



**Comune di Terni**



**Direzione Economia – Lavoro – Promozione del Territorio  
Ufficio Turismo, Grandi Eventi – Iat del Ternano**

**AGENDA URBANA  
“VIVI TERNI, SMART CITY”**

Azione 6.1.1

Intervento 3. Smart Living: erogazione digitale dei servizi e del patrimonio turistici – culturali

Terni, 24/10/2022

Progettista Interno:  
Dott. Omero Mariani  
Responsabile P.O.  
Ufficio Turismo



## Premessa

Negli ultimi anni, grazie all'incessante sviluppo tecnologico e mobile e alla diffusione dei social media che si sono imposti come veri e propri market place, il modo di fare turismo è cambiato in modo radicale e dinamico, sia per gli operatori che per il turista, convergendo verso un sistema di Turismo Digitale interoperabile, interdipendente, connesso allo sviluppo della nuova tecnologia e degli strumenti (device) **mobili** per accedervi. L'esplosione dello smart working ha ulteriormente imposto un'accelerazione al processo in atto ed è tuttora in corso.

Per rispondere alle rinnovate esigenze dell'utenza (domanda), sulla spinta dell'innovazione tecnologica, l'Amministrazione Comunale, ha realizzato, nel corso del tempo, in proprio e in base alle risorse disponibili in bilancio, ma anche attraverso linee di finanziamento regionali ed europee, una serie di iniziative, sito web, app. e siti tematici, (es. [www.turismo.comune.terni.it](http://www.turismo.comune.terni.it), app Enjoy Terni, app SCOPRI TERNI, a cui si aggiungono Terni Mapping Art, Natale di Terni, i Plenaristi, La valle incantata, Terre dei Borghi Verdi, l'archeo – digitale di Carsulae e Terni), con relativo ecosistema social media, pagine social tematiche di Facebook Vivi Terni, Instagram Vivi Terni, che risentono dell'ispirazione del momento, della progettazione fund rising, e della tecnologia possibile.

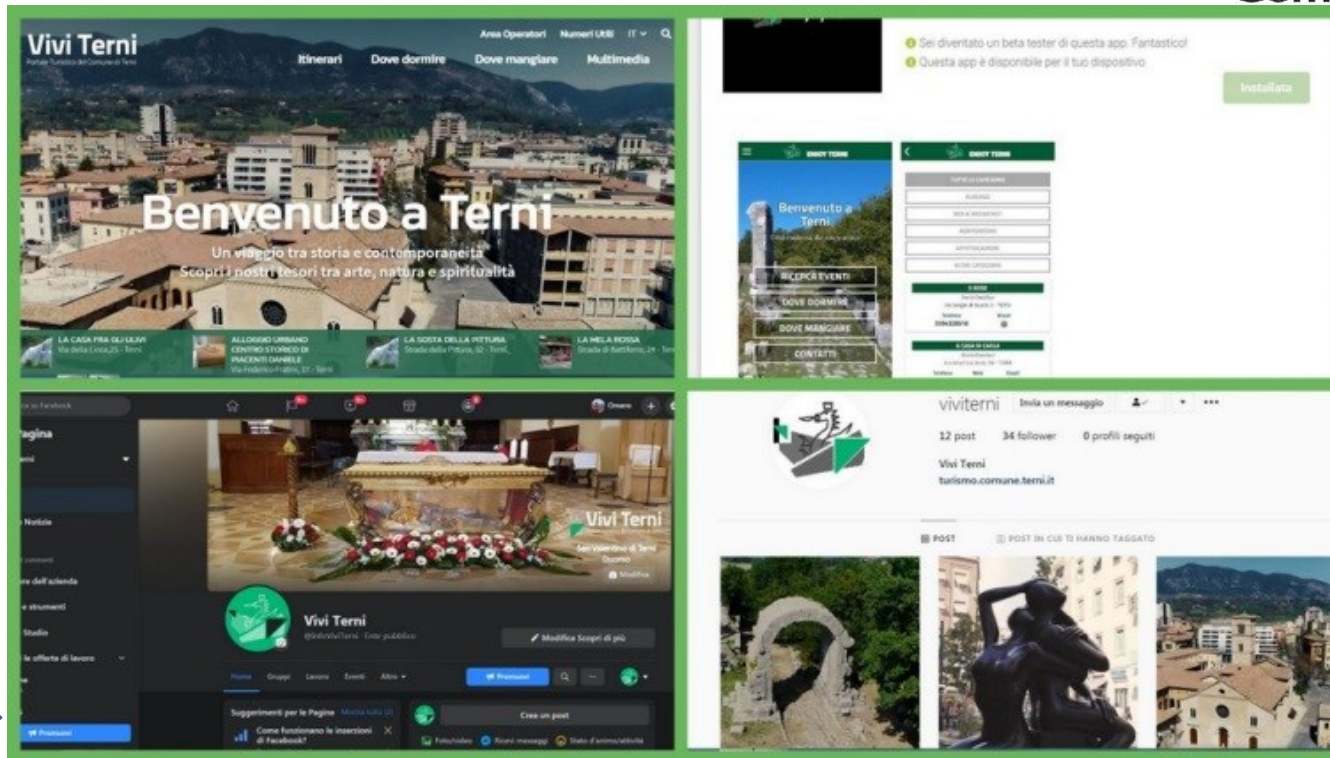
**Tutto ciò necessita ora di una raccolta omogenea gestibile attraverso un Digital Asset Management e Repository, con la logica del RIUSO con una rinnovata gestione di distribuzione dei contenuti e servizi API correlati, garantendo così un linguaggio narrativo e grafico unico, una strategia di marketing e di comunicazione coerente per proseguire con lo sviluppo turistico culturale del settore.**

**Il progetto Vivi Terni: Smart City attualizza gli obiettivi fissati nel 2016 partendo da ciò che si è realizzato nel frattempo ed evolvendosi anche sulla base di componenti applicative (e-booking, digital repository, ecc.) sviluppate da terzi – es il consorzio turistico del ternano - che si è dichiarato a rendere disponibile il relativo riuso, come prodotto e-governance quanto più integrato e scalabile, potenziando in upgrade il proprio sistema digitale, porzione di sito, fan page Facebook di cui già oggi se ne intravedono i contorni, seppur come semplice vetrina e non come sistema funzionale di servizi culturali e turistici in grado di sviluppare relazioni con gli utenti.**

La tabella successiva mette in evidenza parte del realizzato da riposizionare integrandolo. Il CMS Sito, l'App, la Business Page di Facebook, la Pagina di Instagram, alla quale ora va ad aggiungersi la Business Page su Google Maps, di IAT del Ternano, che ha iniziato ad interagire con il pubblico erogando informazioni turistiche direttamente on line.



