



COMUNE DI SENIGALLIA

Area 4 – Sistemi Informatici

Area 2 – Affari generali – Comunicazione – Turismo – Eventi e Sviluppo Economico



Titolo	Senigallia Turismo Digitale
Anno di rif.	2023
Sottotitolo	Servizi Digitali Integrati - PR MARCHE FESR 2021/2027 – ASSE 1 – OS 1.2– AZIONE 1.2.2 – intervento 1.2.2.2 Erogazione finanziamenti a Enti locali per il dispiegamento nel territorio regionale di servizi pubblici digitali integrati

<i>Data e versione</i>	27/11/2023 v.1.0
------------------------	------------------

1. DESCRIZIONE DEL PROGETTO E ANALISI DEL CONTESTO

1.1. Descrizione del Progetto

In un mercato turistico globale sempre più competitivo e variegato, le destinazioni turistiche si trovano di fronte alla sempre più impellente necessità di adottare nuove strategie di innovazione e diversificazione multicanale che vadano incontro ai bisogni dei viaggiatori odierni. Il cambiamento della domanda turistica va di pari passo con lo sviluppo di nuove tecnologie digitali che ormai rappresentano la base della comunicazione, della distribuzione e della commercializzazione dei servizi turistici. Un'infrastruttura digitale dedicata e integrata dedicata al turismo non solo è in grado di digitalizzare l'offerta, ma di aggregare e valorizzare i dati, abilitando una collaborazione continua tra tutti gli attori della filiera. La strategia digitale che il Comune di Senigallia sta da tempo sviluppando pone al centro la tecnologia come strumento per facilitare la promozione, il marketing, la fruizione turistica e la vendita del prodotto turistico in ogni fase della catena di valore: dalla comunicazione alla vendita, alla raccolta dei dati. Inoltre, la necessità di adottare soluzioni tecnologiche innovative richiede uno sviluppo di contenuti personalizzati in grado di attrarre, coinvolgere, convertire e fidelizzare sia i visitatori che i fornitori fornendo contenuti, servizi, esperienze contestuali iper-personalizzate. Il viaggiatore moderno ricerca, infatti, elementi sempre più mirati con i quali identificarsi prima di scegliere la meta del suo viaggio ed è fondamentale, pertanto, comprendere a fondo il tipo di contenuti specifici apprezzati dal target di riferimento per inserirli in una più ampia strategia supportata dagli strumenti tecnologici e digitali. Il progetto **SENIGALLIA TURISMO DIGITALE** rientra in una più ampia strategia di Turismo Digitale dell'Ente che vede Senigallia come importante snodo del sistema turistico regionale proiettato a promuovere l'offerta turistica del territorio anche oltre i confini regionali e nazionali, mirando a creare una forte relazione tra i visitatori e il territorio, prima, durante e dopo l'esperienza turistica. Nell'ambito della propria strategia di turismo digitale, il Comune di Senigallia ha colto tre importanti opportunità:

- essere parte attiva nella strategia operativa regionale;
- essere attore del sistema turistico nazionale;
- agire come attrattore turistico e integratore dell'offerta turistica costa-aree collinari all'interno dell'iniziativa promossa dall'Unione della Marca Senone (a cui Senigallia aderisce) e dall'Unione Misa-Nevola nell'ambito della convenzione della gestione associata della promozione turistica che ha avviato il progetto Val Mivola (<https://www.valmivola.com/>).

La Regione Marche, infatti, con D.G.R. n. 1145/2022 ha approvato il progetto pilota "Verso un DMS regionale" - La digitalizzazione e le nuove tecnologie per il rilancio del turismo regionale" individuando il Comune di Senigallia quale partner del progetto. L'Ente ha aderito con propria DG n.178 del 3/8/2023 sottoscrivendo con la Regione una convenzione per la realizzazione del progetto pilota DMS allo scopo di creare una Community Network attraverso cui diversi attori locali vengono messi in grado di riversare ed utilizzare contenuti gestendoli in flussi automatici di interoperabilità tra sistemi o attraverso funzionalità manuali di alimentazione ed integrazione.

Nell'ambito di tale sperimentazione l'Ente non solo ha svolto il caricamento manuale dei contenuti ma ha maturato conoscenze tecniche e redazionali per poter rendere interoperabile il proprio portale di promozione turistica <https://www.feelsenigallia.it/> con il Digital Hub Marche (DHM).

Per quanto concerne inoltre la promozione su Italia.it a luglio 2023, il Comune di Senigallia ha aderito al progetto nazionale di interoperabilità con il Tourism Digital Hub (TDH) superando l'istruttoria del Ministero del Turismo e avviando nella prima fase di collaborazione un'attività redazionale manuale, predisponendosi sin da subito ad una successiva fase di alimentazione automatizzata, per il quale l'ente ha già sottoscritto uno specifico accordo nell'ambito del quale si regolano i diritti delle Parti in relazione all'ecosistema TDH, nonché le modalità di fruizione delle API sul portale specificatamente realizzato dal Ministero del Turismo.

Senigallia partecipa inoltre, per il tramite dell'Unione delle Terre della Marca Senone alla convenzione sottoscritta fra "Le Terre della Marca Senone" e L'Unione dei Comuni "Misa - Nevola" che ha per oggetto la gestione in forma associata del servizio di promozione turistica. Tale servizio associato riguarda la comunicazione integrata a fini turistici, l'elaborazione di progetti comuni in

materie di interesse turistico, l'accesso a finanziamenti, l'ideazione e l'organizzazione di iniziative che si intendono realizzare in comune in ambito turistico, nonché progetti di turismo digitale e in materia di comunicazione turistica. Il ruolo di Ente capofila della gestione associata della promozione turistica è svolto dall'Unione dei Comuni "Le Terre della Marca Senone" per tutti i comuni del territorio interessato ed aderenti alle due Unioni. Una delle prime iniziative svolte nell'ambito della convenzione del Servizio associato di promozione turistica è il portale tematico www.valmivola.com che rappresenta la piattaforma digitale di promozione turistica per tutti i Comuni aderenti. In questo quadro generale è di interesse del Comune di Senigallia sviluppare un progetto integrato e di sistema che consenta l'interoperabilità di Feelsenigallia con il DHM regionale, con il TDH del Ministero del Turismo (MIT) e con il portale della ValMivola. È tutt'ora in corso l'attività di sperimentazione con la Regione Marche che prevede l'alimentazione del DHM in modalità manuale, mentre è obiettivo del progetto automatizzarla, come pure è prevista l'interoperabilità con il TDH e con il portale Val Mivola attraverso la costruzione di interfacce applicative da integrare CMS wordpress utilizzato per la gestione feelsenigallia e valmivola. Le API dovranno consentire anche la completa gestione sincrona anche dei dispositivi esterni come Totem ed App.

