

Appalto pre-commerciale per la realizzazione di un progetto di ricerca e
sviluppo concernente

**“SOLUZIONI E SERVIZI DIGITALI PER LO SVILUPPO SOCIO-
ECONOMICO DELLE COMUNITÀ TERRITORIALI PERIFERICHE
ATTRAVERSO LA CREAZIONE E LA VALORIZZAZIONE DELLE
DESTINAZIONI DEL TURISMO CULTURALE”**

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO

CIG B6937EED1F

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - Appalto pre-commerciale “Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale”

1. PREMESSA	6
2. QUADRO DI RIFERIMENTO	6
2.1 Il contesto di riferimento.....	6
2.1.1 Tutela e valorizzazione del patrimonio culturale	6
2.1.2 Attrazioni culturali	6
2.1.3 Bene culturale.....	6
2.1.4 Point of Interest (POI).....	7
2.1.5 Overtourism.....	7
2.2 Gli ecosistemi del turismo culturale.....	7
2.1.6 Comunità del territorio.....	7
2.1.7 Territorio di riferimento	7
2.1.8 Destinazione turistica	7
2.1.9 Beni culturali di riferimento	7
2.1.10 Ecosistema economico della destinazione culturale.....	7
2.3 Gli attori dell'ecosistema del turismo culturale	8
2.1.11 Amministratore locale	8
2.1.12 Istituti e luoghi della cultura.....	8
2.1.13 Associazione Pro Loco	8
2.1.14 Gli operatori del settore HoReCa	8
2.1.15 Impresa culturale e creativa	8
2.1.16 Organizzazione per la gestione della destinazione turistica (DMO).....	8
2.1.17 Soggetto rappresentativo della comunità.....	9
2.1.18 Soggetti di riferimento	9
2.4 La valorizzazione del turismo culturale	9
2.1.19 Competitività di una destinazione turistica.....	9
2.1.20 Destination Management.....	9
2.1.21 Destination Management Plan.....	9
2.1.22 Iniziativa di valorizzazione della destinazione	9
2.5 Strumenti e servizi digitali per il Destination Management.....	10
2.1.23 Online Travel Agencies (OTA)	10
2.1.24 Destination Management System (DMS)	10

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - Appalto pre-commerciale "Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale"

2.6	Indicatori di risultato e di impatto.....	10
2.1.25	BES (benessere equo e sostenibile).....	10
2.1.26	Resident Empowerment through Tourism Scale (RETS)	10
2.7	Attività di ricerca e sviluppo	10
2.1.27	Programma di ricerca e sviluppo	10
2.1.28	Ricerca di base	11
2.1.29	Ricerca applicata.....	11
2.1.30	Sviluppo sperimentale	11
2.1.31	Metodologia della ricerca.....	11
2.1.32	Innovazione	11
2.1.33	Tecnica emergente	11
2.1.34	Innovazione emergente.....	12
2.8	Soluzione alla sfida e concetti correlati.....	12
2.1.35	Soluzione alla sfida	12
2.1.36	Utenti e Attori della soluzione.....	12
2.1.37	Modello d'uso di un Servizio	12
2.1.38	Sistema pre-commerciale.....	12
2.1.39	Technology Readiness Level	12
2.1.40	Proof of concept	12
2.1.41	Prototipo.....	13
2.1.42	Minimum Viable Product (MVP).....	13
2.1.43	Ciclo di vita della Soluzione	13
2.1.44	Costo del ciclo di vita della Soluzione.....	13
2.1.45	Sistema di intelligenza artificiale	13
2.1.46	Modelli di intelligenza artificiale	13
2.1.47	Efficacia della Soluzione	13
2.1.48	Spiegabilità della Soluzione	13
2.9	Diffusione della soluzione	13
2.1.49	Total Addressable Market (TAM) della Soluzione	13
2.1.50	Served Available Market (SAM) della Soluzione	14
2.1.51	Serviceable Obtainable Market (SOM) della Soluzione.....	14

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - Appalto pre-commerciale "Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale"