CMS Vivi Terni,



Facebook, Pagina Vivi Terni

Comune di Terni

App. Enjoy Terni

Instagram, Pagina

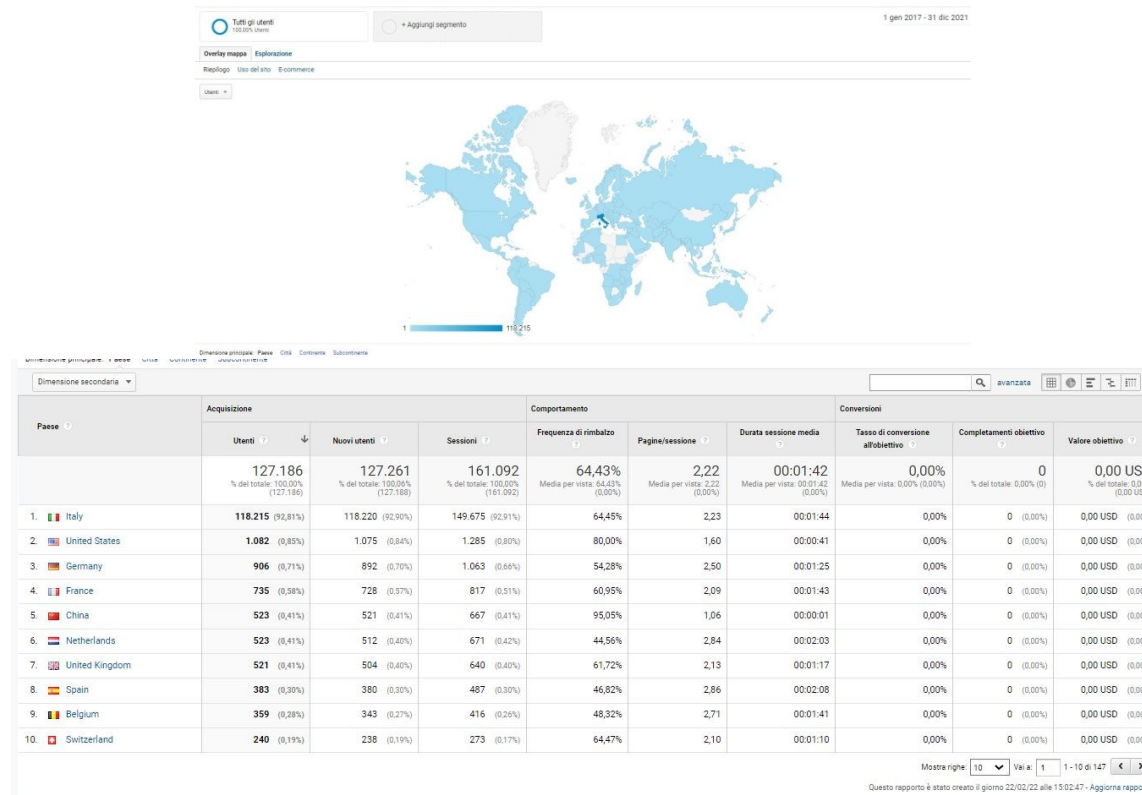
Il Comune di Terni, inoltre, ha già avviato una prima attività di base sui dati insights, con l'attivazione degli strumenti gratuiti di Google analytics e di facebook insights, per l'osservazione della performance dei contenuti e dei comportamenti degli utenti dell'ecosistema digitale realizzato. Si estrapolano di



## Comune di Terni

dati per età, per frequenza e orario di visita, la geo localizzazione di provenienza, e se ne ravvisa la potenzialità per studiare a fondo il mercato e i comportamenti degli utenti (turisti potenziali in cerca di ispirazione on line) e a definire e mirare le azioni di governance del settore culturale e turistico.

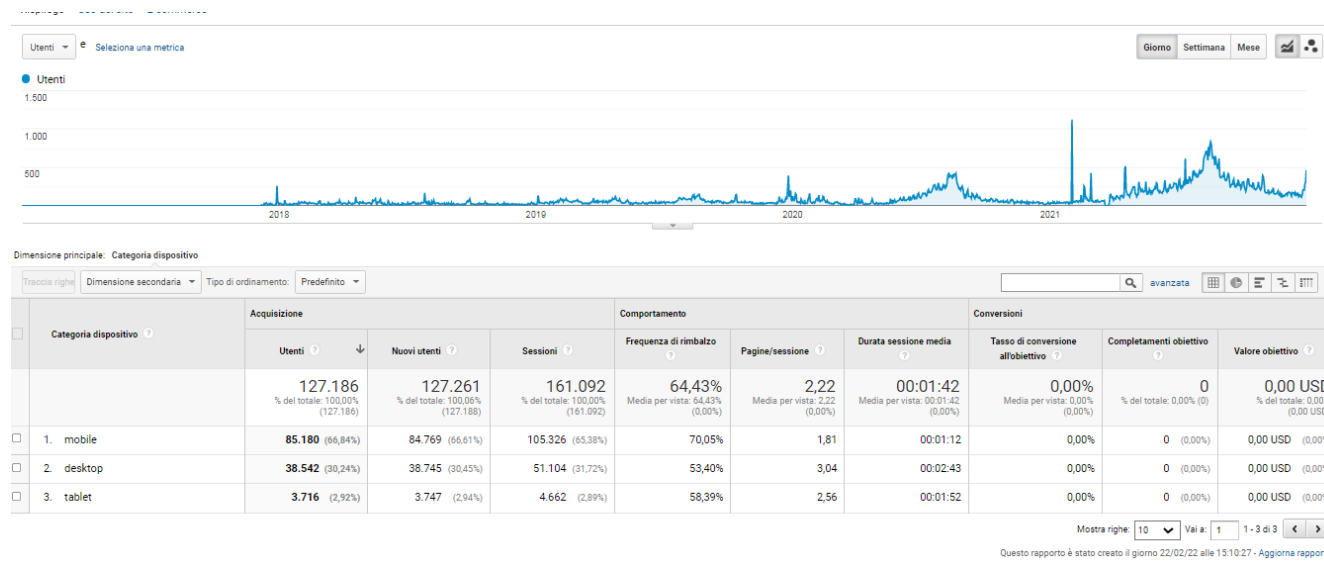
Le tabelle descritte nel quinquennio 2017-2021 di seguito riportate consentono di comprendere meglio le potenzialità indicando i bacini di provenienza della domanda globale e la top ten dei paesi di riferimento del traffico.





## Comune di Terni

L'importanza del "Mobile", affermata dal primo periodo del presente progetto, trova il suo fondamento dal periodo di osservazione, laddove i dati ci confermano, che il futuro è mobile, giacché circa 85% ca. del traffico deriva da device mobili, cellulari e tablet, e solo il 38% da computer desktop, come bene mette in evidenza la tabella successiva. Ciò implica una riscrittura dei contenuti e delle informazioni.



Quest'ultimo dato ci fornisce l'ispirazione di fondo a riposizionare strategicamente e a organizzare l'informazione turistica, in modalità responsive, ossia performante sul cellulare, invero adattabile a tutti i device di connessione mobili, in modo che la qualità di fruizione sia garantita e il messaggio della comunicazione mantenga il suo fascino emozionale. L'informazione va posizionata là dove la stessa sia cercata, ossia il cellulare, nel web, nelle community, nei social media, etc.. Viaggiare smart, significa avere la destinazione nel telefonino, e i suoi servizi *visual* ed emozionali sempre a disposizione, 24 ore su 24, e acquistabili nel proprio device (telefonino, tablet o pc), nelle lingue di maggior diffusione e quanto meno disponibili anche nella lingua inglese, già tradotti o traducibili con i sistemi di traduzione on line.



## Il progetto “VIVI TERNI: SMART CITY”

Occorre dunque rendere più facile l'accesso ai servizi turistici per tutti. **Muovendo dall'esistente, con la logica del riuso** e dal sin qui realizzato, sarebbe logico ed opportuno riorganizzare in un'unica piattaforma/data base tutti i prodotti turistici e digitali esistenti, rielaborando in un unico contenitore tutta l'offerta turistica, con il linguaggio e grafica unica, **ossia quella del Brand System, adottato con l'utilizzo della NUOVA linea di immagine attualmente in uso da parte della Regione Umbria alla DGR n. 1027 del 07/10/2022, integrato con i loghi del programma di Agenda Urbana;**

Il Programma, a suo tempo approvato con **DGR n. 618/2016**, prevede, quanto segue, per l'azione 6.1.1 intervento 3: *“definisce le proposte operative rientranti in una più ampia strategia di sviluppo locale in chiave turistica, per favorire il processo di espansione e crescita delle competenze e la qualificazione dei servizi digitali nel settore turistico – culturale anche in relazione con le aree limitrofe e più in generale con il sistema Umbria.*