Il progetto Senigallia Turismo Digitale persegue l'**obiettivo generale** di implementare un ecosistema di servizi digitali in architettura Cloud, nativamente integrato con gli ecosistemi regionali, nazionali e locali (DHM, TDH, Val Mivola). Il sistema verrà erogato in modalità SaaS dal Cloud qualificato ACN di riferimento per il Comune di Senigallia in continuità con il programma di sviluppo dei sistemi informativi dell'Ente. Nell'ambito del progetto si intendono utilizzare le infrastrutture regionali CohesionID per l'autenticazione ai servizi da parte degli operatori del sistema. Oltre alla realizzazione di un sistema di interoperabilità con gli HUB digitali dei diversi livelli, il progetto prevede come primo risultato di progetto la realizzazione di **6 servizi digitali**, 3 rivolti a turisti (T) e 3 rivolti ad operatori economici (OE). Nello specifico verrà implementata una app mobile in doppia lingua (italiano ed inglese) fruibile da 2 nuovi totem distribuiti nel centro storico (2 servizi T); saranno sviluppati due virtual tour (2 servizi OE), un servizio di vetrine digitali integrate (1 servizio OE) ed un evento live (1 servizio T). Nell'ambito della realizzazione dei servizi digitali integrati è prevista anche la produzione di contenuti digitali di qualità che sarà rivolta agli ambiti e alle iniziative che sono centrali all'interno della strategia turistica del Comune di Senigallia con specifico riferimento a due aree che caratterizzano l'identità turistica del comune: **la zona del porto turistico** e **la zona del centro storico** oltre che alla valorizzazione del **legame mare-colline circostanti**. La realizzazione e la gestione dei servizi digitali proposti sarà possibile solo attraverso l'effettiva collaborazione degli stakeholders presenti sul territorio che saranno coinvolti nel progetto attraverso **manifestazioni di interesse e accordi** per rafforzare la progettualità, rafforzandone la cantierabilità e la sostenibilità post progetto. Nello specifico il progetto coinvolgerà l'Unione dei Comuni Le Terre della Marca, l'Associazione Alberghi e Turismo di Senigallia e l'Associazione Amici del Molto che si renderanno disponibili a:

- mettere a disposizione le proprie competenze e relazioni sul territorio per sviluppare accordi e azioni di coinvolgimento degli attori privati e degli operatori turistici del territorio, delle istituzioni;
- partecipare alla progettualità promossa dall'Ente, mirata a valorizzare l'attività di promozione di tutti gli Enti facenti parte dell'Unione, delle loro specificità ed eccellenza all'interno di una cornice più ampia locale, regionale, nazionale e internazionale.

Per l'effettiva realizzazione e gestione del progetto saranno adottati degli strumenti di management che avranno la funzione di supportare l'attività di coordinamento, ottimizzare le procedure di valutazione interna del progetto, monitorare le attività, supportare la pianificazione delle stesse, controllare la congruenza tra il piano economico e quello tecnico. Il project management di SENIGALLIA TURISMO DIGITALE si basa su tre elementi chiave: 1) Esplicitazione dei compiti e delle responsabilità delle figure principali coinvolte; 2) Adozione di sistemi di pianificazione programmazione e controllo e 3) Istituzione di un team building di progetto. Proprio in merito a quest'ultimo fondamentale punto, vista la complessa articolazione del progetto e la multidisciplinarietà delle tematiche coinvolte, al fine di garantire un management efficace del progetto, il progetto sarà portato avanti grazie alla collaborazione tra l'Area 2 – Affari Generali – Comunicazione – Turismo – Eventi E Sviluppo Economico e l'Area 4 – Sistemi Informatici del Comune

1.2. Obiettivi specifici del progetto

Il progetto intende rafforzare la strategia di promozione turistica del Comune di Senigallia mediante l'implementazione di un framework di interoperabilità locale verso il portale Val Mivola, il DHM e il TDH e contestualmente attraverso la realizzazione di servizi digitali integrati a tali sistemi. Tale framework caratterizzato da una triplice interoperabilità sarà in grado di accrescere la competitività del sistema turistico locale, incrementando i flussi turistici e la qualità dell'offerta, valorizzando l'esistente framework di asset digitali a disposizione del Comune di Senigallia. Per rispondere ai fabbisogni espressi da parte dell'Amministrazione Comunale e a agli obiettivi della Sfida 3 - TURISMO E CULTURA 4.0 della Agenda Digitale Agenda per la TRASFORMAZIONE DIGITALE 2021-2027 di Regione Marche, che intende promuovere ecosistemi e piattaforme digitali a supporto dei cluster economici, del turismo e della cultura, dell'artigianato, della Pubblica Amministrazione, il progetto si articola nei seguenti Obiettivi Specifici (O.S.) e consegue i rispettivi Risultati (R):

O.S.1: Innovare, specializzare e integrare l'offerta turistica, costruendo itinerari turistici integrati con gli operatori economici del territorio, sviluppando un'offerta turistica qualificata che possa essere promossa a livello regionale e nazionale attraverso la realizzazione 2 servizi digitali integrati che collegano Punti di Interesse (POI) agli Operatori Economici (OE) il con DHM, nello specifico:

- R1.1: Realizzazione di un itinerario turistico sotto forma di Virtual Tour nella zona Porto (Cod. 1.1.1): Il porto turistico di Senigallia, Porto della Rovere, riqualificato da pochi anni, offre importanti servizi per le imbarcazioni in transito su cui questa amministrazione intende puntare anche attraverso nuovi investimenti infrastrutturali. In linea con l'obiettivo dell'amministrazione di trovare modalità innovative per continuare a vivere il mare anche fuori stagione e promuovere la conoscenza del prodotto ittico locale mediante il concetto di una dieta sana ed equilibrata, della cucina gourmet di master chef locali, il progetto prevederà la realizzazione di un virtual tour che parte dalla Casa da Mare e che si snoda lungo l'area portuale, toccando le attività ittiche e marinare del luogo (pescherecci, noleggi di imbarcazioni ed organizzazioni di tour marini,...) . Il tour metterà in risalto oltre che la zona adibita alle imbarcazioni, anche il prestigioso skyline, la zona fitness e l'area destinata alla pesca e mercato ittico locale. Inoltre, sono in corso importanti investimenti sia pubblici che privati di riqualificazione completa degli immobili che circondano l'area portuale (Hotel, zone residenziale/turistica di prestigio).