2.10	Normativa di riferimento.....	14
3.	CONTESTO E OBIETTIVI DELLA INIZIATIVA	15
3.1	Il contesto dell'appalto.....	15
3.2	Gli ecosistemi economici delle destinazioni turistico culturali	16
3.3	La domanda pubblica per la valorizzazione delle destinazioni turistiche	16
3.4	Piattaforme, strumenti e servizi per la valorizzazione delle destinazioni turistiche.....	18
3.5	Il gap tra domanda e offerta	19
3.6	Impatto atteso della iniziativa	20
4.	IL PROGRAMMA DI RICERCA E SVILUPPO	20
4.1	Oggetto del programma di ricerca e sviluppo	20
4.2	Organizzazione e pianificazione del programma di ricerca.....	21
4.3	La Soluzione e i risultati essenziali del programma.....	22
4.4	Servizi per il settore pubblico.....	23
4.5	Conformità al principio dello sviluppo sostenibile	23
4.6	Elementi innovativi della Soluzione.....	23
4.7	Sviluppo del sistema pre-commerciale	24
4.8	Costo del ciclo di vita della Soluzione.....	26
4.9	La verifica dell'efficacia della Soluzione	26
4.10	Contesti e utenti pilota per lo sviluppo sperimentale.....	26
4.11	Analisi dei rischi di esecuzione	27
5.	ALTRI REQUISITI DELLA SOLUZIONE	27
5.1	Capacità funzionali	27
2.1.1	Analisi della Destinazione turistica.....	27
2.1.2	Supporto per la elaborazione dei Destination Management Plan.....	27
2.1.3	Supporto alla attuazione di iniziative di valorizzazione.....	28
2.1.4	Monitoraggio dell'attuazione del Piano di valorizzazione	28
5.2	Altre caratteristiche della Soluzione	28
5.3	Diffusione della Soluzione	28
6.	SCENARI DI RIFERIMENTO	29
6.1	Periferie di grandi città, destinazioni turistiche di grande rilevanza.....	29
6.2	Piccole città e borghi, destinazioni turistiche minori	29

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - Appalto pre-commerciale "Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale"

6.3	Destinazioni diffuse	29
7.	CASI APPLICATIVI.....	30
7.1	La destinazione Municipio XI della città di Roma	30
7.2	La destinazione Municipio V della città di Milano.....	31
7.3	Il centro storico di Agrigento	32
7.4	La destinazione Villafranca di Verona	34
7.5	Il borgo di Casarano.....	35
7.6	Il borgo di Vinci.....	36
7.7	Il borgo di Maratea	38
7.8	Area interna Alta Tuscia Antica Città di Castro	39
7.9	La destinazione Provincia di Cosenza	41
8.	Documentazione di riferimento	42

1. PREMESSA

Il presente appalto ha ad oggetto la realizzazione di un programma di ricerca e sviluppo di “Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale”.

Il presente documento definisce le caratteristiche del programma di ricerca e sviluppo nonché le caratteristiche essenziali e desiderate delle Soluzioni oggetto del programma di ricerca.

2. QUADRO DI RIFERIMENTO

La presente sezione elenca i concetti rilevanti utilizzati nel presente documento. Per ciascun concetto viene data una definizione. Le definizioni date nel seguito si ispirano per quanto possibile a definizioni riconosciute. Le definizioni si intendono applicabili limitatamente al contesto del presente documento.

2.1 Il contesto di riferimento

2.1.1 Tutela e valorizzazione del patrimonio culturale¹

Le attività di studio, conservazione, manutenzione e promozione della fruizione che concorrono a preservare la memoria della comunità nazionale e del suo territorio e a promuovere lo sviluppo della cultura. La tutela consiste nelle attività di conoscenza, protezione e conservazione ai fini di pubblica fruizione. La valorizzazione riguarda invece la promozione del patrimonio culturale riguardo alla fruizione e utilizzazione al fine dello sviluppo della cultura.

2.1.2 Attrazioni culturali²

Qualità materiali, intellettuali, spirituali ed emotive distintive di una società che comprendono le arti e l'architettura, il patrimonio storico e culturale, il patrimonio culinario, la letteratura, la musica, le industrie creative e le culture viventi con i loro stili di vita, sistemi di valori, credenze e tradizioni.