*“Parte dalla necessità di valorizzare le attrazioni turistiche presenti nel centro cittadino, ambito di intervento dell'intero Programma Agenda Urbana, per poi estendersi ai comuni attigui, occorre costruire una destinazione turistica digitale e sostenibile attraverso un sistema di interventi che condividono e valorizzano l'innovazione tecnologica, **la geolocalizzazione dei servizi, l'open data, sviluppando quindi un sistema territoriale smart e multicanale nella gestione, integrazione, diffusione di dati ed informazioni per migliorare l'accesso (e – accessibilità) e la fruizione digitale del patrimonio turistico – culturale - commerciale. Tale sistema digitale aperto sia in ambito pubblico che privato con contenuti precisi, completi, aggiornati e certificati, consente di pianificare, acquistare con comodità servizi turistici (pagamenti on line, booking, etc.) e “consumare” la propria esperienza di tempo libero. L'ottimizzazione mobile dei siti web, unita a siti responsive accessibili, è fondamentale per il successo del progetto. Prioritaria risulta anche la realizzazione di video immersivi in 3D, integrati con social media. Agenda Urbana Terni 21.***

Attraverso una piattaforma digitale open e scalabile, su cui implementare i servizi turistici – culturali, l'iniziativa punta a valorizzare l'informazione e i servizi turistici on line, stimolarne la prenotazione con gli strumenti che consentano l'acquisto on line. Sono tutti servizi da integrare perché consentono, oltre che la realizzazione della messa in rete on line delle principali attrazioni turistiche e culturali della città e delle aree limitrofe omogenee, di offrire servizi personalizzati ed utili al turista con il fine della soddisfazione del cliente. **Strategico**, inoltre, e non meno importante è **la generazione/raccolta dei dati**, che il tracciamento del cliente, user, delle sue abitudini di consumo, consentono di comprendere meglio la domanda aggregata e di profilare il cliente.



I servizi, visitati, cliccati e richiesti, i like, le recensioni e le condivisioni, mettono a nudo i punti di forza e di debolezza dell'offerta turistica, che sono, poi gli elementi di base per il passaggio alla nuova programmazione turistica, quella predittiva, fondata sui big data: con questi dati, è possibile attivare, nuovi servizi smart e nuovi strumenti di marketing a rete, utili sia per la gestione del sistema che per la fidelizzazione dell'ospite. L'obiettivo di organizzare servizi turistici a rete profilati consente la pianificazione e il soggiorno *smart* nella destinazione, raccogliendone di dati.

**Le soluzioni tecnologiche di informazione e servizi turistici di seguito descritte ci consentono di centrare l'obiettivo del Programma di Agenda Urbana, che al punto 6.1.1., comma 2 sancisce quello di: “Evolgere il front office (IAT informazione ed accoglienza turistico) da un modello a “punto di contatto unico” verso un modello “multicanale” che possa includere, in ottica sussidiaria, anche intermediari privati, associazioni professionali, organizzazioni di volontariato, e altri tipi di comunità abilitate dai social network”**

Le finalità turistiche complementari che si intendono perseguire sono

- Innovare processi/servizi di informazione ed accoglienza turistica, anche via chat, rispondendo alle essenziali categorie di domanda turistica;
- Facilitare il reperimento dell'informazioni turistiche su device mobili;
- Rendere più accattivante la visita sul territorio mediante l'utilizzo della App;
- Mettere a rete e in rete (internet) l'offerta turistica ricettiva (ca. 1000 camere nella città di Terni, fonte turismatica Regione Umbria) , attraverso un processo di emancipazione digitale, fornendo loro lo strumento, Tool, per consentire la gestione delle prenotazioni e il booking on line;
- Chiudere con il booking service, la catena di valore della promozione turistica della destinazione, **con almeno il 10% delle camere della città**, come obiettivo strategico **in fase di start up**, da incrementare nel triennio successivo, fino ad almento il 50% delle camere in booking digitale);
- Rendere visibile, la variegata offerta del “mangiare”, parcellizzata, anonima, in balia dei player informatici, (es. tripadvisor), con un tool similare (ugc/autogestito) che ne renda evidente la presenza in città e soprattutto la qualità;
- Migliorare l'accessibilità e la messa in rete dei servizi (evitando sovrapposizioni, facilitandone la conversione in termini di prenotazioni);
- Aumentare l'utilità dei canali informativi/applicazioni con i servizi utili di prenotazione, pagamenti etc., che rendono innovativi gli strumenti smart del progetto;



- Realizzare un vantaggio competitivo di destinazione, con i servizi innovativi per il turismo, implementando servizi turistici digitali real time, via chat, anche con la realtà aumentata, 3D e AR, integrati con i servizi turistici per consentire un'esperienza a 360 gradi.;
- Favorire e potenziare l'esperienza del viaggio, prima, durante e dopo il soggiorno del turista;

## **Il progetto “VIVI TERNI: SMART CITY” persegue i seguenti step strategici/output finali**

**1) Implementazione del Digital Asset Management**, soluzione indirizzata a un'efficace gestione del patrimonio informativo turistico-culturale multimediale dell'Ente e degli operatori economici. Un **digital asset repository** attraverso il quale ristrutturare ed uniformare la catalogazione, lo storage, l'indicizzazione e gli accessi alle risorse informative turistiche e culturali.

Uno strumento che razionalizzi la capacità di impatto con il mercato proponendo un **“UNICO CONTENITORE”** in grado di accogliere il complesso dell'offerta turistica comunale, ma che sia capace, nel contempo, di favorire la ricerca e la pubblicazione dei contenuti e **“L'ACCESSO DIRETTO E LA VISIBILITA”** ad ognuna delle componenti in cui si articola.

Muovendo da riuso dell'esistente applicativo di repository multimediale del Comune di quanto il territorio offre, ci si evolverà verso un sistema di gestione **D.A.M. - Digital Asset Management** capace di fornire un approccio sistematico per memorizzare, organizzare, gestire, recuperare e distribuire gli asset digitali crossmediali come video, materiali fotografici, illustrazioni in formato vettoriale, immagini e video a 360°, modelli 3D, documenti, estratti di testo. Il D.A.M. permetterà tramite apposite API (Application Programming Interface) di integrarsi eventualmente con tutte le altre piattaforme/applicazioni sia attuali che future che volessero interfacciarsi con il software, o integrare le risorse del digital asset management all'interno di un altro servizio.

Il sistema D.A.M. sarà dunque elemento centrale per il popolamento e l'aggiornamento informativo dell'offerta turistica e culturale potendosi integrare con la pluralità di siti e di app anche tematici che nel tempo, il Comune ha realizzato.

Portali/siti:

[www.turismo.comune.terni.it](http://www.turismo.comune.terni.it)

[www.natalediterni.it](http://www.natalediterni.it)





<http://www.plenaristi.it/>

<https://lavalleincantata.comune.terni.it/>

App:

Mapping Art (AU Cultura, mappatura dei luoghi d'arte **contemporanea**, dislocata in città, quale itinerario di visita)

Enjoy Terni (Semplice app vetrina, che attualmente propone una parte dei contenuti del portale turistico)

Scopri Terni (app, complessa, con 60 beacon di rilevazione dei punti di interesse turistico-culturale e totem informativi dislocati nella città).

**2) Implementazione di un sistema di prenotazione e acquisto** servizi mediante riuso delle piattaforme **e-booking esistenti**, prenotazione e acquisto servizi turistici, con possibilità integrazione futura con sistemi di pagamento regionali in fase di implementazione. Le piattaforme saranno disponibili anche su totem digitali dislocati per la città e le aree attrattive (POI point of interest) limitrofe omogenee. Il booking botton, in chiave dinamica (dynamic packaging) e gli altri servizi di prenotazione e acquisto, dovranno essere presenti nel Portale turistico del Comune, nella APP, nei pagine dedicate dell'eco sistema Social Media, fin qui realizzati.

