

ALLEGATO B)

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).

SCHEDA PROGETTO (FATTIBILITA' ECONOMICO-FINANZIARIA)

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	<p>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 accentri in un unico ambiente le funzionalità integrate e controllabili da un unico cruscotto di controllo e 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	Analisi del Contesto	<p>Nonostante il periodo pandemico i dati del 2021 pongono la Regione Emilia-Romagna tra i primi posti come regione turistica d'Italia e tra le più rilevanti a livello europeo sia in termini di presenze che di spesa turistica, con un tessuto imprenditoriale diffuso in modo capillare su tutto il territorio e un'offerta che spazia dal balneare alle città d'arte, dall'appennino ai cammini religiosi, dalle terme ai parchi naturali, da settore congressuale ai nuovi cluster di prodotto turistico della Motor Valley, Food Valley, Wellness Valley e Sport Valley.</p> <p>Oggi però i profondi cambiamenti che hanno caratterizzato il mercato turistico – l'avvento della sharing economy, delle OTA e del social commerce e da ultimo la pandemia COVID19 e il conflitto tra Russia e Ucraina – hanno reso in alcuni casi inadeguati gli strumenti per la gestione dell'offerta turistica e della sua attività di promo commercializzazione. Alcuni prodotti turistici classici hanno visto un depotenziamento in favore di una generale crescita verso proposte storico-naturalistiche ed esperienziali di tipo Slow come i percorsi cicloturistici, naturalistici e i cammini della fede.</p> <p>Il mantenimento delle posizioni di successo della Destinazione Turistica è legato alla capacità di adattarsi al cambiamento dei principali fattori che determinano l'andamento del settore a livello globale. In Emilia-Romagna lo strumento di governance delle politiche turistiche generali è la Legge sul Turismo, la L.R. n. 4/2016 "Ordinamento turistico regionale - Sistema organizzativo e politiche di sostegno alla valorizzazione e promo-commercializzazione turistica" e le successive modifiche e delibere attuative, con le quali si istituisce un rapporto virtuoso tra pubblico e privato nella promo-commercializzazione del territorio.</p>

		<p>Le funzioni espresse dagli attori istituzionali e privati nella comunicazione e promo commercializzazione dell’offerta turistica sono parti fondamentali che costituiscono nel loro insieme il Sistema Turistico Regionale, normate dalla LR 4/2016, e dovranno essere tecnologicamente garantite dal nuovo Ecosistema Turistico Digitale 4.0.</p> <p>Questo dovrà permettere l’interoperabilità e l’interscambio di informazioni tra gli applicativi in uso agli enti e le organizzazioni degli attori coinvolti, al fine di pervenire ad una uniformità sul piano della visibilità, della fruizione delle singole strutture ricettive, e dei diversi operatori/produttori di servizi dell’offerta complessiva, delle risorse turistiche e della gamma di prodotti turistici, promuovendo gli eventi e le attività di booking di servizi, pacchetti turistici e servizi turistici collegati da parte di utenti clienti e consumatori. Ne consegue che per il funzionamento ottimale, il sistema richiede il più ampio coinvolgimento di tutti i soggetti pubblici e privati aderenti al Sistema Turistico regionale.</p> <p>L’Ecosistema si pone quindi come strumento privilegiato per il supporto integrato dell’organizzazione turistica regionale e della sua evoluzione futura garantendo nel contempo le libere scelte dei singoli operatori e attori istituzionali, sia in funzione delle dinamiche turistiche che di una migliore omogeneità e interoperabilità dell’intero comparto. Inoltre, in quanto piattaforma tecnologica nella disposizione della Regione Emilia-Romagna, l’Ecosistema si pone come punto di accesso per l’analisi dei dati e dell’offerta regionale nel suo complesso che, anche tramite pool esterno di dati provenienti da molteplici fonti, sia in grado di orientare processi decisionali data driven, volti a valorizzare il turismo sostenibile e le attività commerciali connesse.</p> <p>Il Digital Twins con focus sullo Slow Tourism nascerà nel contesto della Data Valley dell’Emilia Romagna nell’Area del Tecnopolo di Bologna, dove le capacità di calcolo e di Data Center offerte dal Cineca di Bologna sarà affiancata dall’expertise del CAST - Centro di Studi Avanzati sul Turismo dell’Università di Bologna, che vede il coinvolgimento dei dipartimenti di economia, statistica, sociologia, storia, geografia e management turistico.</p>
8	Localizzazione intervento	Emilia-Romagna
9	Linee d’intervento	<p>Linea 1. 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. 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</p>

