



Ministro
per l'Innovazione
e le Tecnologie

SCEGLI ITALIA STUDIO DI FATTIBILITA'

(SINTESI)

Un grande progetto di collaborazione fra il Governo, le Regioni, gli Enti Locali, gli Affari Regionali ed altri operatori istituzionali del settore (ENIT), tutti gli attori del mondo del Turismo, della Cultura, dell'Ambiente, delle produzioni Agro Alimentari e del Made in Italy finalizzato al rilancio internazionale del nostro Paese

Executive Summary

Il presente documento contiene le linee guida per l'attuazione del progetto Scegli Italia, un grande programma organico e coordinato d'interventi condotti in collaborazione fra il Governo, le Regioni, gli Enti Locali ed operatori istituzionali del settore e rivolto agli attori del mondo del Turismo, della Cultura, dell'Ambiente, delle produzioni Agro Alimentari e del Made in Italy per fornire un rilevante contributo allo sviluppo dell'economia del Paese attraverso l'incremento dei flussi turistici nazionali ed internazionali anche mediante l'uso di tecnologie digitali avanzate.

INQUADRAMENTO

Il turismo è un settore chiave per l'Italia dal momento che esso arriva complessivamente a rappresentare circa il 12% del PIL. Nel 2003 il settore del turismo generato circa 152 Miliardi di Euro di PIL assorbendo forza lavoro per circa 2,7 milioni di unità.

L'Italia ha un grande potenziale di valorizzazione delle risorse turistiche non pienamente sfruttato. Con un patrimonio d'interesse turistico senza pari al mondo che comprende il più alto numero di siti iscritti nella lista del Patrimonio Mondiale dell'UNESCO ed innumerevoli tesori di rilevanza assoluta, il settore italiano del turismo non esprime tutte le sue effettive potenzialità. Lo dimostra il fatto che un Paese concorrente con caratteristiche analoghe quale la Francia genera attraverso il turismo oltre 190 miliardi di Euro PIL, un valore di quasi il 30% superiore a quello italiano.

L'Italia, che fino agli anni settanta era il primo Paese al mondo per numero di arrivi di visitatori stranieri, è gradualmente scivolata alla quarta posizione e, in un contesto mondiale di forte crescita dei flussi turistici, continua a perdere terreno rispetto ai Paesi concorrenti e ad evidenziare un andamento negativo in termini di spesa media giornaliera e di arrivi dall'estero.

Il progetto Scegli Italia come risposta per recuperare competitività nel settore turistico

Il progetto Scegli Italia si propone di contribuire al rilancio del settore turistico attraverso un programma di ampio respiro che prevede diversi tipi di interventi che includono azioni di promozione e valorizzazione, coordinamento tra Enti Pubblici e operatori del settore, miglioramento delle infrastrutture esistenti, valorizzazione di contenuti e tematiche di interesse.

All'interno del programma di rilancio del settore, lo sviluppo di una piattaforma digitale interattiva per il turismo riveste un ruolo fondamentale. Tale piattaforma nasce con lo scopo di utilizzare le nuove tecnologie digitali per rimuovere alcune delle principali barriere al pieno sfruttamento delle potenzialità turistiche del Paese. Tra tali barriere va sottolineata soprattutto la limitata visibilità e accessibilità dal momento che oltre il 90% degli esercizi non sono ancora inseriti in circuiti o piattaforme di distribuzione per la valorizzazione dell'offerta.

In particolare la piattaforma dovrà:

- contribuire al rafforzamento del Brand Italia comunicando l'enorme ricchezza di attrazioni e rafforzando l'efficacia della comunicazione verso i potenziali visitatori di tutto il mondo
- valorizzare l'offerta turistica italiana permettendo ai potenziali visitatori o agli intermediari turistici di accedere con facilità alla variegata gamma di offerta con l'opportunità di creazione di percorsi e soluzioni personalizzate
- favorire lo sviluppo di un sistema di formazione, qualificazione e miglioramento qualitativo dei servizi erogati ai diversi livelli dagli operatori della filiera turistica

Il lancio della piattaforma mira a determinare un aumento di presenze nelle strutture ricettive per effetto diretto sugli utilizzatori della piattaforma, che saranno incentivati verso la scelta di offerte turistiche italiane. A tale effetto diretto si aggiungeranno gli effetti indotti, dovuti, tra l'altro, allo stimolo alla riqualificazione dell'offerta e al rilancio in termini di brand e di immagine.

Considerando la totalità del programma di interventi a sostegno del settore turistico in Italia, di cui la piattaforma rappresenta una prima fase, il recupero di competitività turistica complessiva si pone l'obiettivo, nell'arco di cinque anni, di produrre una crescita media annua del PIL turistico dell'ordine del 2,5%. In questo modo si arriverebbe a dimezzare il gap attuale fra il PIL del settore turismo in Italia e quello di un Paese confrontabile, come la Francia.