-R1.2: Realizzazione della Vetrina Digitale Comunale (Cod. 1.2.1): Il Sito web comunale ospiterà una pagina con le vetrine digitali degli operatori economici presenti nel centro storico. Tale servizio sarà integrato con una funzionalità avanzata di elezione e filtraggio in doppia lingua nativamente integrata con il DHM. Il servizio ha l'obiettivo di presentare gli operatori economici e le imprese del centro storico del Comune di Senigallia mediante una vetrina digitale che consente agli operatori di avere un accesso profilato integrato con Cohesion ID per poter nel tempo aggiornare le informazioni ed aggiungere contenuti digitali. L'attività verrà disciplinata da specifici accordi con gli esercenti che saranno perfezionati nel corso del progetto. Complessivamente saranno coinvolti e inseriti come Operatori Economici all'interno del DHM 85 ristoratori ed esercizi commerciali e 160 attività di ricettività enogastronomiche.

O.S2: Fidelizzare gli utenti, e quindi cittadini e visitatori attraverso proposte personalizzate rispetto alle loro esigenze e preferenze, offrendo un'esperienza sul portale turistico personalizzata. Per rispondere a questo obiettivo, il progetto realizzerà:

- (R2.1) una Web App mobile con gestione multilingua interoperante con DHM fruibile da totem in doppia lingua (Cod.1.2.2) rivolta a cittadini e visitatori che consentirà loro di fruire di tutti i contenuti predisposti utilizzando la tecnologia di Realtà Aumentata, eventuali traduzioni simultanee di lingue diverse dell'Italiano e l'inglese, eventuali servizi evoluti condivisi con l'associazione albergatori (Es. Acquisto ticket bus, acquisto ingressi museo)

- (R2.2) una guida turistica digitale interoperante con il DHM, sottoforma di un Virtual Tour (Cod. 1.2.3) mirato alla valorizzazione del territorio collinare limitrofo alla realtà urbana di Senigallia. Il "Virtual Tour delle Colline di Velluto" prevede l'utilizzo di tecnologie di QR Code e Realtà aumentata per la valorizzazione del territorio limitrofo a Senigallia e per costruire un collegamento turistico con la ValMivola. Il Virtual Tour intende far conoscere al turista cittadino anche il territorio peri-urbano e favorire la fruizione turistica lungo le Colline di Velluto, promuovendo le località limitrofe a Senigallia e permettendo al territorio di connettersi

all'attività di promozione della ValMivola. Il progetto realizzerà un tour virtuale con l'utilizzo dei QRcode presso gli operatori viti-vinicoli e produttori locali di prodotti tipici siti nelle prime colline a ridosso del centro abitato (zona Le Grazie, scapezzano), attraverso la creazione di un percorso che consenta di far sviluppare sinergie anche con il territorio del Comune di Tracastelli, comune direttamente confinante con Senigallia.

- (R2.3) Realizzazione di FishMarche(t) sottoforma di Evento in streaming On Line interoperanti con DHM (Cod. 1.3.3). Al fine di aumentare la platea digitale dell'ormai canonico Evento Fisch Marke(t) che punta ad assumere un rilievo internazionale e che è organizzato ogni anno a fine settembre da venerdì a domenica al Porto Turistico e alla Casa da Mare, la prossima edizione di tale festival sarà realizzata sottoforma di Evento streaming online. Il festival ospita degli eventi che mettono insieme lo street food, lo show cooking, laboratori ed arte per valorizzare la bellezza del territorio senigalliese e la qualità del pescato locale nell'ottica del sostegno dell'economia del territorio e di sostenibilità ambientale. L'obiettivo di coniugare mare e terra, pescato e vitigni che arrivano sulle tavole come piatti e vini in abbinamento, illustrato ai partecipanti da esperti e produttori con uno street food sapientemente preparato da ristoratori di eccellenza, aperitivo e musica potrà essere ulteriormente fruito in modalità digitale attraverso la realizzazione di un evento on line con l'obiettivo di amplificare l'audience e la partecipazione all'evento. Complessivamente saranno inseriti come Punti di Interesse, in relazione a luoghi di interesse, itinerari, eventi ed attrazioni, un numero pari ad almeno 80.

O.S:3 Coinvolgere l'intero sistema ecosistema del turismo del territorio comunale mediante un approccio open-source che raccolga input e generi output per tutti gli stakeholder. Per rispondere a questo obiettivo saranno finalizzati (R3) Accordi e Attività di coinvolgimento degli attori locali al fine di dare corpo ed attuazione alla collaborazione per le attività di supporto al progetto, co-progettare i servizi digitali in termine di ideazione grafica dei contenuti digitali da realizzare e requisiti funzionali dei servizi, diffusione e comunicazione dei risultati. Nell'attuazione del progetto il Comune di Senigallia intende attivare un pieno coinvolgimento delle Associazioni e dei soggetti con i quali è in corso una proficua collaborazione, indirizzandone l'apporto su attività di animazione e organizzazione delle iniziative turistiche che saranno oggetto della realizzazione dei servizi digitali integrati, fra queste alcune iniziative che riguardano : l'Associazione Amici del Molo per la promozione che riguarda l'area del porto turistico e FishMarche(t), l'Associazione Alberghi e Turismo Senigallia e l'Unione delle Terre della Marca Senone per la realizzazione di itinerari intercomunali e l'interoperabilità con ValMivola.

1.3. Correlazione degli obiettivi specifici con gli obiettivi generali dell'intervento POR-FESR.

Gli obiettivi specifici del progetto Senigallia Turismo Digitale prevedono, all'interno della cornice di una triplice interoperabilità con il Portale Valimivola, DHM e TDH, le seguenti caratteristiche e azioni:

- A. Sviluppi di servizi di presentazione operatori economici e fruizione digitale di Itinerari, Eventi, Guide Turistiche e Punti di Interesse (O.S.1)
- B. Creazione di una Web app integrata e Portale Turistico con sezioni specifiche per ogni ambito e servizio (Ambito 1.1 per Itinerari, Ambito 1.2 per Vetrine Promozionali, Ambito 1.3 per Turismo Esperienziale) rivolta a turisti e cittadini (O.S.2)
- C. Formalizzazione di finalizzati alla conduzione e promozione del progetto (O.S.3)

Tali attività consentono di costruire una piattaforma di contenuti e servizi interoperabile a livello locale, regionale e nazionale in grado mettere in relazione i seguenti elementi: persona (turista), contenuti (da cui desumere l'interesse della persona), destinazioni e offerta (alberghiera; gastronomica ecc.). Tale ecosistema consentirà di accentrare tutti i contenuti e servizi digitali in un unico ambiente. Cittadini e turisti possono accedere a tutti i servizi in modo integrato e fruire dei contenuti in maniera digitale per progettare e programmare la loro visita e le loro attività. Anche gli Operatori Economici hanno la possibilità di creare la loro vetrina digitale aggiornabile completamente integrata con tutti gli altri servizi. L'utente visitando la vetrina digitale del comune, potrà accedere ai contenuti digitali, visualizzare ed immaginarsi da remoto le attività e gli itinerari e capire quali sono i punti di interesse da visitare e gli specifici operatori economici da intercettare, garantendo una visione completa del comune, del suo territorio, delle sue attività, esperienze ed Operatori Economici.