**In fase di start up, è necessario implementare il servizio di booking con la disponibilità di almeno 100 camere, invero il 10% del potenziale di ca. 1.000 camere potenziali e disponibili in città, a cui si debbono aggiungere quelle delle locazione turistiche, pur presenti, ma per legge, non annoverate tra gli operatori ricettivi. Tal offerta, dovrà, necessariamente essere ampliata, nel triennio successivo, attraverso una fase di popolamento digitale dell'offerta ricettiva, fino all'obiettivo strategico, di almeno il 50% delle camere on line.**

Una volta valorizzata, resa coerente, ma anche emozionale, la qualità informativa presente nei portali e App, il progetto punta ad **attivare/integrare i servizi turistici on line**, stimolare la prenotazione con gli strumenti che consentano l'acquisto on line. Sono tutte componenti da integrare e consentono, oltre che la realizzazione della messa in rete on line delle principali attrazioni turistiche e culturali della città e delle aree limitrofe omogenee, di offrire servizi personalizzati ed utili al turista e di perseguire il fine della soddisfazione del cliente (vedo un luogo > prenoto un hotel, scopro un'attrazione, un'esperienza la prenoto > il sistema mi espone altre cose correlate, ecc.).

Anche in questo caso si partirà dalle soluzioni esistenti sviluppate negli anni dagli attori del turismo (alcune delle quali, tra l'altro, cofinanziate con risorse pubbliche regionali) e messe a disposizione secondo la logica del riuso.



## Comune di Terni



Il **Booking engine ricettivo** multistruttura è un applicativo che consente agli operatori turistici di mettere in vendita le proprie disponibilità di camere nei canali di distribuzione della Città di Terni. Il sistema è uno strumento essenziale per la promo commercializzazione della destinazione. Naturalmente deve essere utilizzato in una modalità strategica che sia coerente con la presenza delle OTA per non vanificare l'investimento.

Il prodotto è stato pensato per integrarsi facilmente con i sistemi già in uso nelle aziende ricettive, quindi integrato con i sistemi gestionali delle stesse (PMS), per consentire un aggiornamento di tariffe e disponibilità automatico. Ma è stato pensato anche per un facile utilizzo da parte delle aziende di piccole dimensioni, o comunque non dotate di gestionali, per consentire una agile gestione di disponibilità e prezzi tramite extranet.

Il sistema è naturalmente multilingua e sarà oggetto di sviluppo per la costruzione di un connettore API per consentire la rivendita delle disponibilità a terzi (Tour Operator e Agenzie di Viaggio). Inoltre, sarà customizzato per essere reso uniforme rispetto alla linea comunicativa della Regione dell'Umbria e Comune di Terni. Il servizio consentirà di rivendere anche un sottoinsieme di aziende ricettive, selezionate per tipologia di servizi o ubicazione. La gestione di offerta ricettive a tariffe speciali, legati ad eventi pubblici, con l'immissione di un codice di riduzione delle tariffe.

Le scontistiche tra azienda ricettiva e operatore turistico potranno essere personalizzate e gestite con listini dedicati.

Il **Booking engine delle esperienze turistiche** consente agli operatori turistici di mettere in vendita le proprie disponibilità nei canali di distribuzione della città di Terni e di gestire tramite un calendario la validità, i prezzi e le condizioni di acquisto del servizio (per esempio il numero minimo e massimo partecipanti). La soluzione dinamica (dynamic packaging) rappresenta uno strumento innovativo che aggiunge informazioni e opportunità di vacanza e di visita per i turisti, consentendo non solo una mera opportunità di vendita, ma divenendo la rappresentazione dell'esperienza turistica possibile da fruire. Le esperienze turistiche sono quindi fondamentali per la promo-commercializzazione della destinazione perché rappresentano l'aspetto più identitario del territorio, naturalmente molto di più delle camere delle strutture ricettive.

Le esperienze potranno essere inserite in modalità multilingua e raccontate con i formati multimediali che più si preferiscono, inserendo anche la validità temporale per la prenotazione e i costi di acquisto.

La determinazione del costo è piuttosto complessa per questo mercato poiché le categorie di attributi che ne impattano la definizione sono praticamente infinite. Il sistema già presente presso il consorzio turistico ha già risolto questo tipo di problematica e consente sia l'acquisto nelle modalità On request e Free sale, consentendo una grande elasticità nelle metodologie di pagamento.



Anche in questo caso il prodotto sarà oggetto di sviluppo per la costruzione di un connettore API per consentire la rivendita delle disponibilità a terzi con scontistiche preconfigurate dall'operatore ricettivo tramite il sistema stesso. Inoltre, l'applicativo sarà personalizzato per essere reso uniforme rispetto alla linea comunicativa della Regione dell'Umbria e del Comune di Terni.

Il software consentirà di rivendere anche solo un sottoinsieme di servizi, selezionati per tipologia o ubicazione.

Le scontistiche potranno essere personalizzate e gestite con listini dedicati.

L'integrazione di tali prodotti nel loro insieme permetterà lato pubblico, ma anche per gli operatori economici, di avere un **posizionamento strategico di mercato** che possa dare all'iniziativa un'opportunità di successo:

- sia per motivazioni di mercato (presenza booking.com e altre OTA)
- sia per motivazioni tecniche (integrazione channel manager / booking engine / pms)
- sia per filosofia, dato che si vuole essere innovativi e esperienze del genere fallite ce ne sono state tante, di successo forse nessuna.

Si vuole quindi dare **identità e riconoscimento** all' **ESPERIENZA TURISTICA e CULTURALE**, caratterizzandola e gestendola come **“PRODOTTO DA OFFRIRE”**, che va IDENTIFICATO / RACCONTATO / COMMERCIALIZZATO. La declinazione territoriale e tematica dovrà assicurare la copertura a tutte le componenti attive. Tutto ciò inoltre consentirà di acquisire i dati di vendita, presenze e tipologia di cliente per organizzare la **PROGRAMMAZIONE DELLO SVILUPPO TURISTICO** nel tempo.

In sintesi, attraverso la realizzazione e la personalizzazione secondo le logiche del riuso di quanto brevemente illustrato consentirà anche di raggiungere i seguenti obiettivi strategici:

### ***Punto di riferimento per gli utenti***

Divenire il punto di riferimento per la commercializzazione e l'acquisto delle “esperienze turistiche e culturali” da parte del turista in arrivo o già sul territorio. Questo richiede un prodotto all'altezza dell'aspettativa in termini di:

- facilità di utilizzo (tecnico)
- quantità di prodotto presente (popolamento dell'offerta)
- promozione (piani di digital e social marketing e/o piano di comunicazione e piano di promozione)

### ***Punto di riferimento per gli operatori professionali / anche piattaforme web OTA SAT***



Divenire il punto di riferimento per gli operatori turistici nazionali e internazionali interessati alla vendita del prodotto turistico “TERNI, Smart City”.

Ricomprendendo le necessità precedenti si aggiunge:

- soluzione tecnica integrabile con terze parti
- condizioni commerciali di accesso convenienti per tutti gli attori e gestibili informaticamente

***Punto di riferimento per operatori turistici locali***

Divenire il punto di riferimento per gli operatori turistici locali per la messa a sistema e raggiungimento della massa critica per affrontare il mercato del turismo organizzato o delle grandi piattaforme web attraverso:

- una soluzione tecnica integrabile con terze parti
- condizioni commerciali di accesso convenienti per tutti gli attori e gestibili informaticamente

***Standard tecnico***

Diventare lo standard tecnico della città sia per consentire l'accesso e la visibilità alle informazioni turistiche che per la vendita dei servizi turistici; si parla di standard tecnico unico e distribuito perché deve essere agevole per le realtà esistenti integrarsi con la soluzione comunale senza dover buttare integralmente via quanto nei vari territori si è fatto sino ad ora.

La struttura tecnico-prestazionale, quindi quali contenuti, come rappresentarli (l'architettura dell'informazione), la parte funzionale legata alle azioni possibili da parte dell'utente (i software da sviluppare o implementare e le loro integrazioni), discendono dalle scelte di filosofia del progetto.

In uno scenario che prevede di avere un focus specifico sulle esperienze e sulla ricettività è necessario rendere omogeneo il processo di rappresentazione e vendita del prodotto.