Requisiti di alto livello della piattaforma digitale

Si sono recentemente diffuse su internet numerose iniziative relative alla creazione di portali informativi di stampo turistico, ma le esperienze internazionali di chiaro successo evidenziano l'importanza di realizzare piattaforme digitali interattive con ampia ricchezza dell'offerta di contenuti, tali da affermarsi quale riferimento per i potenziali turisti. La presente iniziativa nasce ispirandosi agli esempi di maggior successo e propone una piattaforma integrata caratterizzata, oltre che dalla ricchezza di contenuti informativi, dalla presenza di numerose funzionalità aggiuntive ed interattive, tra cui quelle di prenotazione on line (booking, acquisto biglietti e servizi), creazione di percorsi personalizzati, mappe interattive, newsletter, servizi di community.

La piattaforma Scegli Italia sarà, quindi, un canale interattivo di promozione e di distribuzione dell'offerta turistica, culturale ambientale ed agroalimentare italiana caratterizzato da:

- un approccio in logica *destination marketing*
- la creazione di un'esperienza di navigazione (*customer experience*) "su misura" per i diversi segmenti di utenza.
- una modalità di interazione multi-lingua con personalizzazione della navigazione sulla base dell'origine e della cultura del visitatore
- una mappatura digitale interattiva dei contenuti con possibilità di formulazione di itinerari dinamici personalizzati
- un'efficace interazione con il patrimonio di contenuti digitali realizzato e proposto dalle Amministrazioni Centrali e Locali

Tenuto conto dell'interesse turistico che il Paese riscuote, del suo ulteriore potenziale di attrazione e sulla scorta dei risultati conseguiti da portali esteri di livello confrontabile, si può stimare un obiettivo di 40 milioni di visitatori annui (accessi unici al sistema) entro il 2010.

MODELLO DI BUSINESS

La piattaforma digitale interattiva per il turismo è prima di tutto un'infrastruttura posta al servizio del sistema turistico nazionale e, quindi, l'effettivo impatto dell'iniziativa dovrà essere collegato al contributo allo sviluppo economico che essa è in grado di produrre per il Paese. D'altronde, a garanzia del perseguimento di logiche di efficienza e di orientamento verso risultati misurabili, il progetto è stato

concepito con un chiaro orientamento all'equilibrio economico e alla complessiva sostenibilità operativa dell'iniziativa stessa dopo la prima fase di avvio.

Linee di business

Le tre principali fonti di risorse per l'autostentamento della piattaforma sono:

- **Advertising & Marketing:** gestione dell'advertising on line, gestione dei contenuti e marketing turistico
- **Servizi a valore aggiunto:** adeguamento siti, integrazione operatori, formazione, studi di settore,...
- **Prenotazione (*Booking*):** gestione dei rapporti commerciali con gli intermediatori dell'offerta turistica e con strutture ricettive minori, gestione dei rapporti commerciali con operatori privati (autonoleggi, compagnie aeree, ...), gestione dei rapporti commerciali con strutture di interesse turistico (musei, teatri, ...). La piattaforma potrà fornire sia una forma di *intermediazione indiretta* offrendo al turista un servizio di aggregazione, confronto dell'offerta turistica e possibilità di accedere all'offerta di intermediari privati già presenti sul mercato, sia un'eventuale *intermediazione diretta* verso quelle strutture minori che non rientrano nel bacino di offerta degli intermediari privati.

È previsto che anche le amministrazioni pubbliche garantiscano al progetto un limitato contributo economico in misura correlata al beneficio apportato a loro dalla piattaforma in termini di supporto al marketing turistico territoriale.

Proiezioni economico-finanziarie

Il progetto della piattaforma digitale richiede nell'arco dei primi tre anni, per la fase di start up ed avviamento, un investimento pari a:

- circa 11 Milioni di Euro per investimenti in tecnologia, comprensivi di realizzazione della piattaforma e dei sistemi integrati di booking, connettività, sviluppo e manutenzione evolutiva
- circa 9 Milioni di Euro per l'acquisizione di un set iniziale di contenuti e per la loro traduzione e aggiornamento multilingua

Il programma generale prevede inoltre che il lancio mondiale della piattaforma sia sostenuto attraverso una campagna di comunicazione a livello internazionale per un valore complessivo sui primi tre anni stimabile in circa 46 Milioni di Euro, da

inserire nell'ambito dei programmi di promozione previsti dalle Amministrazioni a ciò delegate.

Sulla base delle previsioni di sviluppo dell'iniziativa nel tempo, i costi operativi evolvono dai 4,5 Milioni di Euro del primo anno fino a circa 17,5 Milioni di Euro nel 2010, anno in cui è previsto un numero di accessi pari a 40 Milioni di utenti.

