

# ECOSISTEMA DIGITALE TURISTICO – EDT

È Lo **strumento di integrazione, aggregazione e abilitazione** che fa da:

- **Piattaforma tecnologica** che aggrega applicazioni, funzionalità specifiche e fonti dati differenti
- **Area di collaborazione dedicata** e a disposizione di tutta la filiera per il trattamento di dati, contenuti, conoscenza, opportunità
- **Sistema in grado di aggregare e distribuire i contenuti su tutti i canali digitali** ed esporli su molteplici Front end per il turista/cittadino, Enti e Operatori

## AMBITI E SERVIZI di EDT



## 1. INFORMAZIONI: I CONTENUTI E LA REDAZIONE DISTRIBUITA

- **Raccolta contenuti** informativi attraenti e sempre aggiornati. Ad oggi EDT conta **oltre 20.000 contenuti**.
- **Integrazione** contenuti e informazioni statici (indirizzi, descrizioni di monumenti, orari di apertura) e dinamici (eventi) con sistemi automatizzati o attraverso il caricamento manuale curato dalla redazione di Explora e dai team delle **33 redazioni territoriali**.  
È auspicabile la diffusione ancora più ampia di sistemi di **interoperabilità automatica** per acquisire tali informazioni in maniera immediata facilitandone l'aggiornamento o eventuali modifiche (ad oggi E015/L15 e diverse integrazioni con sistemi locali sono già attive)

- **Correlazione:** I contenuti sono messi a sistema dal motore di correlazione e restituiti agli utilizzatori

## 2. B2B: SERVIZI PER GLI OPERATORI E ENTI DI PROMOZIONE TURISTICA LOCALI

Mettere a disposizione degli enti di promozione turistica territoriali e degli operatori funzionalità e informazioni per attestare l'EDT come **ambiente unico di collaborazione continuativa** e massimizzare la promozione turistica. Gli strumenti a disposizione sono:

- **Area di collaborazione B2B** per la condivisione di eventi e opportunità di iniziative congiunte tra i soggetti della filiera turistica (es. Fiere, Press tour, Blog tour, Iniziative di formazione, Workshop, Campagne media)
- **Siti web verticali:** i soggetti territoriali dedicati alla promozione turistica possono sviluppare un portale/sito web alimentato dai dati già presenti su EDT che ne incorpori le principali funzionalità portando un risparmio e garantendo la piena interoperabilità dei contenuti prodotti e dell'offerta verso i canali attivati, senza costi aggiuntivi. **Ad oggi sono stati sviluppati 2 verticali, Cremona e MilanoFoodCity e sono in lavorazione i verticali di Varese, Lodi e Pavia.**
- **Formazione e servizi alle imprese**  
La filiera del turismo e dell'attrattività necessita di un **aggiornamento continuo e costante** sulle tecniche di promozione e accoglienza e **formazione sui nuovi strumenti digitali** di comunicazione e vendita, e sulla integrazione di questi all'interno dell'Ecosistema Digitale del Turismo.  
Il percorso di professionalizzazione costituisce quindi un fondamentale driver che consente alle destinazioni di potenziare la competitività e la qualità dei servizi offerti.  
Explora, per garantire il giusto supporto a enti di promozione locale, infopoint, associazioni di categoria, operatori e imprese, propone un progetto di formazione che ha i seguenti obiettivi:
  - **Fornire strumenti ed elementi formativi necessari per la promozione e l'accoglienza turistica della filiera:** toolkit, lezioni dal vivo, webinar e strumenti digitali
  - **Mettere a conoscenza e formare sulle attività e gli strumenti di Explora e dei suoi soci,** per una piena condivisione e co-partecipazione nelle iniziative regionali
  - **Promuovere e comunicare l'unità di intenti del sistema regionale,** al fine di generare un sentiment positivo, di fiducia e affidabilità nei confronti di Explora, Regione Lombardia e l'intero sistema camerale.

