



Dipartimento Sviluppo Economico-Turismo



«Tourism Digital Hub: lo stato dell'arte e le opportunità per gli operatori turistici»

intervento a cura di REGIONE ABRUZZO

Marco Virno – Sante Cellucci

25 Novembre 2022

Pescara, Auditorium Petrucci Museo Genti d'Abruzzo

The background features a white central area with teal-colored wavy shapes at the top and bottom, resembling a stylized landscape or water. The top shape is a single large wave, while the bottom consists of several overlapping, smaller waves of varying shades of teal.

ECOSISTEMA ABRUZZO TURISMO

a cura di Marco Virno

L'ECOSISTEMA DIGITALE TURISMO ABRUZZO

Youtube



Twitter

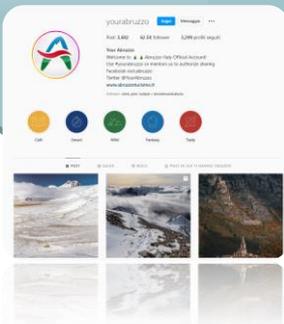


Social

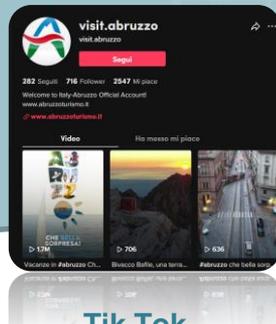
Facebook



Instagram



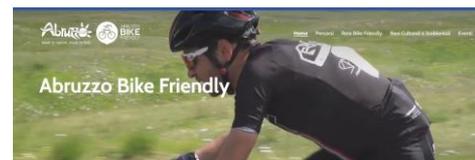
Tik Tok



APP
Ski Abruzzo



Portale
Abruzzo
Turismo



Abruzzo Smart
Ambassador

Portale
Cicloturismo



Insight Abruzzo Turismo – Social 1/1/2022 – 22/11/2022

Pubblico attuale
 Pubblico potenziale

"Mi piace" sulla Pagina Facebook

213.037

Età e genere



Follower di Instagram

62.530

Età e genere



Nuovi "Mi piace" e follower

Nuovi "Mi piace" sulla Pagina Facebook

4180



Nuovi follower su Instagram

6839



Copertura

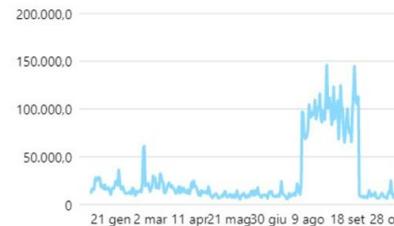
Copertura della Pagina Facebook

6.542.204 ↑ 72,9%



Copertura di Instagram

2.186.261 ↑ 151,3%



Il castello di Roccasalegna (Ch)..

22 febbraio 2022 6:10

Reel

Panoramica

Copertura 139.237

"Mi piace", commenti e condivisioni 717

Copertura

139.237



Acqua azzurra acqua chiara... No, non ci s...

22 luglio 2022 1:05

Post

Panoramica

Copertura 331.522

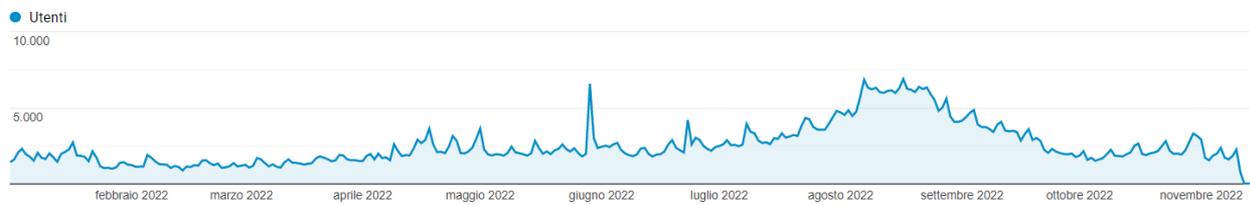
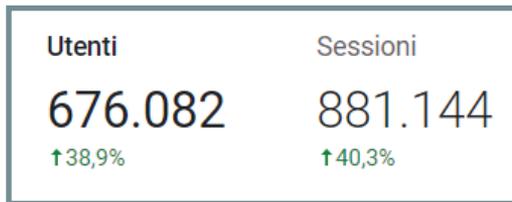
Reazioni, commenti e condivisioni 5939

Copertura

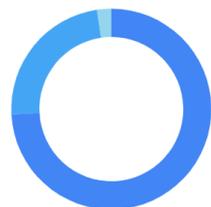
331.522

Best Post Facebook & Instagram

Insight Abruzzo Turismo – Sito 1/1/2022 – 22/11/2022

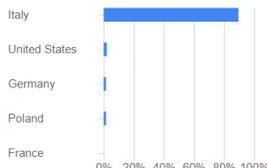


Sessioni per dispositivo



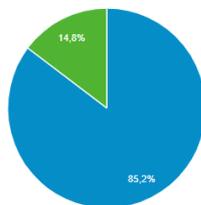
1 gen 2022 - 22 nov 2022, NORAMICA DISP...