2.1.3 Bene culturale³

Beni immobili e mobili che presentano interesse artistico, storico, archeologico, etnoantropologico, archivistico e bibliografico e le altre cose individuate dalla legge o in base alla legge quali testimonianze aventi valore di civiltà.

¹ ai sensi dell'articolo 1 del Codice dei beni culturali e del paesaggio,

² *Recommendations 2017_A/RES/684 (XXII)*

³ Ai sensi dell'articolo 2, comma 2 del Codice dei beni culturali e del paesaggio sono beni culturali “le cose immobili e mobili che, ai sensi degli articoli 10 e 11, presentano interesse artistico, storico, archeologico, etnoantropologico, archivistico e bibliografico e le altre cose individuate dalla legge o in base alla legge quali testimonianze aventi valore di civiltà.”

2.1.4 Point of Interest (POI)

Luogo specifico che qualcuno può trovare utile o interessante. In questo contesto è comune il sinonimo *waypoint*. Esempi di punto di interesse sono monumenti, cime di montagne, ma anche esercizi commerciali, hotel, stazioni di servizio che sono rilevanti per la fruizione della destinazione del turismo culturale.

2.1.5 Overtourism

Anche sovraturismo o sovraffollamento turistico è un fenomeno definito come “l'impatto del turismo su una destinazione, o parti di essa, che influenza eccessivamente e in modo negativo la qualità della vita percepita dei cittadini della Comunità e/o la qualità delle esperienze dei visitatori”

2.2 Gli ecosistemi del turismo culturale

2.1.6 Comunità del territorio

E' la collettività i cui membri condividono un *territorio* come luogo di vita e realizzazione delle attività quotidiane. La comunità può contribuire e sviluppare interesse a fare dell'area territoriale una destinazione di turismo culturale in grado di generare un percepibile grado di benessere sociale ed economico

2.1.7 Territorio di riferimento

Area territoriale condivisa dalla comunità di riferimento. Nel contesto del presente appalto, è tipicamente un'area periferica, un borgo, un territorio che si intende valorizzare come *destinazione del turismo culturale*.

2.1.8 Destinazione turistica

Territorio di riferimento nel quale ha sede un complesso di attrattive che possono soddisfare i bisogni e gli interessi di un determinato segmento di domanda turistica. Può anche riferirsi ad un insieme di prodotti e servizi e di attività ed esperienze considerate un'unità di base di analisi del valore del turismo.

2.1.9 Beni culturali di riferimento

Insieme dei beni culturali e paesaggistici presenti nel territorio di riferimento e che si candidano a divenire Point of Interest culturali. Nell'ambito del presente appalto si intendono i beni culturali che sono già fruibili al pubblico senza necessità di interventi strutturali di recupero (quali restauro, ristrutturazione, manutenzione straordinaria, recupero, ripristino, ecc).

2.1.10 Ecosistema economico della destinazione culturale

Insieme degli operatori economici legati da relazioni di competizione e di cooperazione, coinvolti nella produzione di prodotti e servizi per la valorizzazione di una *destinazione del turismo culturale*, per il soddisfacimento delle esigenze dei turisti, per lo sviluppo sociale ed economico della *comunità di riferimento*.

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - Appalto pre-commerciale “Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale”

2.3 Gli attori dell'ecosistema del turismo culturale

2.1.11 Amministratore locale

Figura pubblica responsabile della gestione e dell'amministrazione di un *territorio*, come un comune, una provincia, una regione (enti di gestione sovracomunale, ecc) e agisce per conto della comunità locale per assicurare la pianificazione, lo sviluppo e il funzionamento e lo sviluppo dei servizi di pubblica utilità. Gli amministratori locali comprendono il sindaco, gli assessori e i consiglieri, e operano all'interno delle direttive stabilite dalle leggi nazionali e regionali, ma con competenze autonome. Hanno l'obiettivo di interpretare i bisogni della cittadinanza, promuovendo il benessere sociale, economico e ambientale nel territorio amministrato.