## 3. CUSTOMER CARE E LEAD GENERATION

**Tracciamento** delle attività relazionali rivolte al cliente turista e operatore, **classificazione** e **segmentazione** clienti, **analisi** dati, creazione ed esecuzione **campagne** marketing personalizzate multicanale, **fidelizzazione** clienti, acquisizione **nuovi lead** sono gli obiettivi ambiziosi che si vogliono raggiungere con la diffusione presso infopoint, DMO locali e operatori, degli strumenti dell'Ecosistema:

- **Strumento ticketing** per customer care e profilazione del turista/cittadino
- **Dotazioni tecnologiche:** installazione presso gli infopoint di telecamere per analisi accessi, di totem interattivi e di tablet.
- **App inLombardiaPass**

## 4. OFFERTA: EMERSIONE, VALORIZZAZIONE E MESSA A SISTEMA

Il progetto EDT mira a facilitare l'**incontro tra la domanda e l'offerta** dei servizi turistici presenti nel territorio.

Gli operatori potranno sfruttare l'ecosistema digitale per **mettere in rete il proprio prodotto**, utilizzando una singola piattaforma per raggiungere potenziali clienti tramite gli InfoPoint, il sito inLombardia, i portali delle realtà di promozione locali, i totem informativi, le app InLombardia e i widget in dotazione ai differenti operatori della filiera turistica.

Gli operatori di piccole dimensioni, che rappresentano una porzione significativa dell'offerta territoriale, potranno avere accesso a una piattaforma tecnologica, difficile da sviluppare individualmente, che permetterà loro di avere un **forte canale di promozione** e raggiungere con più facilità il turista.

**Explora, attraverso EDT, si pone semplicemente come vetrina, fornendo un canale di visibilità in più per gli operatori e un canale di digitalizzazione per gli operatori ancora non presenti online.**

Le tipologie di offerta turistica che è possibile inserire su EDT:

- Accommodation
- Servizi ancillari (escursioni, guide, servizi, noleggi)
- Trasporti (in futuro)
- Eventi

Questa azione viene portata avanti su 3 livelli:

- **Grandi aggregatori:** bandi per il coinvolgimento di soggetti aggregatori
- **Aggregatori territoriali:** interoperabilità dei dati per operatori territoriali strutturati
- **Offerta polverizzata:** raccolta tramite maschere di caricamento utilizzabili direttamente dagli operatori

## 5. DATI

L'Ecosistema è messo a disposizione quale strumento di raccolta dati e informazioni sui propri utilizzatori, visitatori e operatori grazie a un monitoraggio multicanale

Accessi online e Infopoint, analytics di utilizzo di tutti gli strumenti digitali, sentiment, flussi turistici rilevati e monitorati attraverso l'utilizzo di Passaporto e touchpoint territoriali.

## 6. CANALI DI PROMOZIONE, MARKETING E VISIBILITA'

### Sito in-lombardia.it

Quasi 90.000 accessi al mese, oggi in italiano, inglese e tedesco, in corso traduzione in francese e spagnolo. E' suddiviso in sezioni dedicate ai Luoghi, Esperienze, Eventi, Pianifica. Ad oggi sono online e consultabili 936 pagine relative a luoghi, 715 redazionali e 3.180 eventi.

### Canali social inLombardia

I social InLombardia sono in vetta alle classifiche regionali grazie agli # e alle iniziative quotidiane che Explora segue:

- Piano content quotidiano
- Collaborazione con i team territoriali
- Collaborazione e partnership con instagram e le community

Facebook 233.000 follower - Instagram oltre 43.000 follower

#### **Le app: In-Lombardia Bike e In-Lombardia Pass**

InLombardia App Pass ha ad oggi circa 3000 download.

Un gioco e un loyalty program che stimola i turisti e cittadini a collezionare i “timbri” e visitare il territorio. Per ogni POI (punto di interesse) sono attivi punti di check-in tramite GPS.

I territori sono attivamente coinvolti per le attività di: mappatura dei punti di check-in, raccolta dei contenuti per il racconto dei POI, quiz.

#### **I totem**

Sono le installazioni mobili, che ereditano e pescano da EDT i contenuti; sono personalizzabili e adattabili alle richieste ed esigenze del luogo e/o dell’occasione. **Ad oggi ne sono attivi 14, gli ultimi 2 presso le aree di servizio di Brebemi, 16 sono in corso di attivazione.** I totem sono collegati a sistemi di monitoraggio quali/quantitativi della fruizione.