Sessioni per paese

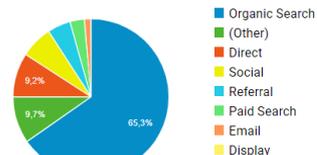


1 gen 2022 - 22 nov 2022, NORAMICA LOCA...

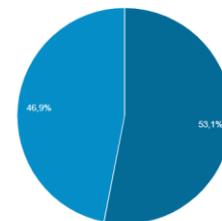
■ New Visitor ■ Returning Visitor



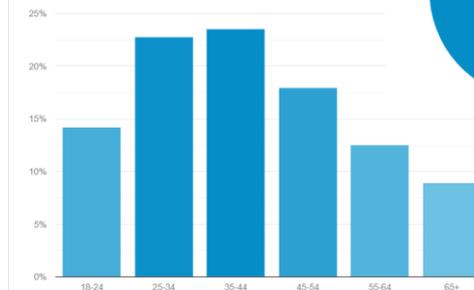
Canali principali



■ female ■ male



Età



Lingua	Utenti	% Utenti
1. it-it	424.282	61,89%
2. it	166.777	24,33%
3. en-us	32.275	4,71%
4. en-gb	12.366	1,80%
5. de-de	9.192	1,34%
6. pl-pl	7.406	1,08%
7. fr-fr	4.175	0,61%
8. de	3.640	0,53%
9. pl	2.988	0,44%
10. fr	1.715	0,25%

Campagna Summer Abruzzo Turismo



La campagna estiva è stata declinata in **diverse tematiche (vacanza attiva, enogastronomia, mare, natura etc)** e le relative landing pages di atterraggio di ogni tematica erano diverse, ad esempio banner o social post riguardante vacanza mare è stato rimandato nella relativa sezione: <https://abruzzoturismo.it/it/mare-1>, e così via.

Il compito è stato quello di rendere la navigazione dell'utente il più fluida possibile mantenendo una coerenza di messaggi e grafica che lo accompagni dall'inizio alla fine del suo percorso, sia dai supporti online che offline, in modo da far passare il messaggio visivo e comunicativo in tutti i touchpoints della campagna (affissione, web, magazine, ecc).

KPI raggiunti - Summer Abruzzo Turismo*

CATEGORIA CANALI	CANALI	TIPO	MATERIALI ADS	Mese		AGOSTO				SETTEMBRE				KPI STIMATI			KPI RAGGIUNTI				
				W	1	2	3	4	1	2	3	4	Impression Stimate	Clic Stimati	Views Video Stimate	Impression Raggiunte	Clic Raggiunti	Views video Raggiunte	IMP progress%	CLICK progress%	VIEWES progress%
PROGRAMMATIC (NO WHITELIST)	Display	Concessionaria Programmatic	F.it Display											1.000.000	3.000	700.000	1.285.570	2.548	409.790		
	Video	Concessionaria Programmatic	F.it Video																		
	Rich Media Display / Video	Concessionaria Programmatic	Rich Media Display / Video											1.300.000	13.000	-	1.767.612	64.190	754.268		
PROGRAMMATIC (WHITELIST)	Siti di Settore	Content Network	Video Pre-roll, Display ADV e Pubblicità											3.600.000	-	-	2.176.226	3.755	613.037		
	YouTube - PreRoll	Piattaforma Video	Pre-Roll Skippable 15 sec											2.912.300	8.000	1.021.987	2.075.476	2.761	1.949.361		
														IMP progress%		CLICK progress%		VIEWES progress%			
Totale Programmatic													8.812.300	24.000	1.721.987	7.304.884	82,89%	73.254	+205,23%	3.726.456	+116,40%
CATEGORIA CANALI	CANALI	TIPO	MATERIALI ADS	Mese		AGOSTO				SETTEMBRE				KPI STIMATI			KPI RAGGIUNTI				
				W	1	2	3	4	1	2	3	4	Impression Stimate	Clic Stimati	Views Video Stimate	Impression Raggiunte	Clic Raggiunti	Views video Raggiunte	IMP progress%	CLICK progress%	VIEWES progress%
SOCIAL Networks	FB+IG Traffic NAZIONALE	Social Media	Spot Video, posizionamento su Feed, Stories e Reels con delivery ottimizzato											3.143.006	29.293	-	6.864.399	17.488	-		
	FB+IG Traffic REGIONALE	Social Media	Spot Video, posizionamento su Feed, Stories e Reels con delivery ottimizzato											2.611.134	24.301	-	5.694.595	14.508	-		
	TikTok Teaser	Social Media	Formato Ads Feed 10/15 secondi											1.500.000	5.349	-	1.841.727	1.500	1.742.723		
MOTORE DI RICERCA	Google Search	Motore di Ricerca	Annunci dinamici della rete di ricerca											228.090	20.010	-	193.595	24.576	-		
	Google Display	Display ADS	Annunci display sul network											8.000.000	5.000	-	12.100.698	8.005	-		
	Google Discovery	Discovery ADS	Annunci su feed Google (YT, Gmail, Google Discover, per un ampio raggio di copertura)											10.000.000	6.500	-	302.330	16.034	-		
INFLUENCER	Travel Content	Influencers & Advocacy	Recruiting Travel Content Creator											363.000	-	-	BUDGET ATTIVITA' RIVERSATO IN DISPLAY ADS SU SITI VERTICAL (NEWS) LOCALI				
														IMP progress%		CLICK progress%		VIEWES progress%			
Totale Social + Google AdWords + Vertical Abruzzo													25.845.230	90.453	0	26.997.344	+4,46%	82.111	90,78%	1.742.723	-
KPI TOTALI CAMPAGNA													34.657.530	114.453	1.721.987	34.302.228	98,97%	155.365	+35,75%	5.469.179	+217,61%