2.1.12 Istituti e luoghi della cultura

sono istituti e luoghi della cultura i musei, le biblioteche e gli archivi, le aree e i parchi archeologici, i complessi monumentali. Gli istituti ed i luoghi della cultura che appartengono a soggetti pubblici sono destinati alla pubblica fruizione ed espletano un servizio pubblico. Le strutture espositive e di consultazione nonché i luoghi della cultura che appartengono a soggetti privati e sono aperti al pubblico espletano un servizio privato di utilità sociale.

Lo Stato, le regioni e gli altri enti pubblici territoriali stipulano accordi per definire strategie ed obiettivi comuni di valorizzazione dei Luoghi della cultura, nonché per elaborare i conseguenti piani strategici di sviluppo culturale.

2.1.13 Associazione Pro Loco

Le **Pro Loco** sono associazioni senza scopo di lucro, nate con scopi di promozione e sviluppo del territorio. Norme di carattere regionale ne stabiliscono l'appartenenza o meno all'albo regionale

2.1.14 Gli operatori del settore HoReCa

Termine comunemente usato per descrivere gli operatori economici che esercitano le attività legate alla ristorazione e all'accoglienza (*Hotellerie, Restaurant, Catering*).

2.1.15 Impresa culturale e creativa

Soggetto che svolge in via esclusiva o prevalente una o più delle seguenti attività: ideazione, creazione, produzione, sviluppo, diffusione, promozione, conservazione, ricerca, valorizzazione e gestione di beni, attività e prodotti culturali oppure attività economiche di supporto, ausiliarie o comunque strettamente funzionali all'ideazione, creazione, produzione, sviluppo, diffusione, promozione, conservazione, ricerca, valorizzazione o gestione di beni, attività e prodotti culturali.

2.1.16 Organizzazione per la gestione della destinazione turistica (DMO)

Entità (anche Destination Management Organization) che facilita gli *ecosistemi economici territoriali* verso una visione e una valorizzazione collettiva della *destinazione*. Le strutture di governance delle DMO variano da un'unica autorità pubblica a un modello di partenariato pubblico/privato con il ruolo chiave di avviare, coordinare e gestire determinate attività quali l'attuazione delle politiche turistiche, la

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - Appalto pre-commerciale "Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale"

pianificazione strategica, lo sviluppo dei prodotti, la promozione e il marketing e le attività degli uffici congressuali. Le funzioni delle DMO possono variare da livello nazionale a livello regionale e locale a seconda delle esigenze attuali e potenziali, nonché del livello di decentramento della pubblica amministrazione. Alcune Regioni hanno normato la istituzione e il funzionamento delle organizzazioni territoriali per la gestione delle destinazioni turistiche

2.1.17 Soggetto rappresentativo della comunità

Soggetto (pubblico o privato) o insieme di soggetti che, in rappresentanza di una comunità del territorio, mette a disposizione la destinazione per le attività di ricerca e sviluppo sperimentale delle Soluzioni oggetto del presente appalto.

2.1.18 Soggetti di riferimento

Persone giuridiche che rappresentano nel concreto l'interesse alla valorizzazione del territorio quale destinazione turistica. Sono potenziali utilizzatori delle *Soluzioni* sviluppate ad esito del presente appalto.

2.4 La valorizzazione del turismo culturale

2.1.19 Competitività di una destinazione turistica

Capacità di utilizzare le risorse di una destinazione turistica in modo efficiente per sviluppare e fornire prodotti e servizi turistici di qualità, innovativi, etici e attraenti al fine di raggiungere una crescita sostenibile coerente con la visione generale e degli obiettivi strategici eventualmente stabiliti nel *Destination Management Plan*, aumentare il valore aggiunto del settore turistico, migliorare e diversificare le sue componenti di mercato e ottimizzare la sua attrattiva e benefici sia per i visitatori che per la comunità locale in una prospettiva sostenibile.

2.1.20 Destination Management

E' il processo organizzativo che si occupa di raccogliere e rendere fruibile le informazioni necessarie per promuovere la *destinazione turistica* e per ottimizzare l'esperienza del turista coordinando gli elementi costitutivi del prodotto turistico di un territorio.