Alcuni obiettivi tecnici dovrebbero essere:

- Consentire di gestire agevolmente tutte le tipologie di informazioni turistiche
- Gestire gli operatori turistici associati
- Poter integrare banche dati e comunicare con applicazioni esterne, sia in inbound che outbound
- Gestire richieste di prenotazioni e prenotazioni di servizi/camere
- Essere “digital marketing & social oriented”



Relativamente al **Booking engine** per vendita camere con integrazione con channel manager, data la presenza delle OTA, il progetto definisce una chiara strategia:

- costo più basso rispetto a OTA consentito dal fatto che non si chiede provvigione;
- motore offerto alle aziende ricettive gratuitamente (si aumenta la visibilità intercettando gli utenti che terminano nei siti degli esercizi ricettivi che utilizzano lo strumento del comune);

L'integrazione e lo sviluppo dei motori esistenti, che già gestiscono una pluralità di listini e che consente di gestire anche le prenotazioni dedicate agli eventi (tipicamente sportivi), ma non solo, del territorio, premetterà di avere una soluzione completa, per la costruzione anche autonoma della propria esperienza turistica.

**Anche per le altre soluzioni proposte si opererà sempre per la loro integrazione con strumenti esistenti ad uso dei singoli operatori/gestori.**

Si vuole creare dunque uno strumento informatico aperto a tutti gli operatori turistici e culturali che vogliono rivendere il prodotto Terni. La gestione degli accordi sarà realizzata con metodologia smart contract. L'operatore che vende potrà definire a priori le sue politiche di vendita (anche sconti conti quantità e differenziazione di prezzo in funzione della tipologia pubblico, es. per ubicazione) e chi vorrà potrà selezionare cosa rivendere già con margini e sconti su volumi predefiniti.

L'Integrazione PMS degli hotel e delle altre strutture ricettive (o sistema delle presenze tipo tasso di soggiorno) permetterà inoltre di avere i dati di occupazione anonimi, ma profilati per tipologia vacanza e canale **in tempo reale** su cui lavorare algebricamente per identificare flussi, comportamenti e profilazione dei target che dormono a Terni. L'insieme delle soluzioni integrate costituirà un potente strumento di acquisizione dati a valenza strategica.

### **3) Evoluzione del portale turistico e delle app Enjoy Terni e Scopri Terni.**

L'implementazione della comunicazione turistica **“visual”** con passaggio della comunicazione turistica da statica a dinamica diventa dunque un obiettivo perseguibile, attraverso l'integrazione degli strumenti previsti dal progetto cominciando dal potenziamento dell'esistente sistema di gestione dei contenuti (CMS) in dotazione, sottoponendolo ad un processo di sviluppo in un sistema smart di governance del settore, per la cura delle relazioni con l'utenza dei residenti e turisti.

La sezione del sito ufficiale del turismo del Comune di Terni, va innovata in un sistema di gestione delle relazioni con il turista, che in fase di prima realizzazione, viene curata dal operatore webmaster aggiudicatario e a regime dai operatori dello IAT, con un interfaccia di gestione back office di



**Comune di Terni**



redazione su cui implementare i servizi turistici – culturali a mano a mano che presentano. Si tratta di assicurare lo sviluppo integrativo dell'esistente da [www.turismo.terni.it](http://www.turismo.terni.it) in un sistema informatico anche per la gestione della destinazione che si ipotizza in [www.vivitermismartcity.com/it/eu/info](http://www.vivitermismartcity.com/it/eu/info) (da registrare secondo disponibilità) autonoma dal portale comunale esistente e integrabile (API) con il sistema turistico regionale in divenire e attualmente con [www.umbriatourism.it](http://www.umbriatourism.it) per la gestione dell'intero sistema dei servizi digitali di informazione e accoglienza turistica. Il diagramma di flusso, qui appresso, mostra l'architettura delle categorie e dei servizi che si intendono integrare e migliorare.



| Vivitermismartcity - diagramma flusso categorie e prodotti  |              |                |               |                  |               |                      |           |               |                 |                |          |
|---|--------------|----------------|---------------|------------------|---------------|----------------------|-----------|---------------|-----------------|----------------|----------|
| Comune di TR  | GB, D Lingue | Home           | Chi Siamo     | Uffici Turistici | Come arrivare | Devi sapere          | Meteo     | Richesta info | Newsletter      | Press Area     | Download |
|   | HOME         | Città di Terni | Cascata delle | Idee Vacanze     | dove dormire  | dove mangiare e bere | interessi | Eventi        | Accade in città | Servizi        | Facebook |
| Social Icons  |              |                |               |                  |               |                      |           |               |                 |                |          |
| Booking   | ambito       | Tutti          | Arrivo        |                  | Partenza      |                      | Adulti    |               | Bambini         | TROVA          |          |
| <div style="border: 1px solid black; padding: 20px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> <p>TOPIC TREND Focus - VIDEO RANDOM CON DIDASCALIA E SPIEGAZIONE</p> </div> |              |                |               |                  |               |                      |           |               |                 |                |          |
|   |              |                | Chi Siamo     | Uffici Turistici | Come arrivare | Info Utili           | Meteo     | Richesta info | Newsletter      | Press Area     | Download |
| Copyright disclaimer  |              |                |               |                  |               |                      |           |               |                 | Privacy Policy |          |
|   |              |                |               |                  |               |                      |           |               |                 | Cookie Policy  |          |
|   |              |                |               |                  |               |                      |           |               |                 | Credits        |          |



| Home                        | Chi siamo                  | Ufficio Turistici   | Come arrivare   | Meteo                                 | Info Utili             | Richiesta Info  | Newsletter  | Press Area  | Download   |
|-----------------------------|----------------------------|---|---|---------------------------------------|------------------------|---|---|---|--|
| Link ritorno alla home page | Comune di Terni – Dettagli | Ufficio Turismo – Dettagli  | Incorporazione Google Maps o open street  | Incorporazione “Meteo it” (et simila) | Come da sito esistente | Template diretto per richiesta con raccolta dati a autorizzazione al trattamento flag | Template diretto per richiesta con raccolta dati a autorizzazione al trattamento flag, con possibilità di cancellazione | Bacheca di comunicati Stampa turisticamente rilevanti | Programmi Eventi pdf<br>Mappe Città pdf<br>Brochure digitali pdf<br>Gadgets immagini |
|                             |                            | IAT del Ternano<br>Dettagli   | In Auto – Dettagli<br>descrizione   | Meteo Terni con<br>webcam             |                        |   |   |   |  |
|                             |                            | Info-point Cascata<br>– Dettagli  | In Treno – Dettagli<br>descrizione consigliata  | Meteo Cascata con<br>webcam           |                        |   |   |   |  |
|                             |                            | Biglietteria Cascata<br>sopra dettagli<br>Biglietteria Cascata<br>sotto- dettagli | In Pullman descrizione<br>Linee Ufficiali<br>Flixbus<br>Link a “Virail (et<br>simila) | Meteo Piediluco con<br>webcam         |                        |   |   |   |  |
|                             |                            | Biglietteria CAOS<br>Musei – Dettagli   | In Aero:<br>da Roma (tutti<br>aeroporti)<br>da Perugia<br>da Ancona                   |                                       |                        |   |   |   |  |
|                             |                            |   | Distanze:<br>da Roma<br>da Firenze<br>da Napoli<br>da Ancona<br>da Assisi             |                                       |                        |   |   |   |  |
|                             |                            |   |   |                                       |                        |   |   |   |  |