* dati aggiornati al 14 settembre 2022

PORTALE Abruzzo Turismo



Attualmente la Home ha grandi blocchi ma pochi contenuti guida e dinamici: **si rimanda alle singole home delle varie sezioni mare, montagna, ecc.**

Le sezioni sono pressoché statiche e non mostrano aggiornamenti a colpo d'occhio (non incentivano l'utente a tornare giornalmente.)

La navigazione (il menu principale) non va stravolta, altrimenti gli utenti fidelizzati troverebbero molta difficoltà a trovare le cose solite.

L'obiettivo sarà di prioritizzare la fruibilità mobile (navigazione, design responsive, velocità di caricamento, hyperlink)

NAVIGAZIONE
menu primario

SLIDE GALLERY
(poche,
senza crediti e
senza indicazioni di luogo)

SEZIONI STATICHE
(doppione del menu)

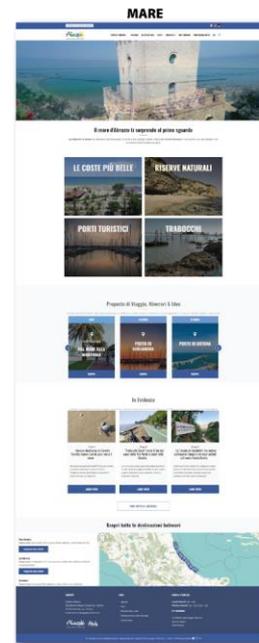
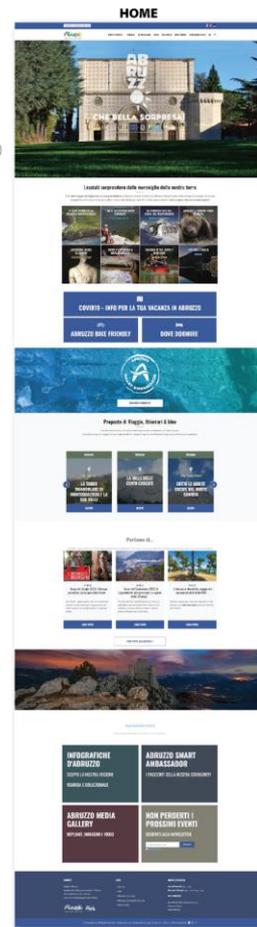
SEZIONI DINAMICHE
PROPOSTE VIAGGI
(gallery, poca leggibilità)

SEZIONE NEWS
(poche)

SEZIONE SOCIAL
(poca evidenza)

SEZIONI VARIE STATICHE
(blocchi troppo grandi)

ISCRIZIONE NEWSLETTER
(non funzionante, indicazioni Privacy non corrette)

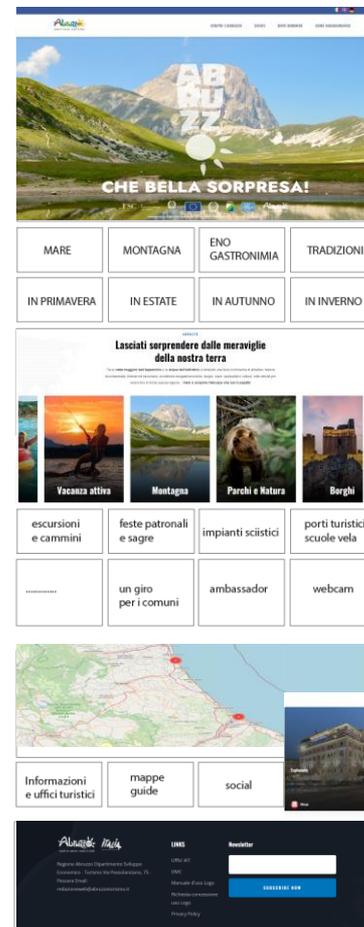


EVOLUZIONE PORTALE Abruzzo Turismo

La visione è puntata **sull'evoluzione del sito abruzzoturismo.it** in un **portale integrato** con sistemi digitali di coinvolgimento più ampio; pertanto, il lavoro punterà all'ottenimento di determinati requisiti tecnici:

- l'homepage principale deve essere ristrutturata,
- la navigazione va rivista, non stravolta,
- le homepage di sezione devono essere ristrutturate,
- le indicazioni di formattazione dei futuri articoli descritte nel documento "Linee guida di interoperabilità con la piattaforma **TDH**" presente sul portale Italia.it sono prioritarie e vincolanti,
- le mappe di navigazione interattive a vari interessi di livello con preview di ogni scheda luogo.
- eventi, percorsi, idee suddivisi per stagioni.
- creazione di un blog per i contenuti del progetto **Abruzzo Smart Ambassador** nel quale la Regione Abruzzo ha scelto 100 ambasciatori virtuali che mediante i loro blog e canali social si dedicano alla promozione del territorio.