2.1.21 Destination Management Plan

Anche Piano di valorizzazione della destinazione. Documento strutturato che definisce le linee strategiche per la gestione e la valorizzazione di una *destinazione del turismo culturale*, in un determinato arco temporale, attraverso l'individuazione di una visione e di obiettivi quanto più condivisi tra *gli attori dell'ecosistema del turismo culturale*.

Può comprendere la programmazione di *iniziative di valorizzazione* e delle risorse necessarie per l'attuazione del Piano.

2.1.22 Iniziativa di valorizzazione della destinazione

Insieme di azioni pianificate e coordinate per raggiungere un obiettivo specifico finalizzato alla creazione di valore e/o al miglioramento delle performance del territorio e della comunità connessi con la destinazione anche in attuazione del *Destination Management Plan*. Nel contesto del presente appalto,

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - Appalto pre-commerciale "Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale"

esempi di iniziative per la valorizzazione della destinazione culturale sono l'avvio di una collaborazione tra più soggetti, la creazione di una app o di una piattaforma digitale per itinerari personalizzati o per l'accesso a contenuti esclusivi, un programma di coinvolgimento degli abitanti per la narrazione delle destinazioni, la realizzazione di un evento culturale, di un festival, di una sagra, una campagna marketing sui social media, lo sviluppo di un partenariato con tour operator specializzati.

2.5 Strumenti e servizi digitali per il Destination Management

2.1.23 Online Travel Agencies (OTA)

Piattaforma digitale che funge da intermediario tra i viaggiatori e i fornitori di servizi turistici, tra cui i servizi di trasporto, di alloggio, ristorazione, intrattenimento, benessere.

2.1.24 Destination Management System (DMS)

Sistema informativo che, in relazione a una destinazione turistica o un insieme di destinazioni, supportano le attività di Destination Management, raccolgono, archiviano, gestiscono informazioni turistiche, consolidano e distribuiscono una gamma completa di prodotti turistici attraverso una varietà di canali e piattaforme. I DMS forniscono informazioni complete e aggiornate su una particolare destinazione turistica. Spesso utilizzato anche come supporto di *azioni di marketing territoriale*.

2.6 Indicatori di risultato e di impatto

2.1.25 BES (benessere equo e sostenibile)

Insieme di indicatori previsti dal Rapporto sul Benessere equo e sostenibile utili a valutare il progresso della società non soltanto dal punto di vista economico, ma anche sociale e ambientale. Si aggiungono ai tradizionali indicatori economici, primo fra tutti il Prodotto Interno Lordo. E' un framework di riferimento di indicatori chiave per la misura della prestazione e dell'impatto della *Soluzione*.

2.1.26 Resident Empowerment through Tourism Scale (RETS)⁴

Indicatore per la misura dello empowerment psicologico, sociale e politico percepito dalla *comunità* di riferimento e dai suoi componenti in relazione alla valorizzazione del territorio quale destinazione del turismo culturale.

2.7 Attività di ricerca e sviluppo

2.1.27 Programma di ricerca e sviluppo

Lavoro creativo e sistematico finalizzato ad aumentare il patrimonio di conoscenza e per ideare nuove applicazioni (la *Soluzione*) a partire dalle conoscenze già acquisite. Esso è caratterizzato dalle seguenti

⁴ (Boley e McGehee, 2014)

proprietà: *Innovazione* (in quanto il lavoro è finalizzato a nuove scoperte), *Creatività* (in quanto il lavoro è basato su concetti ed ipotesi originali e non ovvie), *Incertezza* (in quanto non si ha certezza del risultato finale), *Sistematicità* (in quanto è pianificata e finanziata), *Riproducibilità* (in quanto consente di ottenere risultati che possono essere riprodotti).

2.1.28 Ricerca di base

Attività sperimentali o teoriche intraprese principalmente per acquisire o ampliare le conoscenze (scientifiche) sui fondamenti dei fenomeni e dei fatti osservabili, non finalizzate a una specifica applicazione o utilizzazione, quindi non orientate alla definizione di un nuovo prodotto/processo.

