione di un software DMS (Destination Management System) e hardware installati sul territorio. La piattaforma avrà un'architettura di Hub Digitale regionale e Hot Spot territoriali (21 redazioni regionali, tre Destinazioni Turistiche, Uffici IAT Reservation e Destination Management Company) e sarà improntata alla completa interoperabilità verso il TDH (Tourism Digital Hub) nazionale.</p> <p>Il nuovo DMS sarà affiancato allo sviluppo di un data center, che virtualizzerà il sistema turistico dell'Emilia-Romagna (applicazione della tecnologia Digital Twin) agevolando così i processi decisionali data driven, volti a valorizzare il turismo sostenibile e le attività economiche connesse.</p> <p>I focus del progetto saranno i prodotti dello Slow Tourism regionale collegati agli itinerari naturalistici, i borghi storici, i cammini della fede e le ciclovie, che salvaguardano e valorizzano l'economia e l'unicità dei territoriali e permettono di calmierare gli effetti nocivi dell'overtourism.</p>
6	Strategia	Favorire una migliore ed efficiente gestione, normalizzazione e visibilità delle offerte e delle informazioni turistiche della Destinazione Emilia Romagna correlata a una messa a valore degli attori istituzionali e degli operatori turistici del territorio. La scelta tecnologica è di implementare un ecosistema che possa interagire con differenti soluzioni software e che accenti in un unico ambiente le funzionalità integrate e controllabili da un unico cruscotto di controllo e

		<p>amministrazione che consentirà di sviluppare ed ottimizzare le azioni di marketing e comunicazione turistica.</p> <p>L' Ecosistema Turistico 4.0 è da intendersi innanzitutto con un unico applicativo che svolga funzioni di raccolta, archiviazione, aggregazione, organizzazione ed epicentro di distribuzione delle informazioni presso le appendici fisiche della DMO Regionale, a livello di portali web, di appendici fisiche (totem e videowall) e App Mobile per quanto concerne le risorse turistiche, i punti di interesse, gli eventi e le manifestazioni, i percorsi turistici (Itinerari, Sentieri Escursionistici, Cammini della Fede e Ciclovie), i servizi di alloggio alberghiero ed extralberghiero, i servizi complementari, le esperienze, le visite guidate, le attività gratuite o a pagamento, i pacchetti turistici, le offerte promozionali, altri servizi necessari al turista prima, durante e dopo la sua vacanza. L'intero ecosistema potrà evolversi costantemente attraverso l'utilizzo dei Big Data e l'opportunità di sviluppare nuovi modelli di crescita turistica sostenibile attraverso l'utilizzo di modelli predittivi.</p>
7	Localizzazione intervento	Emilia-Romagna
8	Linee d'intervento	<p>Linea 1.</p> <p>Acquisizione software e creazione di un Ecosistema Turistico che metta in rete tutte le informazioni, le esperienze e le offerte del territorio dedicate allo Slow Tourism. Revisione dell'attuale work flow con gli stackholder regionali (pubblici e privati) al fine di ottimizzare i processi con i nuovi applicativi informatici.</p> <p>Linea 2.</p> <p>Costruzione di un Data Center per raccogliere tutti i dati utili alla strutturazione di un Digital Twin che sia in grado di simulare le potenzialità turistiche future dei prodotti Slow. Il Digital Twin accoglierà tutti i dati presenti nell'ecosistema dell'Emilia-Romagna e sarà implementato da un pool esterno di dati provenienti da molteplici fonti (es. anche portali di prenotazione e piattaforme turistiche). Questo renderà il modello virtualizzato dell'Ecosistema Turistico 4.0 altamente attendibile e ottimizzato per lo studio di scenari previsionali. L'individuazione di algoritmi predittivi applicati al Data Center consentirà così alla Regione di orientare ed ottimizzare le politiche ed i piani operativi di marketing turistico.</p> <p>Linea 3.</p> <p>Installazione di dispositivi digitali ad alto contenuto tecnologico in specifici luoghi del territorio regionale vocati alla promozione dello Slow Tourism. Aggiornamento e potenziamento delle App turistiche già presenti con contenuti specificatamente dedicati al turismo slow e al turismo accessibile. Armonizzazione e consolidamento delle diverse fasi del Marketing Funnel del turista.</p>
9	Target	Consumatore finale con un'attenzione ai nuovi consumatori turistici emersi nel periodo pandemico. Si tratta di un target estremamente eterogeneo e diversificato per classi di età, stili di vita, motivazione di viaggio ed esperienza