IDEE SEZIONI DEDICATE
non bottoni e riquadri ma dove possibile news



SEZIONE DINAMICA



SEZIONE DINAMICA



PORTALE OPERATORI

La realizzazione del portale operatori è caratterizzata dalla creazione di un sistema web utile alla diffusione di comunicazioni ed informazioni verso un target di tipo business, cioè operatori del settore. Il sistema web è integrato nell'ambiente della Regione Abruzzo e permette agli utenti di trovare informazioni e fruire di servizi precedentemente reperibili solo tramite richieste formali, email o comunque procedure più complesse.

L'applicazione realizzata consente di perseguire i seguenti obiettivi:

- Informative, regolamenti e policy facilmente raggiungibili;
- NEWS ed eventi a disposizione degli operatori del settore;
- “kit” per operatori consistente in loghi e credenziali per accessi strutturati alle informazioni turistiche (**librerie API**);
- Download di materiale informativo e divulgativo utile alla promozione turistica;
- Pubblicazione di visualizzazione seminari web per informazioni turistiche.

L'intento è di fornire un valido supporto per il vostro lavoro e migliorare la comunicazione fra gli operatori del settore turistico della Regione.



**Scopri tutte le opportunità disponibili tramite
l'ecosistema di promozione turistica regionale.**

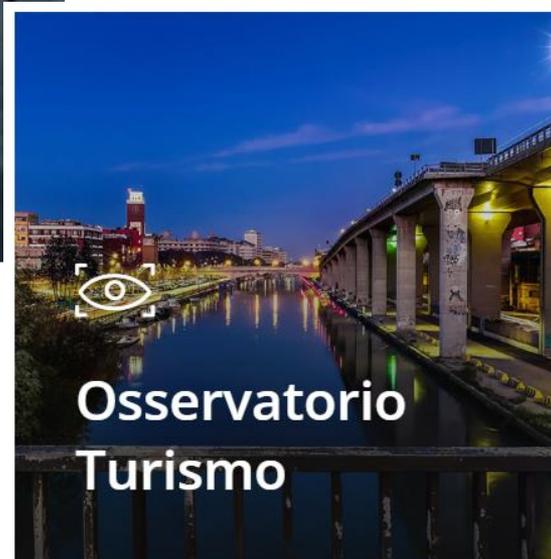
**Strumenti, tecnologie e azioni di comunicazione e
marketing digitale per crescere insieme.**



Scopri tutte le opportunità disponibili tramite l'ecosistema di promozione turistica regionale.

Strumenti, tecnologie e azioni di comunicazione e marketing digitale per crescere insieme.

La regione Abruzzo intende dotarsi di un osservatorio sui flussi turistici in grado di supportare i decision maker con previsione accurate così da consentire loro l'adozione di efficaci e tempestive azioni a favore delle dinamiche locali.

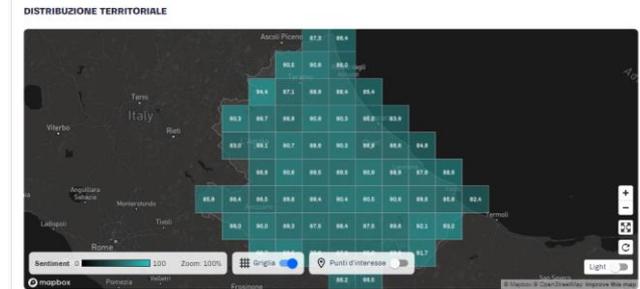
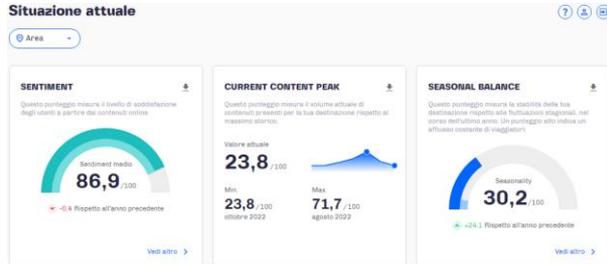


OSSERVATORIO TURISMO

Attualmente il sistema informativo si basa solo sul dato Istat che, tuttavia, viene reso reso disponibile con un certo ritardo temporale.

Per ovviare a questa difficoltà, l'Assessorato intende costruire una piattaforma capace, non solo di fotografare la situazione attuale, ma anche di effettuare previsioni in real time e confronti temporali in modo da aiutare i decision maker ad adottare politiche utili a sostenere ed incrementare i flussi turistici.