Il progetto intende contribuire agli obiettivi dell'intervento 1.2.2.2 PR-FESR 2021-2027 in quanto produce effetti in merito a:

- Valorizzazione dell'offerta turistica locale utilizzando canali di distribuzione a livello regionale e

nazionale: Il progetto si propone di valorizzare il turismo locale attraverso la costruzione di un DMS locale e l'uso di tecnologie innovative (AR, QRCode), contribuendo a promuovere la destinazione turistica anche attraverso l'uso dei canali regionali e nazionali. Il comune si vuole dotare di un sistema che possa dialogare costantemente con i sistemi regionali per la raccolta, conferimento e aggiornamento delle schede informative sui POI, itinerari turistici digitali, vetrine promozionali degli operatori economici e pacchetti turistici esperienziali. L'integrazione continua con il DHM e con il TDH garantirà l'allineamento, la coerenza e la qualità dei dati. Questo aiuterà a rilanciare le informazioni relative alla destinazione turistica attraverso canali regionali e nazionali.

- Dotazione di un ecosistema sostenibile per la definizione e creazione di Punti di Interesse (POI) e itinerari turistici di alta qualità: Il progetto mira a far sì che il comune si possa dotare di un ecosistema software che gestisca l'intero ciclo di vita dei POI. Lo strumento permetterà il facile inserimento, aggiornamento ed eventuale cancellazione delle informazioni turistiche di rilievo per il bando. In particolare, il sistema permetterà anche ad attori esterni all'ente (operatori turistici, associazioni) di inserire informazioni relative alla promozione di Itinerari ed esperienze sul territorio.

Dotazione di un ecosistema sostenibile per la promozione delle attività economiche locali e coinvolgimento del territorio: il progetto vuole contribuire a costruire una community che vede il comune e le realtà economiche locali cooperare in un modello economico di sviluppo e di sostenibilità innovativo e condiviso. L'obiettivo è assicurare la sostenibilità a lungo termine del progetto, consentendo la continua crescita e l'adattamento alle mutevoli esigenze del settore turistico e alle nuove tecnologie emergenti, in modo da continuare a sostenere e ampliare i risultati previsti dal bando. Il comune si vuole dotare di un sistema che permetta di coinvolgere attivamente il territorio, inclusi gli operatori economici e altri stakeholder locali, nella gestione e promozione delle risorse turistiche attraverso meccanismi di co-creation. L'ecosistema dovrà dunque prevedere meccanismi per il coinvolgimento degli attori che operano sul territorio che dovranno poter proporre e contribuire all'inserimento di informazioni rilevanti per gli obiettivi del bando.

1.4. Quadro territoriale e analisi del contesto.

Il Comune di Senigallia è un comune a forte vocazione turistica, sorge sulla costa medio-adriatica alla foce del fiume Misa a circa 25 km da Ancona e a circa 32 km da Pesaro.

Il suo territorio è prevalentemente pianeggiante, ma circondato da colline degradanti verso il mare; il centro storico ricalca l'impostazione urbanistica della città romana che fu fondata su una collina a sud del fiume Misa. Dal 1997 Senigallia si può fregiare della prestigiosa Bandiera Blu, il riconoscimento che la FEE (Foundation for Environmental Education) rilascia alle spiagge che garantiscono qualità delle acque di balneazione, attenzione alla gestione ambientale, servizi e sicurezza in spiaggia, informazioni al turista. La cittadina vanta la famosa spiaggia detta di velluto, con i suoi 13 chilometri di sabbia finissima, interrotti solo dai lunghi moli del porto e dalla suggestiva Rotonda a Mare, edificata nel XIX secolo per scopi idroterapici e ricreativi e oggi sede di mostre ed eventi. Nel 2022 le strutture ricettive di Senigallia hanno registrato un numero di arrivi pari a 175.189 unità, attivando complessivamente 876.589 presenze. L'incremento percentuale rispetto al precedente anno, che aveva già registrato un considerevole aumento è del 17,12% per quanto riguarda gli arrivi e del 11,11% per le presenze. In pratica, 25.613 turisti in più rispetto al 2021 hanno scelto Senigallia per le loro vacanze, attivando 87.629 presenze aggiuntive. A questo risultato hanno contribuito sia gli arrivi nelle strutture alberghiere (+ 17,28 % rispetto al 2021) che negli esercizi complementari (+ 16,38 % rispetto al 2021). La permanenza media è stata di 4 giornate nelle strutture alberghiere e di 9,6 giornate nelle strutture extralberghiere.

Se il 2021 era già stato contraddistinto dal ritorno degli stranieri, il 2022 vede aumentare ulteriormente l'incidenza del turismo estero: 7.907 arrivi in più rispetto al 2021 (+ 62,11%), con un incremento di presenze estere di 34.857 unità (+ 66,82%). Nel 2022 il turismo estero nel nostro Comune ha inciso per l'11,78% sul totale arrivi e per il 9,93% sul totale presenze.

Senigallia si conferma anche per il 2022 il primo Comune della Regione Marche per il numero di presenze turistiche complessive.