2.1.29 Ricerca applicata

Lavori originali intrapresi al fine di acquisire nuove conoscenze e finalizzati principalmente a una pratica e specifica applicazione; in altre parole, utilizza le conoscenze scientifiche per la creazione di nuovi prodotti/processi.

2.1.30 Sviluppo sperimentale

Insieme sistematico di attività, basate sulle conoscenze esistenti acquisite attraverso la ricerca e l'esperienza pratica, condotto al fine di completare, sviluppare o migliorare materiali, prodotti e processi produttivi, sistemi e servizi.

2.1.31 Metodologia della ricerca

Processo che assicura che i risultati del programma di ricerca siano validi e affidabili. Stabilisce il quadro di riferimento per la ricerca, determina anche i metodi e gli strumenti da utilizzare per analizzare i dati e garantire che le conclusioni siano logiche e coerenti.

2.1.32 Innovazione⁵

L'attuazione di un prodotto, servizio o processo nuovo o che ha subito significativi miglioramenti tra cui quelli relativi ai processi di produzione, di edificazione o di costruzione o quelli che riguardano un nuovo metodo di commercializzazione o organizzativo nelle prassi commerciali, nell'organizzazione del posto di lavoro o nelle relazioni esterne

2.1.33 Tecnica emergente

Una tecnica innovativa per un'attività industriale che, se sviluppata commercialmente, potrebbe assicurare un più elevato di efficacia o almeno lo stesso livello di efficacia ad un costo del ciclo di vita inferiore rispetto alle migliori tecniche disponibili

⁵ Codice dei contratti pubblici, art. 3

2.1.34 Innovazione emergente

L'attuazione di un nuovo prodotto, servizio o processo, basato sull'utilizzo di una *tecnica emergente*, in grado di assicurare un più elevato livello di sostenibilità o almeno lo stesso livello di sostenibilità e maggiori benefici per la comunità rispetto alle migliori soluzioni disponibili.

2.8 Soluzione alla sfida e concetti correlati

2.1.35 Soluzione alla sfida

Insieme coordinato di servizi digitali e di servizi di accompagnamento anche non totalmente digitalizzati (quali formazione, consulenza, supporto, ecc.) finalizzati nel complesso a soddisfare i fabbisogni di sviluppo socio-economico delle comunità territoriali attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale.

2.1.36 Utenti e Attori della soluzione

Persone che fruiscono i servizi offerti dalla Soluzione e Soggetti giuridici che beneficiano della Soluzione stessa. Persone e soggetti giuridici sono parte della Comunità di riferimento e/o sono ricompresi nell'*Ecosistema del turismo culturale*.

2.1.37 Modello d'uso di un Servizio

Specifica dettagliata di come un servizio viene utilizzato dai suoi utenti, inclusi i loro comportamenti, le loro esigenze e le loro interazioni con il servizio. La specifica tipicamente include gli utenti e attori, le motivazioni che spingono gli utenti ad utilizzare il servizio, le modalità di interazione, il contesto in cui il servizio dovrebbe essere utilizzato.

2.1.38 Sistema pre-commerciale

Implementazione pre-commerciale della Soluzione, sviluppata incrementalmente nel corso del *Programma di ricerca e sviluppo*, anche a scopo dimostrativo o funzionalmente alle attività di sviluppo sperimentale. Anche indicato, in funzione del suo grado di maturità, Proof of Concept, Prototipo, Minimum Viable Product.

2.1.39 Technology Readiness Level

Metodologia per la valutazione del grado di maturità della *Soluzione*, basata su una scala di valori da 1 a 9, di seguito definiti: TRL 1 Osservati i principi fondamentali; TRL 2 Formulato il concetto della tecnologia; TRL 3 Prova di concetto sperimentale; TRL 4 Tecnologia convalidata in laboratorio; TRL 5 Tecnologia convalidata in ambiente (industrialmente) rilevante; TRL 6 Tecnologia dimostrata in ambiente (industrialmente) rilevante; TRL 7 Dimostrazione di un prototipo di sistema in ambiente operativo; TRL 8 Sistema completo e qualificato; TRL 9 Sistema reale provato in ambiente operativo (produzione competitiva, commercializzazione)

2.1.40 Proof of concept

Prototipo concettuale della *Soluzione* che ha lo scopo di provare la fattibilità e dimostrare la fondatezza dei principi o concetti costituenti la Soluzione.