SENTIMENT ANALYSIS – LA DASHBOARD



Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



Locali e Ristorazione Ricettività Attrazioni

ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

217,0k Contenuti ▼ **19,1** Contenuti per POI ▼
-22,5% Rispetto all'anno precedente -3,4 Rispetto all'anno precedente

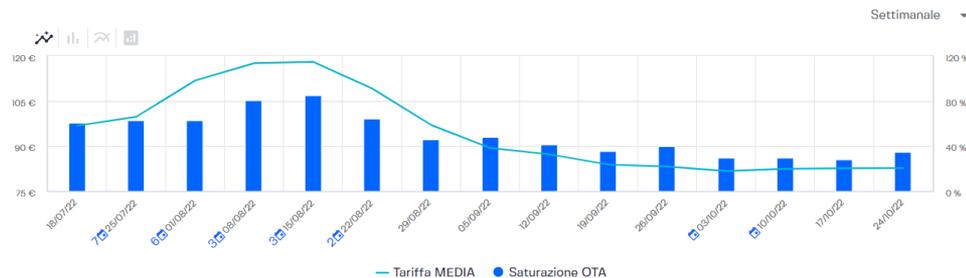


PANORAMICA TARIFFE e OFFERTE

Tariffe e offerte

Qual è la disponibilità nelle strutture ricettive? Come variano le tariffe?

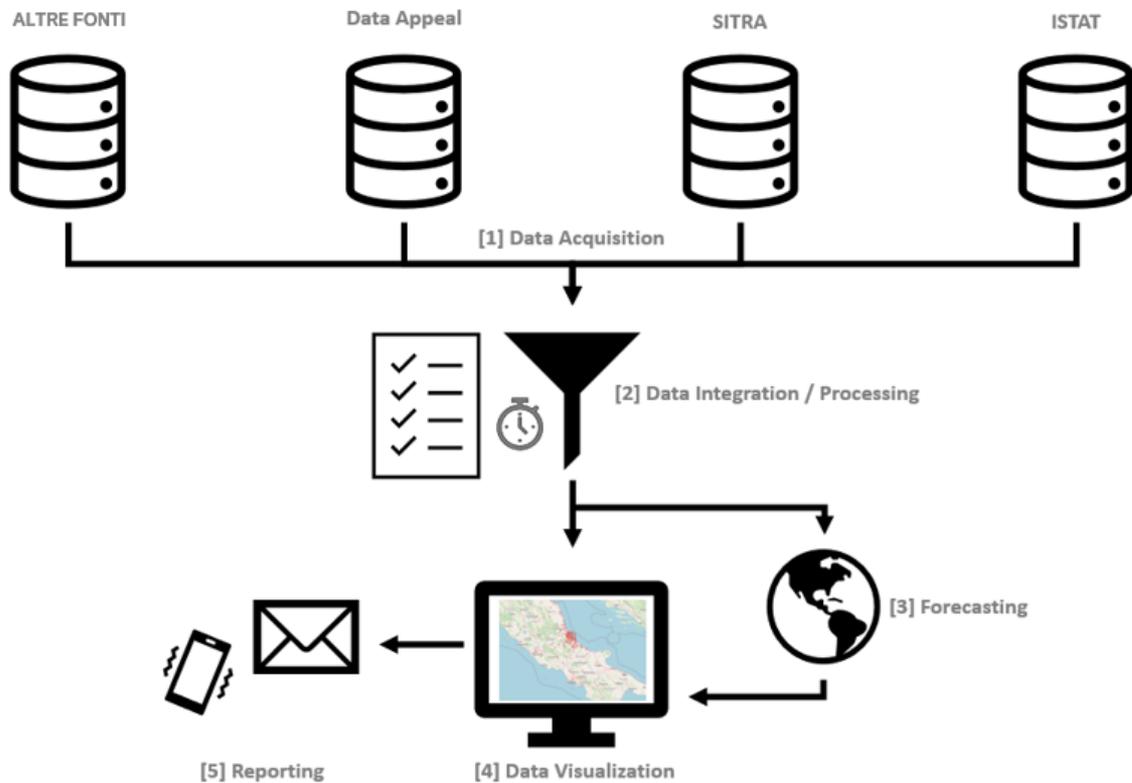
Le tariffe e le offerte analizzate sulle maggiori OTA, con il calcolo del tasso di saturazione, ovvero del rapporto tra offerte disponibile e quelle vendute (o non più disponibili).



Dashboard che colleziona dati e previsioni in tempo reale

L'obiettivo è quello di avere un sistema in grado di lavorare come gli “exit poll” delle elezioni, ovvero, sia in grado, in tempo reale, di eseguire previsioni sulla dinamica della domanda turistica.

Per conseguire tale risultato, la piattaforma, per ciascuna unità campionata, acquisirà i dati relativi alle comunicazioni sulle presenze, arrivi e, qualora possibile, anche delle prenotazioni connettendosi con la banca dati Sitra.



The background features a white central area with teal-colored wavy shapes at the top and bottom, creating a sense of movement and depth.

TDH – Tourism Digital Hub

a cura di Sante Cellucci

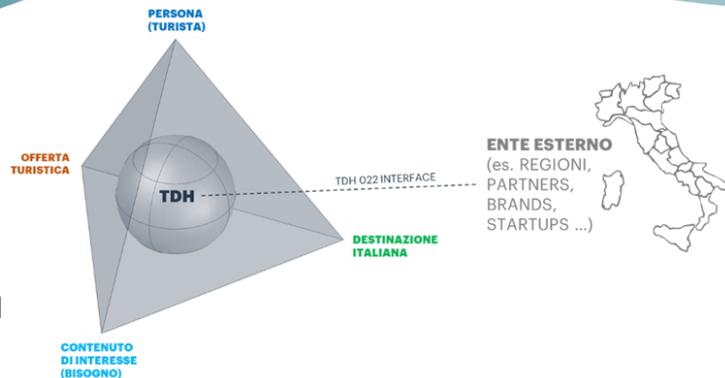
TDH – COS'È?