Anche per il 2022 i dati statistici sul turismo nel Comune di Senigallia evidenziano un trend in crescita, con un incremento notevole sia in termini di arrivi che di presenze ed un andamento che si discosta solo di poco, in termini assoluti, dalla situazione antecedente alla pandemia. Nel corso degli anni la strategia di promozione turistica del Comune di Senigallia si è differenziata in diverse linee di intervento, caratterizzando oggi il Comune come una destinazione turistica molto apprezzata sotto diversi punti di vista che riguardano

non solo l'offerta balneare e di ricettività, ma anche eventi musicali e di intrattenimento di rilievo nazionale (es. Summer Jamboree), una sempre maggiore attenzione al turismo e alla mobilità sostenibile, una qualificazione dell'offerta eno-gastronomica anche attraverso la presenza di chef stellati e la valorizzazione del prodotto tipico locale e della pesca, come elemento caratterizzante dell'offerta turistico-culturale ed identitaria del territorio costiero senigalliese. Negli ultimi anni è stato ideato ed organizzato un importante evento, "Fish Marche(t)" giunto ormai alla terza edizione ed in costante crescita che vanta la partecipazione di numerosi ristoratori del territorio, rappresentanti della cucina marchigiana, tra cui importanti chef stellati (Mauro Uliassi, Matteo Baba, Vittorio Serritelli, Niko Pizzimenti, Simone Pongetti,...) e che ha collezionato sin dalla prima edizione oltre 2000 presenze. Il Progetto Senigallia Turismo Digitale si inserisce in quadro di promozione turistica complessiva che intende far leva sulla valorizzazione dell'area portuale e la pesca facendo propri gli elementi della Blue Economy in continuazione e in sinergia del progetto avviato della proposta FishMarche(t).

L'area porto, ritenuta strategia dall'amministrazione, vede già numerosi interventi di riqualificazione e valorizzazione, attraverso l'impiego di ingenti capitali pubblici e privati, così come l'area del porto turistico anche attraverso la creazione di un'azienda speciale Senigallia Servizi che ha il compito di rilanciare il Porto della Rovere, incrementando anche il numero di transiti delle imbarcazioni, pertanto la promozione e la costruzione di materiale promozionale di qualità dedicato al un pubblico fortemente legato al mare accrescerà ancora di più la forza di questo progetto.

1.5. Progetti funzionalmente collegati al progetto presentato

Il Comune di Senigallia è da sempre stato un attore proattivo nel sistema digitale regionale avviando sin dalla precedente programmazione numerosi progetti in collaborazione con la Regione Marche anche svolgendo un ruolo di capofila nei confronti dei piccoli comuni dell'Unione delle Terre della Marca Senone di cui Senigallia è parte.

Fra questi i progetti di egovernment finanziati nel POR-FESR 2014-2020 di cui il Comune di Senigallia:

- Misa Digital Agent - POR 2014-2020 - ASSE 2, AZIONE 6.2.B (DGM N° 167 del 21/08/2018)
- Misa Open Data POR 2014-2020 - ASSE 2, AZIONE 6.3.B (DGM N° 167 del 21/08/2018)

Il Comune di Senigallia ha anche partecipato al progetto DigiPalm aderendo con manifestazione di interesse Prot. N. 54108 del 24/11/2020. Inoltre, Senigallia ha acquisito il finanziamento relativo alla attivazione dei Centri di facilitazione digitale per la realizzazione di 2 Centri "Bussola Digitale" a Senigallia ed 1 in ciascuno dei comuni dell'Unione. DGM N° 141 del 27/06/2023.

Per l'attuazione del PNRR, il Comune di Senigallia ha stipulato con la Regione Marche una convenzione per l'utilizzo e la gestione di sistemi e servizi informatici regionali, per l'integrazione con il sistema di autenticazione SPID-CIE previsto dalla misura 1.4.4 del PNRR Transizione Digitale.

DGM N° 340 27/12/2022. Nell'ambito del presente progetto di sviluppo di Servizi Digitali Integrati, il Comune di Senigallia intende non solo integrarsi al DHM ma intende utilizzare il sistema di autenticazione degli operatori dell'ecosistema digitale del turismo (Comune, associazioni, operatori turistici,) mediante CohesionID. Per l'utilizzo delle infrastrutture regionale DHM il Comune di Senigallia si impegna a sottoscrivere successivi specifici accordi con la Regione Marche.

2. SPECIFICHE TECNICHE DEL PROGETTO E DELLA INFRASTRUTTURA RISULTANTE

2.1. Relazione sulle caratteristiche tecniche del progetto e dell'infrastruttura contenente: i requisiti strutturali e funzionali minimi necessari, descrizione della tipologia di Applicazione/Servizio erogato.

Il progetto SENIGALLIA TURISMO DIGITALE verrà realizzato attraverso il potenziamento dell'architettura informativa già esistente, in seguito alla delega della funzione di Promozione Turistica all'Unione dei Comuni le Terre della Marca Senone. L'attuale architettura è già stata realizzata in modalità di cooperazione applicativa fra le 2 piattaforme (CMS Open Source WordPress) su cui è sviluppato feelsenigallia.it e valmivola.com, pertanto sia il progetto iniziale, sia la sua realizzazione nella prima versione, prevede un'integrazione e cooperazione con sistemi terzi, onde evitare la duplicazione dei contenuti al fine di razionalizzare i costi in termini di tempo uomo dedicati alla creazione ed all'aggiornamento dei contenuti in più sistemi informatici. La stessa architettura sarà configurata per interfacciarsi con la Piattaforma GoodPa,

attraverso la pubblicazione di dataset legati al turismo, alla promozione o all'analisi aggregata dei dati relativi alle presenze. Tale scelta architettureale oggi ci consentirà una più agevole integrazione dei contenuti con piattaforme di terze parti, come il DHM, piattaforma SmartDATA, Piattaforma OpenData ed integrazione con strumenti interattivi periferici (Totem, App ecc). Il progetto tecnico che si intende attivare con questo finanziamento consentirà all'ente di poter integrare attraverso le API Rest sviluppate con tecnologie Open Source, i dati presenti nel database feelsenigallia.it sincronizzandole con i database regionali del DHM e la piattaforma SmartDATA. In questo modo tutte le istanze caricate o modificate nel database comunale, verranno rese immediatamente disponibili sul database regionale, sul database www.valmivola.com, ovvero il sito di promozione turistica dei Comuni delle Valli del Misa e Nevola, e nei dispositivi periferici che verranno posizionati nei luoghi strategici (Totem e App). Il connettore API potrà in futuro essere adeguato anche per connettersi con altri applicativi come ad esempio Applicazioni mobili, portali turistici o tematici, portali di servizio o promozionali gestiti direttamente da Senigallia Incoming e Seni.galliaincoming.com, e potrà rendere disponibile a terzi i contenuti del database feelsenigallia.it. L'architettura verrà progettata e gestita su cloud qualificato Agid. La modalità di gestione degli operatori partner del progetto necessaria alla produzione e mantenimento aggiornati dei contenuti nel sistema unico feelsenigallia.it, avverrà attraverso l'autenticazione forte, tramite il sistema di autenticazione regionale CohesionID.

Il progetto prevede, oltre all'adeguamento e sviluppo dell'architettura informatica ed informativa centralizzata, l'obiettivo di rendere fruibili le informazioni sulle peculiarità del territorio e relativi operatori economici anche in assenza di una guida fisica, avvalendosi di tecnologie innovative quali QR code, realtà aumentata o virtuale e applicazioni web di facile accesso, interoperanti con il DHM.