Si prevede che la piattaforma generi ricavi pari a circa 1,5 Milioni di Euro nel primo anno, con una crescita nei successivi anni di esercizio fino a circa 22 Milioni di Euro nel 2010.

Dopo un primo periodo caratterizzato da flussi di cassa negativi, a partire dal 2008 la piattaforma potrà raggiungere l'equilibrio finanziario divenendo in grado di sostenersi autonomamente.

SOLUZIONI TECNOLOGICHE PER LA REALIZZAZIONE DELLA PIATTAFORMA

Il sistema tecnologico proposto risulta conforme agli standard più avanzati del settore, con requisiti prioritari di flessibilità e integrazione per essere in grado di offrire ad ogni operatore la possibilità di rappresentare la propria specifica offerta turistica all'interno di un'unica Piattaforma Digitale Interattiva.

Le soluzioni utilizzate per attrarre turisti utilizzando il canale Internet come veicolo di promozione e vendita sono una combinazione di sistemi e servizi applicativi integrati in un organico *Destination Management System* (DMS) per la parte di pubblicazione e diffusione delle informazioni, di sistemi di prenotazione e acquisto in linea dell'offerta turistica (*booking*) e degli altri sistemi interattivi previsti.

La Piattaforma Digitale deve permettere di soddisfare le richieste di ogni operatore e di garantire la massima visibilità e prenotabilità di ogni singola proposta. L'utente potrà accedere ai diversi servizi turistici ed alle informazioni secondo una logica unica ed omogenea, disponendo della possibilità di concludere on line la prenotazione e l'acquisto della soluzione prescelta oltre che del maggior numero possibile di informazioni a corredo del suo percorso conoscitivo (carte geografiche, viabilità dettagliata, previsioni meteo, ...).

Specifiche tecniche di alto livello

Le tecnologie necessarie dovranno appartenere alle seguenti macro-tipologie di servizi, software e piattaforme:

- web farm – con servizi di hosting, connettività, sicurezza internet, accoglienza e profilazione degli utenti;
- architettura tecnologica/applicativa evoluta conforme agli “standard” Internet di riferimento (sistemi operativi, web server, data base server, application/portal server);
- archivio strutturato per la rappresentazione efficace di contenuti di tipo turistico;
- content Management System a supporto della redazione e degli operatori per la gestione ed organizzazione dei contenuti turistici e della ricettività;
- motore di ricerca per contenuti strutturati e non;
- sistema di prenotazione in linea (Booking);
- funzionalità di CRM a supporto di help-desk, call center e marketing;
- tool per la fidelizzazione degli utenti (e.g. registrazione, mailing).

Il sistema dovrà essere arricchito con soluzioni cartografiche adatte per un utilizzo turistico, in grado di costruire mappe tematiche interattive sulla base del programma di viaggio definito dall’utente.

Modalità di navigazione

La piattaforma dovrà offrire un ricco ventaglio di modalità di navigazione che indirizzino le principali esigenze del turista o operatore del settore, quali ad esempio:

- la navigazione per macroaree: navigazione tradizionale basata sull’interesse specifico per un argomento.
- la navigazione geografica: basata sulla cartografia e sulla presenza al primo livello delle Regioni e dei loro sottoinsiemi informativi territoriali.
- la navigazione attraverso il motore di ricerca: secondo le modalità tipiche per i siti che contraddistinti da una ricchezza di contenuti informativi con esigenza di accesso rapido.
- la navigazione di servizio: insieme di modalità di navigazione legate ad eventi, o altri servizi di carattere emozionale.

RAPPORTI CON LE AMMINISTRAZIONI

Le amministrazioni coinvolte nel progetto Scegli Italia, rappresentano ampia parte delle Pubbliche Amministrazioni sia Centrali che Locali (in particolare: MIPAF, MiBAC, MATT, MAP, MAE, MIT, MIUR, ENIT, Regioni). Ognuna di esse ha partecipato al progetto a livello di Comitato Strategico, Comitato Esecutivo e di Gruppi di Lavoro, secondo il proprio ruolo istituzionale, in relazione alle proprie competenze e sulla base del patrimonio informativo da far confluire nella piattaforma.

La ricognizione del patrimonio di informazioni/dati disponibile presso le singole amministrazioni ha portato a definire una mappa del riuso dei contenuti digitali che ne consentirà la valorizzazione nell'ambito della piattaforma.

L'intero processo editoriale, di redazione e aggiornamento dei contenuti nel tempo, verrà strutturato valorizzando le competenze su base territoriale. Le Regioni avranno un ruolo primario come promotori del processo di generazione dei contenuti da sviluppare, digitalizzare ed integrare. In tale contesto si sono svolti incontri preliminari di presentazione dell'iniziativa e condivisione di scenari di cooperazione con i rappresentanti di alcune Amministrazioni Regionali (Lazio, Lombardia, Molise e Veneto).