| Home                        | Citta di Terni   | Cascata della Marmore  | Idee Vacanze        | Dove Dormire  | Dove Mangiare   | Interessi                 | Eventi   | Accade in Città   | Servizi            | Facebook                  |
|-----------------------------|--|--|---------------------|---|---|---------------------------|--|---|--------------------|---------------------------|
| Link ritorno alla home page | Municipio - Palazzo Spada Palazzi Gentilizi Duomo e Chiese | La Cascata della Marmore - Descrizione turistica                                     | Outdoor Estate      | Elenco strutture ricettive alberghiere, extralberghiere, e all'aria aperta, come da sito (da turismatica della Regione dell'Umbria) | Elenco Ristoranti e locali, (UGC es. tripadvisor et simila) Account e Registrazione, Validazione Login Template di back office Pubblicazione, con foto Recensioni | Speciale Natale di Terni  | Gestione back office degli Eventi con Pubblicazione e Calendario | Incorporazione come da sito di quello che accade in città |                    | Vivi Terni                |
|                             | Arte Sacra   | Gli orari e il calendario  | Outdoor Inverno     | Elenco locazioni turistiche   | Geolocalizzazione   | Speciale San Valentino    |  |   |                    | Natale di Terni           |
|                             | Arte contemporanea   | I Sentieri   | Outdoor Acquatico   | Nudge su tutti random   | Cucina, Carne, Pesce, Tradizionale, Messicana, Giapponese, Cinese etc.  | Speciale Cantamaggio      |  |   | Visite Guidate     | San Valentino di Terni    |
|                             | San Valentino  | Il Biglietto   | Vacanza in Famiglia | Booking Diretto   | Coperti   | La Valle Incantata        |  |   | Escursioni Guidate | Le Terre dei Borghi Verdi |
|                             | Le Piazze Celebri  | I Servizi  | Vacanza da soli     | Booking Richiesta con template  | Déhor   | I Plenaristi              |  |   | Bike tour Guidate  |                           |
|                             | Il Fiume Nera e Serra                                      | La Navetta   | Enogastronomia      |   | Carte di credito  | Il Gran Tour              |  |   | Noleggio Bici      |                           |
|                             | La Movida  | Devi sapere che. E in corso di realizzazione il sentiero pedonale che porta in città | Vacanza Movida      |   | After Eight Rilevanza di micro eventi nei locali  | Le Terre dei Borghi Verdi |  |   | Noleggio Auto      |                           |
|                             |  |  | Vacanza Romantica   |   | 17  | La Montagna Ternana       |  |   | Taxi               |                           |
|                             | I Musei CAOS,  |  |                     |   |   | Speciale Mapping          |  |   | Il Volo (Avio      |                           |



|   |  |  |  |  |  |             |  |  |                            |  |
|---|--|--|--|--|--|-------------|--|--|----------------------------|--|
| Museo De Felice                             |  |  |  |  |  | ART         |  |  | superficie Alvaro Leonardi |  |
| Museo Archeologico Giontella                |  |  |  |  |  |             |  |  |                            |  |
| Museo Hydra – Piediluco                     |  |  |  |  |  |             |  |  |                            |  |
| Museo Plenaristi presso Cinema 6D – Cascata |  |  |  |  |  |             |  |  |                            |  |
|   |  |  |  |  |  | After Eight |  |  | Altro.                     |  |

Partendo dalle funzionalità e contenuti esistenti e sempre grazie alle integrazioni con quanto previsto dal progetto, si intende realizzare una app denominata *VIVI TERNI: SMART CITY*, multimediale, geo localizzata, partendo dalla app esistente di Enjoy Terni (ios, android) integrata con servizi di informazione turistica e prenotazione, con funzione di **chat (messenger, whatsapp, telegram etc.)**. Si potrà quindi anticipare l’esperienza di visita del turista, stimolare l’incontro tra la domanda e l’offerta turistica, migliorare la fruizione di guida geo referenziata con tecnologie di prossimità, progettare tour in base alle proprie preferenze, visualizzare promozioni, commentare e fare networking, ma soprattutto costruire con la logica del carrello (dynamic packaging) la propria esperienza di viaggio su misura in tempo reale, in base al luogo, ora e profilo dell’utente, grazie al flusso di informazioni disponibili e all’accesso al Digital Asset Management per la condivisione e produzione di contenuti e servizi. L’App (ios e android) con l’aggiunta della riorganizzazione dell’informazione turistica geolocalizzata, si trasforma in uno strumento dinamico e adattativo, integrato di servizi turistici, di informazione e accoglienza e con le componenti di acquisto descritte in precedenza.

A titolo esemplificativo le “voci” delle app “Enoy Terni” e “Scopri Terni” devono evolvere e prevedere almeno le seguenti azioni:

- Info Turistiche di prima accoglienza in Città
- Dove Dormire
- Booking
- Dove Mangiare e Bere



- Cosa vedere
- Prenotazione e acquisto servizi turistici
- Interessi
- Devi sapere
- Come mi sposto
- Turismo Per Tutti

L'app sarà eventualmente brandizzata seguendo quanto previsto dalla, vigente linea grafica della Regione Umbria.

## Considerazioni finali

Il progetto turistico rafforza il processo di **switch off** al digitale dei servizi turistici di informazione ed accoglienza turistica già avviato in precedenza con DGC n. 71/2020 ed ora amplificato con lo smart working. Lo IAT/Tourist Office moderno, con l'avvento della tecnologia e l'incessante sviluppo dei social media, **deve saper coniugare il modello del front office "punto di contatto unico" a un modello "multicanale" e "mobile" con implementazione dei servizi via chat (es. messenger, whats app e telegram, o voice)**. L'apertura della business page su google maps in parte già anticipa questa tendenza ed i primi segnali sono incoraggianti.

La riorganizzazione dell'informazione turistica, il linguaggio, il metodo, non può prescindere dalla fonte di erogazione, sempre e molto di più in digitale e social, con interazione immediata chat, (whatsapp, telegram etc.) che oltre che a prevedere dell'esperienza turistica da mobile prevede la possibilità di interazione immediata via chat con l'operatore per la richiesta di assistenza con servizi "voice", assistente virtuale.

L'informazione turistica deve essere riorganizzata, con l'uso di tecnologia innovativa, software grafica moderna, previa la digitalizzazione delle principali attrattive dell'urbe integrata con servizi di informazione turistica utile, con la tecnica dove possibile di realtà aumentata e intelligenza artificiale AR. Il linguaggio futuro è quello dei video multimediali, in cui il video sia ripreso dall'altro con il drone, sia per gli interni che per gli esterni, che hanno il fascino evocativo dell'immagine dinamica e non statica, sui quali successivamente ingegnerizzare con la computergrafica l'informazione ed i servizi turistici. Il sistema integrato di servizi trova il suo momento di sintesi nel back office di redazione dello IAT (sempre più orientata ad una redazione multimediale



specializzata, multitasking e plurilingue) su piattaforma digitale open data (dati disponibili in API), interoperabile con “n” sistemi in rapporto di reciproco scambio e aggiornamento informatico real-time.

Vivi Terni: Smart City, il progetto definisce proposte operative rientranti in una più ampia strategia di sviluppo locale in chiave turistica, per favorire il processo di espansione e crescita delle competenze e la qualificazione dei servizi digitali nel settore turistico – culturale anche in relazione con le aree limitrofe e più in generale con il sistema Umbria. Partendo dalla necessità di valorizzare le attrazioni turistiche presenti nel centro cittadino, ambito di intervento dell'intero programma Agenda Urbana, per poi estendersi nel territorio urbano, occorre costruire una destinazione turistica – culturale - commerciale integrata, digitale e sostenibile, attraverso un sistema di interventi che recuperando l'esistente, applichino soluzioni di innovazione tecnologica, es. la geo localizzazione dei servizi, l'open data, sviluppino un sistema territoriale *Smart e multicanale* nella gestione, integrazione, fruizione, diffusione di dati ed informazioni per migliorare l'accesso (e – accessibilità), prevedendo anche servizi customizzati per le persone con disabilità e non;

Tale sistema digitale aperto (usabile) sia in ambito pubblico che privato con contenuti precisi, completi, aggiornati e certificati, consente di pianificare, acquistare con comodità servizi turistici (pagamenti on line, , e-booking, etc.) e “consumare” la propria esperienza di tempo libero sia prima che durante il soggiorno. Ricevere l'assistenza in tempo reale, da parte dell'operatore via chat, potenziando il servizio di informazione, ma soprattutto il concetto di accoglienza.