Il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) ha posto tra i propri obiettivi il **rilancio del settore economico del Turismo**.

Il Ministero del Turismo, coadiuvato da ENIT - Agenzia nazionale per il turismo, ha il compito di coordinare l'intero **ecosistema turistico italiano**, promuovendo, in maniera unitaria, il rilancio del settore turistico mediante un'offerta informativa e di servizi coesa ed eterogenea, a fronte dei continui cambiamenti della domanda, nazionale ed internazionale.

In particolare, nell'ambito della Misura 4. "Turismo 4.0", l'Investimento 4.1 – "**Tourism Digital Hub**" (TDH) è finalizzato a realizzare una piattaforma web dedicata, che consenta il collegamento dell'intero ecosistema turistico al fine di valorizzare, integrare e favorire la propria offerta.

Il TDH, inoltre, si pone l'obiettivo di far incontrare profittevolmente la domanda turistica verso l'Italia con la relativa offerta italiana (erogata da diversi attori), mettendo in relazione tra loro gli interessi della persona (turista), le destinazioni e l'offerta prima, durante e dopo l'esperienza turistica, creando valore per tutti gli attori coinvolti.



TDH – TOURISM DIGITAL HUB

Il TDH risponde agli obiettivi del piano strategico, costruendo un ponte tra il turista e l'ecosistema dell'offerta turistica attraverso una piattaforma che non solo digitalizza l'offerta turistica, ma aggrega e valorizza i dati e abilita una collaborazione continua fra i player del turismo italiano.

Attrarre, coinvolgere, convertire e fidelizzare sia i visitatori che i fornitori fornendo contenuti, servizi, esperienze contestuali iper-personalizzate e dati B2B utili.

Creare relazioni forti e durature tra gli individui e il territorio italiano prima, durante e dopo l'esperienza turistica.

LA MISSIONE È QUELLA DI SBLOCCARE TUTTE LE POSSIBILI ESPERIENZE CHE L'ITALIA HA DA OFFRIRE A QUALSIASI TIPO DI TURISTA

Nuovo Ecosistema digitale del turismo italiano



TDH – OBIETTIVI

Gli **obiettivi del TDH** sono:

- **Incrementare i flussi**, le destinazioni e la spesa, aumentando la qualità dell'offerta e relativa visibilità dei **punti di interesse turistici** in Italia (POI);
- Valorizzare l'esistente framework di asset digitali (ad esempio i **portali regionali**), offrendo in aggiunta soluzioni per l'ottimizzazione dei costi;
- Rafforzare il ruolo degli asset digitali del TDH, definendoli come veri e propri punti di riferimento istituzionali per la ricerca di informazioni inerenti ai POI rispetto ad una platea di turisti nazionali ed internazionali;
- Coinvolgere l'intero sistema turistico italiano mediante un approccio *open-source* che raccolga input e generi output per tutti gli stakeholder;
- **Fidelizzare gli utenti** (e quindi, potenziali turisti) attraverso proposte personalizzate rispetto alle loro esigenze e preferenze, offrendo un'esperienza sul portale personalizzata;
- Favorire la nascita di una piattaforma che offra **informazioni puntuali e corrette sui POI in Italia**, che vada a popolare piattaforme esterne per la localizzazione come Google My Business, Bing Places, Apple Maps e così via – andando quindi a portare un ulteriore beneficio in termini di visibilità sui più comuni motori di ricerca.

TDH – OPPORTUNITA' OPERATORI

Le modalità di interazione con il TDH permettono sia di **fruire di servizi digitali** disponibili al suo interno sia di **svilupparne/erogarne di nuovi** (open o closed) mettendoli a disposizione dei soggetti aderenti al TDH stesso.

In tal senso, le interazioni prevedono che i soggetti aderenti al TDH022 possano svolgere a seconda dei casi funzioni di:

- **erogazione di servizi**, nel caso in cui mettano a disposizione del TDH servizi e funzionalità;
- **fruizione di servizi**, nel caso in cui utilizzino servizi digitali messi a disposizione da soggetti terzi all'interno dell'ecosistema.

TDH – CONTENUTI

Il TDH andrà ad alimentare “**Italia.it**” presentando contenuti dalla triplice valenza:

- **Contenuto di Interesse: contenuto editoriale, la cui lettura consente al TDH di desumere l’interesse della Persona.** Consente di descrivere una o più destination, una o più offerte e/o qualsiasi tipo di evento riguardante l’esperienza turistica sul nostro territorio (es: un articolo editoriale che parla del Palio di Siena, se letto dal turista, fa desumere l’interesse per la città di Siena e per le rievocazioni storiche);
- **Destinazione: attrazione sul territorio correlabile ad un punto di interesse (coordinate x,y) oppure ad un’area geografica («geometria») che permane nel medio-lungo termine** (es. Il Colosseo, la Fontana di Trevi, la città di Roma, ecc.);
- **Offerta:** un oggetto turistico che può essere **consumato/prenotato/visitato a pagamento** (es: una camera d’albergo, un ingresso al museo).