		<p>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. Installazione di dispositivi digitali ad alto contenuto tecnologico in specifici luoghi del territorio regionale rappresentativi 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>
10	Obiettivi Linee d'intervento	<p>Linea 1. Implementazione software, aggregazione, pubblicazione e valorizzazione di informazioni e offerte turistiche legate ai prodotti focus del progetto. Semplificare la scoperta, pianificazione, prenotazione di esperienze e accommodations in località ad alto potenziale di turismo slow, rendendo l'esperienza pre-viaggio fluida, snella e concorrenziale ai colossi di prenotazione online mondiali (OTAs).</p> <p>Linea 2. La ricostruzione virtuale dell'Ecosistema Turistico regionale, attraverso l'integrazione dei dati provenienti da fonti interne ed esterne, abbinato alla capacità di individuare algoritmi e correlazioni intersettoriali consentirà una crescita nella capacità decisionale a livello istituzionale e privato. Le analisi riguarderanno l'impatto del turismo nei territori e la simulazione delle potenzialità future di territori, sia in termini turistici che di resilienza ai grandi flussi. In questo l'ambito si procederà anche ad una armonizzazione e consolidamento delle diverse fasi del Marketing Funnel del turista, stimolando la consapevolezza della destinazione, la possibilità di prenotazione dell'esperienza o accommodations, così come la fidelizzazione e "attività di advocacy".</p> <p>Linea 3. Appendici Hardware e APP: Migliorare la diffusione online e offline delle informazioni ed esperienze turistiche attraverso l'installazione di info desk digitali (es. anche videowall) interconnessi all'ecosistema digitale regionale nei principali punti di accesso del turismo sostenibile. Aggiornamento e potenziamento dell'attuale APP mobile della Regione Emilia-Romagna verso una migliore integrazione delle offerte relative allo slow tourism e al turismo accessibile e naturalistico in modo che questi siano raggiungibili in ogni punto del territorio</p>

		regionale anche se non provvisto, o scarsamente provvisto, di copertura di rete wi-fi.
11	Risultati attesi Linee d'intervento	<p>Linea 1.</p> <p>Normalizzazione, integrazione, promozione e diffusione delle informazioni e offerte turistiche del territorio emiliano-romagnolo sui prodotti dello Slow Tourism.</p> <p>Linea 2.</p> <p>Raccolta di tutti i dati utili alla strutturazione di un Digital Twin sia provenienti dall'Ecosistema che da pool esterni, sviluppo di analisi riguardo l'impatto del turismo nei territori e simulazione delle potenzialità future di territori sulla base del quale aggiornare il processo decisionale dell'istituzione pubblica in termini di:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ottimizzazione della governance turistica; - Sviluppo di prodotti Slow Tourism evoluti ; - Sviluppo di nuovi indicatori di risultato che consentano una rapida valutazione degli investimenti turistici correlati a specifiche azioni o nel suo complesso; - Strutturazione di servizi di mobilità sostenibile - Migliore capacità attrattiva dei territori, delle offerte e dei servizi da parte dei soggetti privati operanti nel campo turistico. <p>Linea 3.</p> <p>Installazione di appendici tecnologiche in punti specifici del territorio emiliano-romagnolo e loro alimentazione tramite i contenuti e le offerte-promo commerciali aggregate dall'Ecosistema Turistico.</p>
12	Target	<p>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 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</p>

		<p>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>
13	<p>Coerenza con requisiti FUNT</p>	<p>Le attività programmate sono coerenti con finalità e obiettivi de:</p> <p>-Le risorse del Fondo di conto capitale di cui all'articolo 1, comma 368, della legge 30 dicembre 2021, n. 234,</p> <p>-L'Atto di programmazione anno 2022 - Fondo Unico Nazionale del Turismo in Conto Capitale - Prot. 7618 del 14/06/2022 ,</p> <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> <ol style="list-style-type: none"> 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) 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

Piano finanziario complessivo espresso in euro

LINEE DI INTERVENTO	Ministero FUNT	Regione Emilia-Romagna	Altro	TOTALE
Linea di intervento 1	€ 300.000,00	€ 300.000,00		€ 600.000,00
Linea di intervento 2	€ 500.000,00	€ 700.000,00		€ 1.200.000,00
Linea di intervento 3	€ 200.000,00			€ 200.000,00
TOTALE	€ 1.000.000,00	€ 1.000.000,00		€ 2.000.000,00

Piano finanziario analitico annuale espresso in euro

	Ministero FUNT	Regione Emilia-Romagna	Altro	TOTALE ANNO 2022
ANNO 2022				
Linea di intervento 1		€ 300.000,00		
Linea di intervento 2		€ 700.000,00		
Linea di intervento 3				
TOTALE		€ 1.000.000,00		€ 1.000.000,00

	Ministero FUNT	Regione Emilia-Romagna	Altro	TOTALE ANNO 2023
ANNO 2023				
Linea di intervento 1	€ 300.000,00			€ 300.000,00
Linea di intervento 2	€ 500.000,00			€ 500.000,00
Linea di intervento 3				
TOTALE	€ 800.000,00			€ 800.000,00

	Ministero FUNT	Regione Emilia- Romagna	Altro	TOTALE ANNO 2024
ANNO 2024				
Linea di intervento 1				
Linea di intervento 2				
Linea di intervento 3	€ 200.000,00			
TOTALE	€ 200.000,00			€ 200.000,00