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - *Appalto pre-commerciale "Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale"*

2.1.41 Prototipo

Modello originale che possiede le qualità tecniche essenziali e le caratteristiche di funzionamento della *Soluzione* oggetto delle attività di sviluppo sperimentale e che permette di effettuare prove, tipicamente in ambiente controllato, per apportare le modifiche necessarie e fissarne le caratteristiche finali.

2.1.42 Minimum Viable Product (MVP)

Implementazione della *Soluzione* con le caratteristiche minime per essere utilizzabile dai primi utenti, i quali possono fornire feedback per lo sviluppo ulteriore della *Soluzione* stessa.

2.1.43 Ciclo di vita della Soluzione

L'insieme delle fasi consecutive o interconnesse, compresi la ricerca e sviluppo, la produzione, il trasporto, l'utilizzazione e la manutenzione nel corso della vita della *Soluzione*.

2.1.44 Costo del ciclo di vita della Soluzione

La somma dei costi a carico dell'Amministrazione e degli altri Attori che adottano la Soluzione e che sono connessi al ciclo di vita della Soluzione. Tra essi, ad esempio, il costo di acquisizione, i costi di utilizzo, i costi di manutenzione, i costi di raccolta, smaltimento e riciclaggio.

2.1.45 Sistema di intelligenza artificiale

Sistema automatizzato progettato per funzionare con livelli di autonomia variabili e che può presentare adattabilità dopo la diffusione e che, per obiettivi espliciti o impliciti, deduce dall'input che riceve come generare output quali previsioni, contenuti, raccomandazioni o decisioni che possono influenzare ambienti fisici o virtuali;

2.1.46 Modelli di intelligenza artificiale

Modelli che identificano strutture ricorrenti attraverso l'uso di collezioni di dati, che hanno la capacità di svolgere un'ampia gamma di compiti distinti e che possono essere integrati in una varietà di sistemi o applicazioni.

2.1.47 Efficacia della Soluzione

Capacità della Soluzione di realizzare il risultato desiderato.

2.1.48 Spiegabilità della Soluzione

Capacità della Soluzione di proporre decisioni comprensibili e spiegabili per gli utenti del sistema e gli attori dell'ecosistema economico della destinazione culturale.

2.9 Diffusione della soluzione

2.1.49 Total Addressable Market (TAM) della Soluzione

Rappresenta il mercato totale disponibile, ovvero la domanda complessiva se la *Soluzione* riuscisse a coprire il 100% del mercato senza considerare limitazioni.

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - Appalto pre-commerciale "Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale"

2.1.50 Served Available Market (SAM) della Soluzione

Indica la porzione del TAM che è rilevante e raggiungibile per la Soluzione.

2.1.51 Serviceable Obtainable Market (SOM) della Soluzione

Rappresenta la parte del SAM che la Soluzione può realisticamente acquisire, considerando fattori come la concorrenza, le capacità operative, le capacità di assorbimento del mercato.