Le attività di digitalizzazione, da collocare nell'ambito di idonei accordi di programma, potranno essere co-finanziate in forma paritaria dai Ministeri competenti, MIT, Regioni e soggetti proponenti, per un impegno complessivo previsto pari a 100 Milioni di Euro. Potranno essere predisposti appositi bandi per la digitalizzazione ed integrazione di contenuti rilevanti secondo le modalità ed i formati concordati per rendere più efficace la consultabilità.

LINEE GUIDA DI STANDARDIZZAZIONE TECNICA E QUALITATIVA

Standard dei contenuti

La definizione degli standard dei contenuti fornisce agli attori coinvolti un'insieme di regole per favorire l'interoperabilità, l'accessibilità e la qualità dei contenuti da integrare. Si farà riferimento sia a contenuti preesistenti ma codificati in formati differenti sia a nuovi contenuti di rilevanza turistica da produrre ex novo in coerenza con le linee guida editoriali.

Gli standard utilizzati da un punto di vista tecnico, sono basati sulla definizione dei flussi di dati XML per la rappresentazione della struttura dei dati e dei relativi

schemi DTD (Document type definition) per una corretta verifica della sintassi di interscambio (XML, DTD standard definiti dal W3C: World Wide Web Consortium). Le scelte sono state finalizzate a garantire la compatibilità dei formati standard definiti su scala europea.

Standard di traduzione e localizzazione

Sulla base dei flussi di visitatori attesi è prevista la traduzione dei contenuti in otto lingue di riferimento: Italiano, Inglese, Tedesco, Francese, Spagnolo, Cinese, Giapponese e Russo. In aggiunta alla traduzione dei contenuti, deve essere garantita la localizzazione, ossia l'adattamento linguistico e culturale dei contenuti secondo un contesto culturale specifico. In particolare, dovranno essere rispettati i seguenti requisiti:

- adattamento al sistema linguistico e culturale della lingua di destinazione;
- stile della comunicazione adeguato agli standard tecnici, ai requisiti stilistici, alle aspettative ed alle richieste del mercato di destinazione;
- componenti grafiche e di scripting devono subire le necessarie trasformazioni ed adeguamenti linguistici, culturali e di comunicazione;
- formato delle pagine deve tener conto delle esigenze di posizionamento sui motori di ricerca e directory.

Dal momento che la gestione di una singola lingua richiede un insieme complesso di attività editoriali aggiuntive rispetto alla semplice traduzione, è previsto che a regime operi un team di traduttori e revisori madrelingua con qualifiche professionali nei settori specifici oggetto del sito Web ed una approfondita conoscenza delle specifiche relative alla traduzione e localizzazione di pagine web.

Formazione

La strategia di formazione intende promuovere la corretta utilizzazione delle nuove metodologie e tecnologie per la formazione degli operatori e l'adozione di standard internazionali per assicurare la portabilità dei materiali didattici e il loro riuso.

I programmi di formazione interverranno sia sugli operatori turistici esistenti promuovendo la loro riqualificazione delle professionalità sia su giovani in età pre-lavorativa sviluppando moduli di formazione a livello scolastico, creando le professionalità turistiche del domani.

PROGRAMMA DI COMUNICAZIONE

Il lancio della piattaforma digitale deve essere supportato da un piano di marketing e comunicazione efficace e su scala mondiale che consenta di:

- Dare nuova forza all'immagine del Brand Italia
- Promuovere il patrimonio culturale e ambientale italiano oltre che il Made in Italy in ottica di Destination Marketing
- Dare visibilità a tutti gli operatori del turismo, grandi e piccoli
- Promuovere la vendita dell'offerta turistica italiana attraverso il raggiungimento di potenziali nuovi turisti e attraverso il consolidamento dell'utenza turistica tradizionale

Il piano di comunicazione integrata verso i Paesi target prevede l'uso di un mix di strumenti fra cui:

- eventi: fiere, incontri svolti tramite le istituzioni coinvolte (Presidenza, ICE, Ambasciate, Istituti di cultura, Associazioni di categoria, etc.), attività di promozione organizzate dall'ENIT, convegni e seminari
- media relations: conferenze stampa, comunicati stampa, Interviste di posizionamento/approfondimento, scouting di opportunità
- editoria: leaflet, programma evento, brochure, cartelline.
- pubblicità e prodotti multimediali
- co-marketing e direct marketing con interlocutori del settore turistico, come le compagnie di trasporto.
- road show: per l'inaugurazione della piattaforma, con successivi eventi nei Paesi target, in particolare: USA, Giappone, Cina, Russia, Regno Unito, Germania.