Verranno mappati i punti di interesse del Comune (borghi e località, monumenti, luoghi e opere d'arte, attività per sport, svago e tempo libero, strutture eno-gastronomiche, eventi, etc..), definiti in accordo fra tutti i partner del progetto e con gli operatori economici coinvolti (artigiani creativi, commercianti di prodotti tipici, outlet, negozi storici, attività di accoglienza e ricettività, ristoratori ed esercizi di somministrazione alimenti e bevande, etc..).

Verranno installati a ridosso dei punti di interesse o operatori (con pannellatura specifica a muro o a terra e riconoscibile dal punto grafico), la segnaletica con QR code, grazie alla quale il visitatore potrà essere guidato alla scoperta del territorio comunale e delle sue eccellenze. In particolare, il progetto prevede la creazione degli itinerari precedentemente descritti. Il QRcode, infatti, essendo una segnaletica interattiva, consentirà al visitatore di accedere a contenuti extra, anche, per i contenuti a realtà aumentata, grazie ai quali verrà guidato in un affascinante percorso composto da Videoguide tradizionali, Video guide a 360°, VirtualTour immersivi, riprese con droni o camere a 360° di luoghi che fisicamente sono anche distanti dal punto di fruizione del tour guidato e contenuti extra o documentazione storica. Tutti questi elementi arricchiranno la visita del visitatore, il quale potrà, in piena autonomia, fruire gratuitamente di una guida digitale. I contenuti verranno prodotti tutti in lingua italiana e inglese, saranno predisposti contenuti e strumenti che attraverso tecnologie innovative, quale l'intelligenza artificiale, che potrà consentire la risposta interattiva con l'utente. Tutti i contenuti, per riprodurre gli avatar delle videoguide, saranno ospitati in cloud su servizio certificato Agid. Negli strumenti di gestione contenuti, saranno attivati nuovi canali di comunicazione integrata sui social ed attivati nuovi strumenti evoluti di analisi dati proveniente da fonti eterogenee, in grado di consentire la misurazione dell'efficacia della comunicazione verso gli stakeholder. A titolo di esempio si riporta la descrizione dei seguenti itinerari tematici del Tour delle Colline di Velluto

1. UN GIRO IN BICICLETTA NELL'ENTROTERRA SENIGALLIESE

TIPOLOGIA: Percorso in bici

DURATA: 4 ore

LUNGHEZZA: 18 km

NUMERO TAPPE: 7

DIFFICOLTÀ: Medio

DESCRIZIONE ITINERARIO: Bastano pochi km per essere a tu per tu con la natura: vi aspettano 18 km di salite e discese accompagnate da bellissime colline. L'itinerario è adatto a ragazzi e adulti, prevedendo delle pendenze e non risulta adatto ai bambini e si sviluppa partendo sempre dalla Rotonda a mare e proseguendo in direzione sud verso il porto di Senigallia. Costeggiando il fiume Misa si attraversa ponte 2 giugno per poi svoltare a sinistra in via 20 settembre, proseguite per via Rossini e giunti alla rotatoria

con via Cellini curvate a destra. Dopo 500 metri vi troverete nel territorio della Terra del Duca ed è qui che vi aspettano 18 km di salite e discese accompagnate da bellissime colline con la magica sensazione di essere a tu per tu con la natura. Supererete il castello di Scapezzano, dal quale si gode una bellissima vista panoramica e quello di Roncitelli per poi scendere di nuovo verso il mare percorrendo dapprima strada comunale della Cannella e infine strada provinciale Corinaldese e viale IV novembre che vi porterà di nuovo davanti alla Rotonda a Mare.

2. PERCORSO VIGORIA

TIPOLOGIA: Percorso a piedi

DURATA: 2 ore

LUNGHEZZA: 10 km

NUMERO TAPPE: 2

DIFFICOLTÀ: Facile

Percorso Vigoria è un itinerario ad anello che attraversa paesaggi agricoli, collinari e lungofiume del territorio di Senigallia.

PARTENZA - Senigallia: Dal piazzale di fronte all'Az. Agricola Mezzanotte si inizia il percorso imboccando Strada della Foresta percorrendo alcuni tratti in salita fino all'incrocio con Strada del Filetto, andare a destra per poi attraversare ed entrare in Strada San Marco (a tratti bianca e in discesa) fino ad incrociare Strada Cavallo Montirone oltrepassata la quale percorrere la Strada della Noce che sale e si estende su campi coltivati fino ad arrivare in Strada della Querciabella.

DA STRADA DELLA BENEDETTA AL LUNGOFIUME: Da Strada della Querciabella, a sinistra, s'imbocca Strada della Benedetta e alla prima deviazione proseguire a sinistra su Strada Provinciale Arceviese nel breve tratto che attraversa il quartiere in fondo al quale, con attraversamento pedonale su SP 360, ci si trova di fronte alla Casa Cantoniera rossa alla cui sinistra inizia il sentiero che porta sul lungofiume.

2.2 Specifiche tecniche relative ad eventuali elementi complementari di progetto (qualora previsti). (10.000 caratteri spazi inclusi)

Il presente progetto, rientra in una strategia più ampia, ed interconnessa con altri progetti in corso di realizzazione, i totem previsti come dispositivi di fruizione dei contenuti, sono finanziati con il progetto di investimento Azione C Bando accoglienza 2022 "SEGNALETICA TURISTICA E CULTURALE DEL CENTRO STORICO – RIQUALIFICAZIONE E IMPLEMENTAZIONE" - cup B19I22000770006 che è stato finanziato con DDPF 95/TURI del 05.05.2022.

3. ELEMENTI DI CONSISTENZA DEL PROGETTO

3.2 Informazioni relative al piano di manutenzione e gestione del sistema progettato, contenente almeno i soggetti coinvolti, i costi e le coperture finanziarie previste (spese non ammissibili a finanziamento)

Per la gestione del progetto l'Ente costituirà un gruppo di lavoro interno partecipato dall'Area 4 Sistemi Informatici ed Area 2 – Affari generali – Comunicazione – Turismo – Eventi e Sviluppo Economico in modo da coinvolgere tutti i soggetti che potranno indirizzare le attività e trarre beneficio dal progetto. Nel corso del progetto saranno inoltre formalizzati gli accordi di collaborazione con alcuni attori che sono chiave per raggiungere gli obiettivi del progetto e per garantirne la sostenibilità a regime con i quali sono già attive forti relazioni: l'Associazione Amici del Molo, L'Associazione Alberghi e Turismo Senigallia, L'Unione dei Comuni Le Terre della Marca Senone. Sarà sia l'Azienda Speciale Senigallia Senigallia, sia gli Operatori economici che attualmente gestiscono progetti legati al Turismo, come i Tour operator Locale e Tour Operator internazionali. Gli accordi che verranno stipulati saranno indirizzati agli obiettivi specifici del progetto e costituiranno il primo nucleo della community che sperimenterà la collaborazione nel sistema digitale per garantirne l'aggiornamento nel tempo e la condivisione di una strategia turistica allargata per il Comune di Senigallia e dintorni.