		<p>ricercata, accomunati dall'uso del digitale e del mobile per informarsi, decidere ed acquistare le proprie vacanze. Sono turisti indipendenti (DIY), frequent traveller ed anche repeater.</p> <p>Generazione X (1965-1980): famiglie con figli ancora dipendenti (nidi pieni) e/o mono parentali e/o allargate; coppie senza figli (DINK - double income no kids); gruppi di amici (single). Sono consumatori influenti, è la generazione che per prima ha adottato la tecnologia digitale, possono essere raggiunti sia con media tradizionali che online; sono pragmatici, attenti a valore, qualità, funzionalità come pure convenienza, risparmio di tempo, benefici per la società e l'ambiente.</p> <p>Millennials (1981- 1996): il target del presente, la generazione della filosofia di vita in cui conta l'esperienza, non il prodotto, che ama condividere e ha un forte senso di community; sono single che viaggiano in piccoli gruppi di amici ma anche famiglie con bambini dipendenti; sono accomunati da un nuovo modo di viaggiare, sono attenti all'aspetto social del viaggio, non amano il rischio, verificano tramite i loro network e fonti attendibili prima di comprare; prima generazione a trovarsi ad avere a che fare con il mondo digitale, avendo un ruolo attivo grazie all'utilizzo dello smartphone.</p> <p>Generazione Z (1997-2012): i giovani da conquistare. Si tratta della prima generazione ad essersi sviluppata potendo godere dell'accesso ad internet sin dall'infanzia. I suoi membri sono considerati avvezzi all'uso della tecnologia e dei social media. Sono i nativi digitali. Difficile costringerli dentro etichette o definizioni asfittiche, sono complessi, sfuggenti e anagraficamente ancora in divenire. Gli Z sono cittadini e consumatori più attenti, consapevoli ed esigenti dei loro genitori. Costretti a muoversi tra miriadi di merci tra loro identiche e in un costante overflow informativo, scelgono solo quello in cui credono, che ne rispecchi i valori e li renda persone migliori. È la fame di esperienza, la possibilità di arricchimento e di affermazione che ne deriva, a contare davvero. E questo vale soprattutto quando viaggiano. Viaggiare è per la Gen Z la priorità assoluta per quanto riguarda l'intenzione di spesa, più importante persino di risparmiare per l'acquisto della prima casa. «lo viaggio non per andare da qualche parte, ma per andare. Le diverse tipologie di viaggio predilette dalla Generazione Z vanno dalla vacanza green, incentrata su sostenibilità e rispetto dell'ambiente, a quella formativa, scoprire luoghi e città con gli occhi dell'esploratore, non del turista, dall'affordable luxury, dove il lusso è un ostello con il bagno in camera e il Wi-Fi, allo spring break.</p>
10	<p>Coerenza con requisiti FUNT</p>	<p>Le attività programmate sono coerenti con finalità e obiettivi de:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Le risorse del Fondo di conto capitale di cui all'articolo 1, comma 368, della legge 30 dicembre 2021, n. 234, -L'Atto di programmazione anno 2022 - Fondo Unico Nazionale del Turismo in Conto Capitale - Prot. 7618 del 14/06/2022.

		<p>Nello specifico il progetto “Data Science e Digital Twins - focus Slow Tourism - per una crescita sostenibile del turismo in Emilia-Romagna” ha coerenza con i requisiti del FUNT, in quanto consente:</p> <p>1) lo sviluppo di strategie di turismo sostenibile coerenti con i più generali obiettivi del Green Deal, incontra l’interesse dei turisti nazionali ed internazionali che cercano una vacanza che consente loro di vivere esperienze uniche e rispettano il territorio in tutte le sue espressioni (offerta green, sostenibile slow della destinazione globale Emilia-Romagna)</p> <p>2) la valorizzazione dell’offerta turistica della Regione Emilia Romagna con impronta ecologica, promuove itinerari, percorsi e cammini di particolare interesse turistico, storico e culturale, e favorisce lo sviluppo di un’offerta turistica orientata da comportamenti sostenibili sotto il profilo ambientale, il turismo all’aria aperta e la vacanza attiva e favorisce la ripresa economica diffusa in particolare nelle aree a rischio spopolamento dell’appennino emiliano-romagnolo.</p> <p>3) di implementare investimenti immateriali ad alto contenuto tecnologico per favorire l’informazione turistica e commercializzazione delle esperienze green, slow e active della Regione in Emilia-Romagna.</p>
11	Soggetto attuatore	APT Servizi S.r.l.
12	Responsabile del procedimento	Rita Boselli

Rappresentazione grafica del Quadro Logico interventi



Cronoprogramma:

FASI/TEMPI			2022				2023				2024			
	DATA INIZIO	DATA FINE	I Trim	II Trim	III Trim	IV Trim	I Trim	II Trim	III Trim	IV Trim	I Trim	II Trim	III Trim	IV Trim
Progettazione	11.22	06.23				x	x	x						
Esecuzione	12.22	02.24				x	x	x	x	x	x			
Chiusura	03.24	04.24									x	x		
Rendicontazione	05.24	08.24										x	x	

Piano finanziario complessivo espresso in euro

LINEE DI INTERVENTO	TOTALE
Linea di intervento 1	€ 600.000,00
Linea di intervento 2	€ 1.000.000,00
Linea di intervento 3	€ 400.000,00
TOTALE	€ 2.000.000,00