Il progetto punta, inoltre, a colmare i servizi e gli indicatori dello Smart City Index, 2019, della Regione dell'Umbria, ancora mancanti (Presenza nei Social Media di servizi integrati, Mappe Interattive navigabili, Guest Cards, Itinerari tematici suggeriti/consigliati, Canali whatsapp, telegram,, Portale integrato etc.) e di cui a stralcio si riportano per facilità di comprensione le slide:



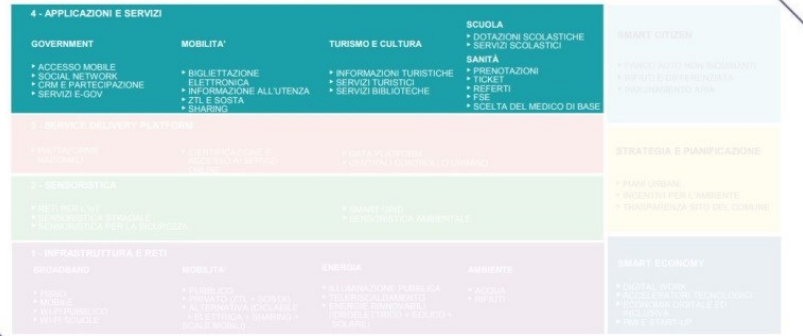
# Comune di Terni

## Metodologia di analisi - Indicatori



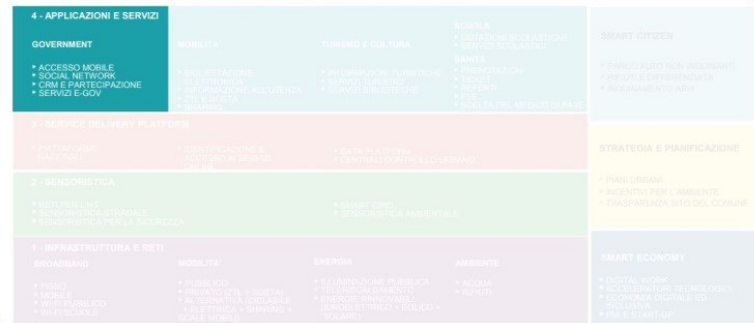
Page 4

## Livello 4: Applicazioni e Servizi



Page 32

## Livello 4: Applicazioni e Servizi / Government



Page 33

## Applicazioni e Servizi / Government / Social network e Accesso mobile

### SOCIAL NETWORK

|                    | TWITTER          |                | FACEBOOK         |                | YOUTUBE          |             | INSTAGRAM        |                | REATTIVITA' AI MESSAGGI SU FACEBOOK |
|--------------------|------------------|----------------|------------------|----------------|------------------|-------------|------------------|----------------|-------------------------------------|
|                    | CANALE UFFICIALE | N° DI FOLLOWER | CANALE UFFICIALE | N° DI ISCRITTI | CANALE UFFICIALE | N° DI VIDEO | CANALE UFFICIALE | N° DI FOLLOWER |                                     |
| PERUGIA            |                  | 10700          |                  | 40653          |                  | 649         | n.d.             | 7763           | Qualche ora                         |
| TERNI              |                  |                |                  | 1246           |                  | 43          | 52               | 824            | Qualche ora                         |
| CITTA' DI CASTELLO |                  |                |                  | 3527           |                  | 92          | 150              |                | Qualche ora                         |
| FOLIGNO            |                  |                |                  | 1414           |                  |             |                  |                | Qualche ora                         |
| SPOLETO            |                  | 3541           |                  | 27864          |                  | 787         | 481              | 3166           | Pochi minuti                        |

### ACCESSO MOBILE

|                           | PERUGIA | TERNI | CITTA' DI CASTELLO | FOLIGNO | SPOLETO |
|---------------------------|---------|-------|--------------------|---------|---------|
| Presenza di sito Mobile   | ✓       | ✓     | ✓                  | ✓       | ✓       |
| Presenza di App cittadine | ✗       | ✓     | ✗                  | ✓       | ✓       |

PRESENZA DEL SERVIZIO  
MANCANZA DEL SERVIZIO

Fonti: Indagine EY Novembre 2019 Page 34



# Comune di Terni

**Applicazioni e Servizi / Government / Customer Relationship Management e partecipazione**

**CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT E PARTECIPAZIONE**

| CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT E PARTECIPAZIONE                   | PERUGIA | TERNI | CITTA' DI CASTELLO | FOLIGNO | SPOLETO |
|---|---------|-------|--------------------|---------|---------|
| Call Center   |         |       |                    |         |         |
| Chat e chat-bot via web   |         |       |                    |         |         |
| Piattaforma / App per segnalazioni                                  |         |       |                    |         |         |
| Canale whatsapp o telegram  |         |       |                    |         |         |
| Presenza di servizi di: Agenda del cittadino, comunicazioni ecc...) |         |       |                    |         |         |
| Presenza di piattaforma del Comune dedicata alla partecipazione     |         |       |                    |         |         |
| Orti urbani   |         |       |                    |         |         |

■ PRESENZA DEL SERVIZIO    ■ MANCANZA DEL SERVIZIO

Fonti: Indagine EY Novembre 2019 Page 35

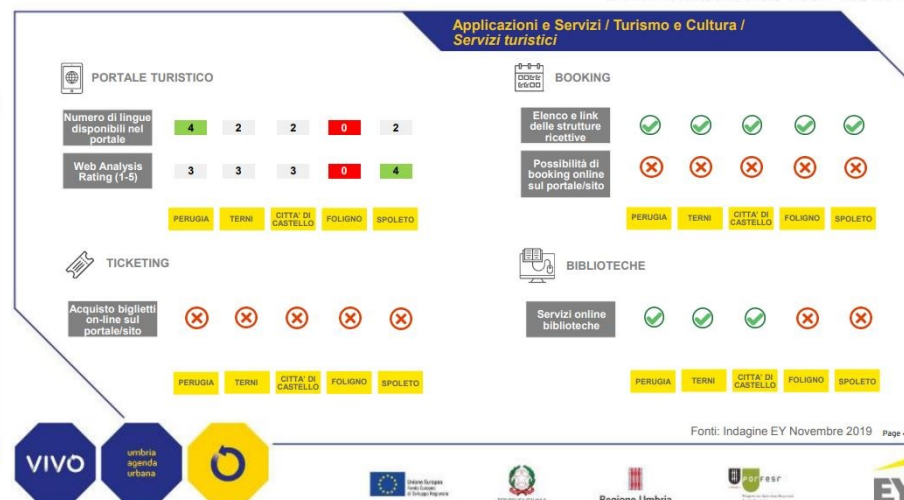
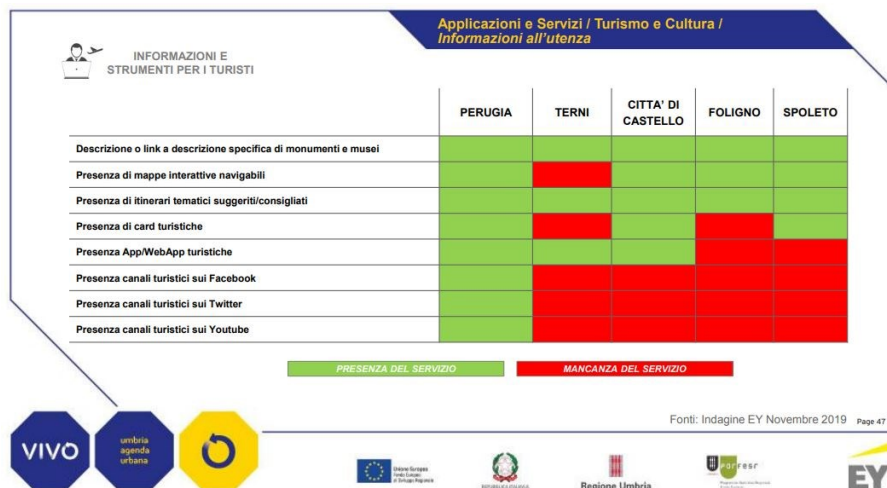
**Livello 4: Applicazioni e Servizi / Turismo e Cultura**