TIPOLOGIA DI ARTICOLI TDH



1. ARTICLE MAGAZINE
2. DESTINATION
3. ITINERARI
4. EVENTI



Article Magazine

Tale tipologia di articoli tratta tematiche trasversali e ha l'obiettivo di incuriosire il lettore raccontando ad esempio «Le 10 isole ideali per i bambini».

Il template Magazine viene utilizzato per approfondire tematiche di carattere generale (Cosa fare a..., 48 ore a...)

Gli argomenti trattati sono principalmente cross regione o cross città.

Hanno uno stile più da “blog” con un linguaggio accattivante e colloquiale. Un italiano consiglia e racconta i luoghi della sua terra.

Questa tipologia di articoli rientra nella sezione Magazine.



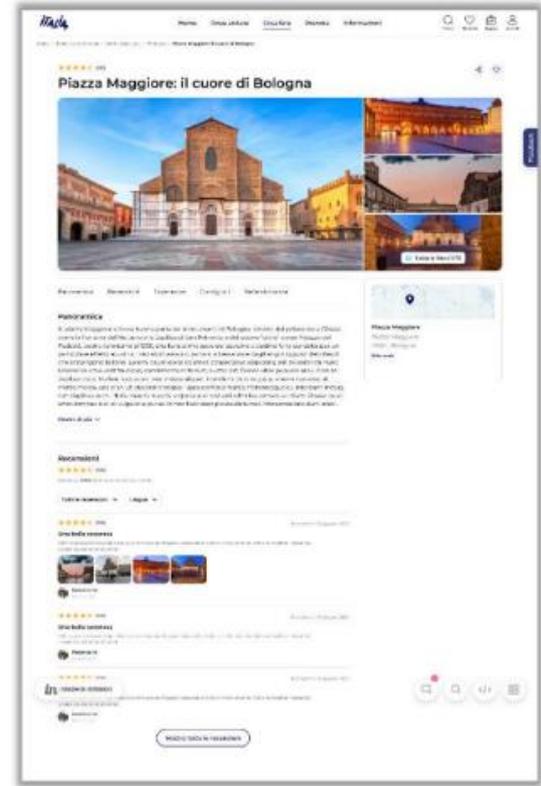
Destination

Trattano principalmente **destinazioni all'interno di una città o di uno specifico territorio (POI)**. Possono riguardare tematiche quali: **Arte e Cultura, Natura, Strutture ricettive, Enogastronomia, Sport, Shopping, Spiritualità, Borghi**.

Il template Destination viene utilizzato per parlare dei Point of Interest (es: Piazza Maggiore) e di tutti gli articoli che trattano di location specifiche quali ad esempio comprensori sciistici, spiagge, fiumi, laghi, monumenti, musei.

Le location indicate dovranno essere **distinte, fisiche e geolocalizzabili**. La tipologia di articolo prevede di narrare puntualmente di un luogo specifico, dando tutte le differenti informazioni (storiche, culturali, curiosità) di cui l'utente necessita.

Lo stesso template, con l'aggiunta di component specifici in base all'argomento trattato, verrà utilizzato anche per Dove Dormire, Dove Mangiare, Esperienze.



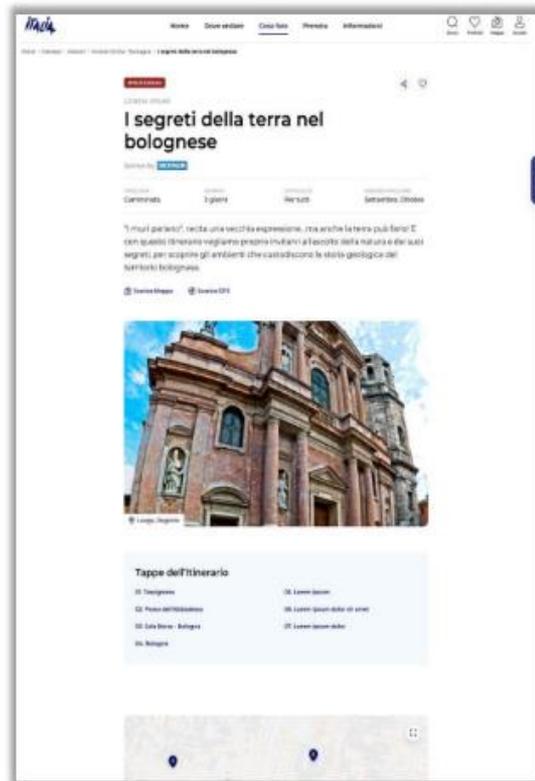
Itinerari

Organizzati in tappe giorno per giorno, questi articoli propongono al turista percorsi di varie difficoltà, da intraprendere a piedi o su un mezzo, e consigliano i migliori posti dove fermarsi per riposare e mangiare.

Il template Itinerario viene utilizzato per parlare degli innumerevoli percorsi a tappe sul nostro territorio da intraprendere a piedi, in macchina, in bicicletta, in moto o in barca.

Ogni articolo è diviso in paragrafi che rappresentano le singole tappe dell'itinerario.