Nello specifico, l'accordo con l'Unione dei comuni Le Terre della Marca Senone (già formalizzato) sarà finalizzato a sperimentare le integrazioni di interoperabilità fra i due portali, FeelSenigallia e MisaNevola, oltre

alla ideazione e pubblicazione di itinerari intercomunali che collegano le frazioni di Senigallia e l'entroterra sui diversi canali (DHM, FeelSenigallia, MisaNevola e TDH).

Per i servizi digitali e l'evento live che riguardano l'area del Porto Turistico e l'evento Fish Marche(t), saranno invece formalizzati accordi ad hoc con l'associazione Amici del Molo.

Verrà coinvolta l'Azienda Speciale Senigallia Servizi, azienda del Comune che gestisce il porto turistico per la promozione e gestione della comunicazione sull'area.

Per i servizi digitali di vetrina che riguarderanno gli operatori del centro storico e dell'accoglienza, come pure per gli itinerari verranno invece coinvolti nel progetto due operatori turistici con i quali sono già attive forti collaborazioni:

- L'Associazione Alberghi e Turismo Senigallia

Per quanto concerne il piano di gestione e manutenzione del sistema progettato saranno previste le seguenti attività e costi:

- Assistenza tecnico-informatica del sistema dei servizi digitali integrati, sarà a carico del Servizio Informatica dell'Ente che prevede un importo di € 2.000,00 all'interno del presente progetto per 18 mesi successivi al collaudo a cui si aggiungeranno i costi annuali pari ad € 3.700,00 già previsti nel budget dell'amministrazione bilancio 2024-2026 capitolo 1168/19.
- Aggiornamento dei contenuti del portale FeelSenigallia, alimentazione del DHM con ulteriori itinerari e servizi digitali saranno a carico del servizio Area 2 Affari generali – Comunicazione – Turismo – Eventi e Sviluppo Economico e rientreranno nella attività ordinaria del servizio che prevede annualmente l'impiego di una unità di personale full time dedicato alla cura ed aggiornamento dei contenuti online. Nel corso dell'anno 2022 è stato acquisito un contratto di servizio triennale per la gestione della comunicazione anche per finalità turistiche che ha visto e vedrà la produzione di numerosi contenuti di qualità, la loro pubblicazione anche su canali social, oltre alla produzione di materiale video, fotografie, Voli, durante le principali manifestazioni/eventi, attraverso le proprie risorse finanziarie.
- Sviluppo di ulteriori contenuti digitali per l'alimentazione del TDH da parte degli operatori economici e dei soggetti sottoposti ad accordi, in particolare **L'Associazione Alberghi e Turismo Senigallia** si occuperà di creare nuovi tour ed il mantenimento delle informazioni coerente ed aggiornato per tutte le attività economiche ed operatori coinvolti nel progetto.

Nel progetto viene prevista e ritenuta strategia la formazione strutturata e periodica degli operatori, indispensabile per sviluppare la community;

Questa fase è necessaria alla creazione di una struttura per il mantenimento e l'aggiornamento del processo di affiancamento agli operatori turistici per garantire la sostenibilità di quest'azione nel tempo.

La fase prevede:

- Sessioni di formazione per il personale dell'ente ed altri soggetti coinvolti nella gestione della destinazione per creare delle procedure di supporto agli operatori negli ambiti definiti nella fase precedente (creazione prodotto turistico e utilizzo dell'infrastruttura digitale).
- Creazione di itinerari turistici digitali.
- Sessioni di incontro tra operatori e comune per lo sviluppo di sinergie per il co-marketing e la promozione collaborativa della destinazione.

Il fine di questa fase è quello di creare una struttura solida per garantire un supporto continuativo agli operatori turistici della destinazione al di là del periodo della consulenza

4. INFORMAZIONE AGLI ATTORI COINVOLTI

4.1 Attività di informazione verso gli attori coinvolti nel processo, al fine di garantire una diffusione della conoscenza delle azioni intraprese per la fruibilità dell'utilizzo del progetto.

Il progetto coinvolge trasversalmente numerosi attori interni ed esterni all'Ente, che svolgeranno un ruolo di agente attivo non solo nella fase di co-progettazione e di sperimentazione ma soprattutto nella fase di diffusione dei risultati.

Nell'ambito del progetto verrà attivata inoltre un'attività di stakeholders engagement prevedendo momenti di informazione sull'iniziativa, ideazione dei servizi e dei contenuti, test e validazione dei servizi realizzati, formazione sull'utilizzo e verranno poste le basi per la costruzione di una community permanente per la promozione turistica della destinazione di Senigallia.

Tale attività verrà svolta dall'ente in presenza e online con il supporto dei soggetti realizzatori individuati per

l'attuazione del progetto, adottando una modalità itinerante in modo da essere più vicino ai luoghi e agli operatori.

Con gli attori chiave saranno previsti almeno 3 incontri in presenza che si svolgeranno in luoghi in tema con i servizi digitali che si andranno a realizzare: all'interno della Casa da Mare, nel palazzo comunale nel Centro storico e presso la sede dell'Unione in modo da avviare e sperimentare una concreta collaborazione nell'ambito del progetto e costruire insieme un piano di sensibilizzazione ed un coinvolgimento a cascata dei singoli operatori turistici.

E' intenzione dell'Ente prevedere con risorse aggiuntive una seconda fase è dedicata al supporto e all'affiancamento degli stakeholder pubblici e privati della destinazione con il fine di definire una strategia triennale partecipata di riqualificazione turistica per l'intero territorio ed alimentare l'attività della community.

Questa fase è fondamentale per allineare tutti gli stakeholder del territorio nella creazione di un prodotto turistico ben definito e partecipato.