|  |  |  |   |   |
|--|--|--|---|---|
| <b>4 - APPLICAZIONI E SERVIZI</b><br>GOVERNMENT<br>* ACCESSO MOBILE<br>* SOCIAL MEDIA<br>* CRM E PARTECIPAZIONE<br>* SERVIZI E-GOV | MOBILITA'<br>* INDETTAZIONE ELETTRONICA<br>* INFORMAZIONI ALL'UTENZA<br>* OTL E MOBA<br>* MOBILITY | <b>TURISMO E CULTURA</b><br>* INFORMAZIONI TURISTICHE<br>* SERVIZI TURISTICI<br>* SERVIZI BIBLIOTECHE                          | SEMPLICA<br>* POSIZIONI GEOLOGICHE<br>* SERVIZI PULIZIA<br>SANITA'<br>* PREVENZIONE<br>* CURA<br>* ASSISTENZA<br>* FID<br>* SICILIA DEL SERVIZIO DI SANITA' | <b>SMART CITIZEN</b><br>* PRINCIPALI SERVIZI ESISTENTI<br>* SERVIZI DIFFERENZIATI<br>* INGEGNERIA CIVILE                              |
| <b>3 - SERVICE DELIVERY PLATFORM</b><br>* PIATTAFORME REGIONALI<br>* COOPERAZIONE ACCESSO AI SERVIZI DA E                          |  |  |   | <b>STRATEGIA E PIANIFICAZIONE</b><br>* PIANI URBANI<br>* INCENTIVI PER L'AMBIENTE<br>* TRASPARENZA SITO DEL COMUNE                    |
| <b>2 - SENSORISTICA</b><br>* IoT PER I UTENTI<br>* SENSORISTICA AMBIENTALE<br>* SENSORISTICA PER LA SICUREZZA                      |  |  |   | <b>SMART CITY</b><br>* SENSORISTICA AMBIENTALE  |
| <b>1 - INFRASTRUTTURA E RETI</b><br>BROADBAND<br>* FIBRE<br>* WIRELESS<br>* WIRELESS CO<br>* WIRELESS                              |  |  |   | <b>SMART ECONOMY</b><br>* DIGITAL WORK<br>* ACCELERATORI TECNOLOGICI<br>* ECONOMIA DIGITALE ED INNOVATIVA<br>* FINE E CLASSIFICAZIONE |
| ENERGIAMENTI<br>* PUBBLICITA'<br>* PRIVATO (OTL + BORTAL)<br>* ALTERNATIVE MOBILITA'<br>* ELETTRICA + SHIPPING + SCALE MOBILE      |  | ENERGIA<br>* ILLUMINAZIONE PUBBLICA<br>* TELEBROADCASTING<br>* ENERGIE RINNOVABILI<br>* SMART ELECTRICITY + EVG + B2B + VOLARE | AMBIENTE<br>* ACQUA<br>* RIFIUTI  |   |

Fonti: Indagine EY Novembre 2019 Page 46



## Comune di Terni



**Il sistema intende superare la frammentazione dei sistemi digitali «turistici» in essere, per comporre un'offerta unica mobile omogenea e riconoscibile consentendo anche la replicabilità dell'intervento in altri territori e l'integrazione con i sistemi regionali vigenti, partendo dalle indicazione di brand system turistico vigente della Regione dell'Umbria, di cui alla DGR n. 1027 del 07/10/2022.**

La sostenibilità economica del progetto deriva, anche, dall'introduzione della riserva in forma di percentuale sui proventi della vendita dei biglietti di ingresso della Cascata della Marmore nonché con l'introduzione di forme di sponsorizzazione dei servizi innovativi digitali. Completano la sostenibilità e lo sviluppo progettuale i proventi derivanti dall'introduzione dell'imposta di soggiorno. L'aggiornamento servizi digitali innovativi per il turismo di informazione ed accoglienza turistica, una volta realizzata e implementata, sarà gestita dallo IAT.



## Cronoprogramma

| Cronoprogramma GANTT Terni "VIVI TERNI, SMART CITY"  |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Azione 6.1.1   |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Intervento 3. Smart Living: erogazione digitale dei servizi e del patrimonio turistici – culturali |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| Attività   | ott-22 | nov-22 | dic-22 | gen-22 | feb-22 | mar-22 | apr-22 | mag-22 | giu-22 | lug-22 | ago-22 | set-22 | ott-22 | nov-22 | dic-22 |
| <i>Responso Regione Umbria</i>   |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| <i>Adeguamento Esecutivo</i>   |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| <i>Predisposizione GARE</i>  |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| <i>Affidamento Servizi Progetto</i>  |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| <i>Esecuzione Forniture Servizi</i>  |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| <i>Liquidazioni</i>  |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| <i>Rendiconto Regione</i>  |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| <i>Report Finale</i>   |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |

“VIVI TERNI: SMART CITY”: Schema Architetture di massima

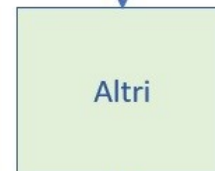
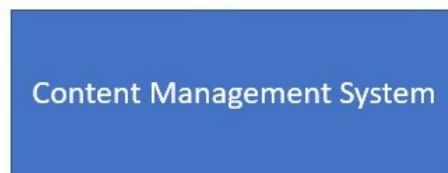
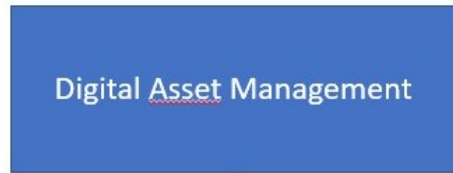




Agenzia; promoter;  
Studio fotografico,  
collaboratori interni



Operatore



Turista





**ABACO Piano sintetico degli obiettivi degli interventi e budget previsionale\* generale**

| <b>Azione 6.1.1. Intervento 3. Smart living – erogazione dei servizi e del patrimonio turistico-culturale</b>   | Importo (comprensivo del cofinanziamento comunale) | 1 Anno 2022/23 | 2 2023 |
|---|--|----------------|--------|
| 1. Implementazione del Digital Asset Management, soluzione indirizzata a una efficace gestione del patrimonio multimediale dell'Ente e degli operatori economici del territorio, attraverso il <b>riuso</b> ed integrazioni della soluzione repository.. Incluso il data entry, la riorganizzazione e indicizzazione dell'attuale patrimonio dati e multimediale dell'Ente. | <b>60.000,00</b>                                   |                |        |
| 2. <b>Riuso</b> ed evoluzione anche in termini UX/UI Design del portale turistico <a href="http://www.turismo.comune.terni.it">www.turismo.comune.terni.it</a> delle app Enjoy Terni e Scopri Terni con integrazione dei servizi turistici. Booking Service ed esperienze in dynamic packaging  | <b>€ 55.000,00</b>                                 |                |        |
| 3. Implementazione di un sistema di informazione, promozione, prenotazione e acquisto servizi, mediante <b>riuso</b> delle piattaforme e-booking, prenotazione e acquisto servizi turistici (anche per mangiare, bere ed intrattenimento, esperienze), da integrare nei canali digital a partire dal sito turistico, le App e i canali Social del Comune.                   | <b>100.000,00</b>                                  |                |        |



**Comune di Terni**



|                        |                        |  |  |
|------------------------|------------------------|--|--|
| TOTALE BUDGET PROGETTO | 215.000,00 (netto Iva) |  |  |
|------------------------|------------------------|--|--|