Ogni articolo deve raccontare il percorso specificando anche lunghezza, tempistiche e caratteristiche di ogni tappa.

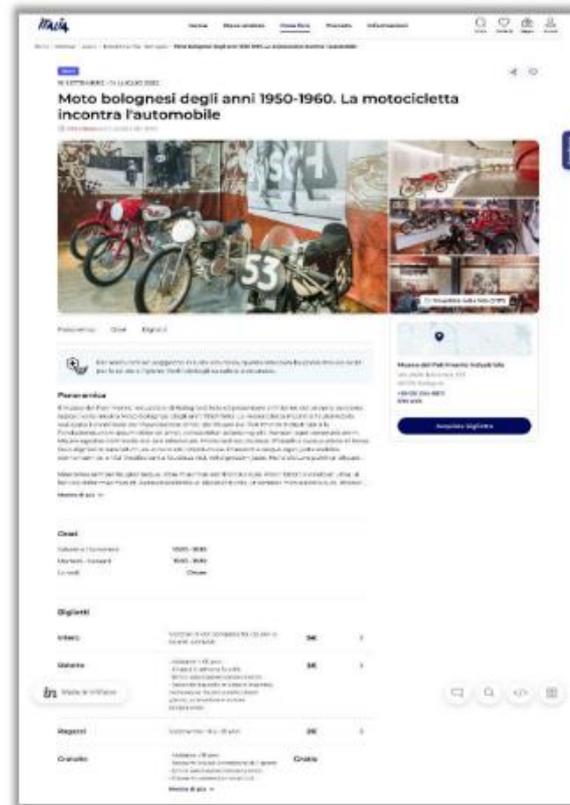


Eventi

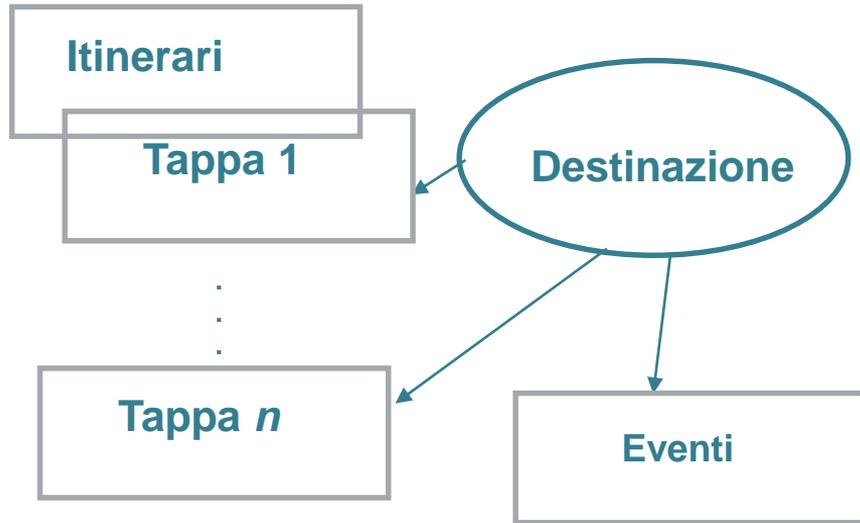
Articoli specifici per evento in cui è presente una parte descrittiva e una con informazioni di servizio.

Il template Eventi viene utilizzato per raccontare i principali eventi che si svolgono in tutta Italia, siano essi culturali, sportivi, fieristici ecc.

Oltre a una sezione descrittiva, in cui si parlerà dell'evento (Festival, Mostra, Concerto, Evento sportivo, Sfilate) è necessario inserire anche le specifiche di orario, costo, location.



Interazione tra i contenuti e *Tone of Voice*



Il *Tone of Voice* dei contenuti sarà diretto, con un filo di ironia.

Il turista sarà sempre esortato a vivere le esperienze e i luoghi proposti.

I testi saranno sempre essere concisi: periodi brevi facilmente leggibili anche da un occhio distratto.

Linee editoriali del TDH022

Catturare l'attenzione

Titoli che fanno capire il contenuto dell'articolo e soprattutto la sua consistenza;

Niente giri di parole

Testi che vanno dritti al punto, senza paroloni, senza giri di parole e retorica.

Abbattere i muri di testo

Sottotitoli che descrivano l'argomento del paragrafo brevi ma esplicativi.

Vale più un'immagine di mille parole

Presenza di immagini per dare un impatto meno impegnativo.

I **contenuti** devono:

Offrire uno **sguardo inedito** sull'Italia



Dare **informazioni esclusive** che in pochi conoscono

Fornire **consigli** per vivere le esperienze più **autentiche** che il Paese ha da offrire



Preferire:

Liste: semplici da leggere e memorizzare



Approfondimenti: tips per conoscere il vero spirito italiano

Spunti e idee



OPEN API TDH022

Gli articoli presenti nei portali dei Partner verranno iniettati automaticamente tramite la possibilità di interoperare via API.

Lo scambio dei materiali sarà quindi reso possibile grazie a questa nuova funzionalità creando così un ecosistema in continuo aggiornamento.

Trasmissione dati e contenuti tramite il TDH022



Grazie per l'attenzione