La fase prevederà i seguenti step:

- 2.1. Supporto e formazione ai diversi soggetti pubblici interni all'ente e nell'ambito dell'Unione per la definizione della strategia a partire dai dati raccolti nella fase precedente nell'ambito della struttura di governance della destinazione e del processo di gestione dell'offerta turistica.
- 2.2. Affiancamento ed accompagnamento degli operatori turistici nella costruzione di prodotto turistico innovativo come ad esempio itinerari tematici, esperienze innovative, combinazioni di servizi.
- 2.3. Supporto agli operatori turistici per l'utilizzo dell'infrastruttura digitale (DMS, QR codes, tag NFC) e di tutti gli apparati connessi.

Per queste attività si riserveranno ulteriori risorse proprie e si cercherà la compartecipazione dei soggetti privati.

Area 2 Affari Generali – Area Eventi e Sviluppo Economico – Comunicazione Istituzionale provvederà a redigere anche un piano di comunicazione e attività social, web e conferenza stampa.

5 CRONOPROGRAMMA

5.1 Specificazione dei tempi delle procedure, approvazioni, realizzazione dell'intervento e messa in

esercizio, in coerenza con il cronoprogramma indicato all'art. 11.1 del presente bando.

Il Work Plan di progetto è strutturato in 5 Work Package e prevede una durata complessiva di 18 mesi (WP1-WP2-Wp3 e WP4) che saranno seguiti da una attività di manutenzione e gestione di (WP5) della durata complessiva di 24 mesi.

Il WP 1 - Gestione del progetto e Public procurement, prevede lo svolgimento delle seguenti attività:

- T.1.1: Affidamento realizzazione Tourism Digital Ecosystem ed API di interoperabilità e servizi di manutenzione (M3-M6)
- T.1.2: Affidamento servizi accessori e di gestione dei contenuti e service di comunicazione e copy (M3-M6)
- T1.3: Gestione amministrativa e Supporto al RUP (M1-M18)

Il WP2 - SENIGALLIA - Tourism Digital EcoSystem, prevede lo svolgimento delle seguenti attività:

- T2.1: Sviluppo, test e collaudo del Back Office di Gestione dei contenuti con le strutture dati compliance alle ontologie di riferimento (M7-M12)
- T2.2: Sviluppo, Test e collaudo delle API di interoperabilità con DHM, TDH e ValMivola (M8-M13)
- T2.3: Sviluppo test e collaudo dell'integrazione dei servizi digitali con le infrastrutture regionali aggiuntive (A2) : Cohesion ID, Smart Data e Open Data - Good Pa (M12-M16)
- T2.4: Implementazione dei Servizi Digitali Integrati e popolamento DHM (itinerari, vetrine operatori economici, evento live, APP multilingua per TOTEM interoperabile con DHM, TDH e ValMivola) (M14-M16)

Il WP3 - Digital Content & Creativity prevede lo svolgimento delle seguenti attività:

- T3.1: Sviluppo Contenuti digitali e foto per Vetrina degli operatori economici, Virtual tour, Gestione Evento Live, Video da drone,...) (M7-M17)

Il WP4 Stakeholders engagement e comunicazione di progetto prevede lo svolgimento delle seguenti attività:

- T4.1: Formazione, gestione degli accordi e sviluppo della community (M1-M18)
- T4.2: Comunicazione e promozione del progetto(M1-M18)

L'attività di manutenzione e gestione dell'ecosistema digitale e dei contenuti (WP5) verrà svolta a partire dal collaudo del sistema (M18) per i successivi 24 mesi (M42).

Attività		M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	M13	M14	M15	M16	M17	M18
WP1	Gestione del progetto e Public procurement																		
T.1.1	Affidamento realizzazione Tourism Digital Ecosystem ed API di interoperabilità e servizi di manutenzione																		
T.1.2	Affidamento servizi accessori e di gestione dei contenuti e service di comunicazione e copy																		
T.1.3	Gestione amministrativa e Supporto al RUP																		
WP2	Tourism Digital EcoSystem																		
T2.1	Sviluppo, test e collaudo del Back Office di Gestione dei contenuti con le strutture dati compliance alle ontologie di riferimento																		
T2.2	Sviluppo, Test e collaudo delle API di interoperabilità con DHM, TDH e ValMivola																		
T2.3	Sviluppo test e collaudo dell'integrazione dei nuovi servizi digitali con infrastrutture regionali aggiuntive (A2): Cohesion ID, Smart Data e Open Data - Good Pa																		
T2.4	Implementazione dei Servizi Digitali Integrati e popolamento DHM (3 itinerari, vetrine operatori economici, evento live, APP multilingua per TOTEM interoperabile con DHM, TDH e ValMivola)																		
WP3	Digital Content & Creativity																		
T3.1	Sviluppo Contenuti digitali e foto per Vetrina degli operatori economici , Virtual tour, Gestione Evento Live, Video da drone,...)																	collaudo	
WP4	Stakeholders engagement e comunicazione																		
T4.1	Formazione, gestione degli accordi e sviluppo della community																		
T4.2	Comunicazione e promozione del progetto																		
WP5	Manutenzione e gestione dell'ecosistema digitale e dei contenuti	Servizio previsto dal collaudo per 24 mesi successivi																	

6 PIANO INVESTIMENTO - QUADRO TECNICO ECONOMICO

Voce di Spesa	Descrizione	Netto (iva esclusa)	IVA	Totale
Studio di fattibilità e analisi preliminari giuridiche, economiche, organizzative e di processo	Consulenza Synthesis per servizi di progettazione, presentazione della proposal e servizi di supporto al coinvolgimento degli attori locali per la definizione degli accordi di collaborazione; consulenza specialistica nell'ambito della trasformazione digitale relativa all'Int.1.2.2.2; supporto amministrativo per la gestione delle attività relative al raggiungimento degli obiettivi ed i risultati collegati	4.588,52 €	1.009,47 €	5.597,99 €
Spese per servizi accessori	Aggiornamento contenuti, traduzioni, stakeholders engagement e gestione evento live	7.764,23 €	1.708,13 €	9.472,36 €
Acquisizione, adeguamento e sviluppo software e servizi connessi	Sviluppo connettori TDH, DHM, Cohesion ID, Open Data e Smart Data	8.500,00 €	1.870,00 €	10.370,00 €
Acquisizione, adeguamento e sviluppo software e servizi connessi	Manutenzione (per 24 mesi)	3.725,00 €	819,50 €	4.544,50 €
Acquisizione, adeguamento e sviluppo software e servizi connessi	Produzione di contenuti digitali, video e tour virtuali (3 itinerari tematici Porto, Centro, Colline, Vetrine con 40 operatori minimo, 80 POI)	12.307,50 €	2.707,65 €	15.015,15 €
			-	-
			€	€

TOTALE	45.000,01 €
---------------	--------------------