2.10 Normativa di riferimento

- Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016, relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati e che abroga la direttiva 95/46/CE;
- Decreto legislativo 7 marzo 2005, n. 82 recante Codice dell'Amministrazione Digitale;
- Decreto-legge 31 maggio 2014, n. 83, Disposizioni urgenti per la tutela del patrimonio culturale, lo sviluppo della cultura e il rilancio del turismo, convertito con modificazioni dalla L. 29 luglio 2014, n. 106;
- Decreto-legge 14 marzo 2005, n. 35, Disposizioni urgenti nell'ambito del Piano di azione per lo sviluppo economico, sociale e territoriale, convertito con modificazioni dalla L. 14 maggio 2005, n. 80;
- Comunicazione (COM(2007)0621) del 19 ottobre 2007 – Agenda per un turismo europeo sostenibile e competitivo;
- Comunicazione (COM(2010)0352) del 30 giugno 2010 – L'Europa, prima destinazione turistica mondiale – un nuovo quadro politico per il turismo europeo;
- Il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) e, in particolare la Missione 1 Componente 3 Misura 4 “Turismo 4.0” Investimento 4.1 “Hub del Turismo Digitale” (altrove indicato anche come “Tourism Digital Hub” o “TDH”) del PNRR che prevede la realizzazione di una piattaforma web dedicata, che consenta il collegamento dell'intero Ecosistema turistico al fine di valorizzare, integrare, favorire la propria offerta;
- Decreto Legislativo 23 maggio 2011, n. 79 recante Codice della normativa statale in tema di ordinamento e mercato del turismo (Codice del Turismo), a norma dell'articolo 14 della legge 28 novembre 2005, n. 246, nonché attuazione della direttiva 2008/122/CE, relativa ai contratti di multiproprietà, contratti relativi ai prodotti per le vacanze di lungo termine, contratti di rivendita e di scambio;
- Decreto Ministro del Turismo n. 52/2023 per l'adozione delle Linee Guida Ecosistema TDH022 del Ministero del Turismo, gli standard e le tecnologie per interfacciarsi e integrarsi con Italia.it;
- Decreto Ministro del Turismo del 22 marzo 2023 recante “Disposizioni applicative per il riparto e l'erogazione delle risorse stanziato sul Fondo istituito dall'articolo 1, comma 611, della legge 29 dicembre 2022, n. 197, destinate al potenziamento degli interventi finalizzati alla promozione dell'ecoturismo e del turismo sostenibile”;

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - Appalto pre-commerciale “Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale”

- Regolamento (UE) 2021/818 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 20 maggio 2021, che istituisce il programma Europa creativa (2021-2027);
- Decreto Legislativo 22 gennaio 2004, n. 42 (Codice dei beni culturali e del paesaggio) modificato dal Decreto Legislativo 26 marzo 2008, n. 62
- Decreto Ministero delle Imprese e del Made in Italy, del 08/08/2024 - attuazione della LEGGE 27 dicembre 2023, n. 206
- DLCultura (legge che converte DECRETO-LEGGE 27 dicembre 2024, n. 201
- LEGGE 1 ottobre 2020, n. 133 - Ratifica ed esecuzione della Convenzione quadro del Consiglio d'Europa sul valore del patrimonio culturale per la società, fatta a Faro il 27 ottobre 2005. (20G00152)
- *Council of Europe Framework Convention on the Value of Cultural Heritage for Society*. Faro, 27.10.2005 (Council of Europe Treaty Series - No. 199)

3. CONTESTO E OBIETTIVI DELLA INIZIATIVA

Il presente appalto si colloca nel contesto dello sviluppo delle *comunità territoriali* attraverso la *valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale*.

Nel corso delle consultazioni preliminari al presente appalto di innovazione, MUR e AgID hanno incontrato i soggetti pubblici che rappresentano le comunità di riferimento in un confronto aperto con il mercato. Il confronto pubblico e gli incontri con gli operatori del mercato hanno consentito di raccogliere elementi utili per la preparazione della presente gara.

Il confronto ha creato le condizioni per la condivisione dell'esigenza di sviluppare nuovi servizi e di renderli disponibili alle amministrazioni, alle regioni e gli enti territoriali, ai portatori di interessi diffusi costituiti in associazioni o comitati alle imprese che hanno interesse a valorizzare le destinazioni del turismo culturale, generando un impatto positivo sullo sviluppo economico e sociale delle comunità del territorio.

3.1 Il contesto dell'appalto

Da tempo la cultura europea riconosce come gli aspetti dell'ambiente, naturale e artificiale, siano il risultato dell'interazione nel corso del tempo fra le popolazioni e i luoghi, e abbia in forme diverse attuato politiche culturali ed economiche per la tutela e la valorizzazione dei beni e della cultura locale. Attraverso la Convenzione di Faro, i Paesi Membri richiamano le comunità a svolgere un ruolo attivo nel riconoscimento dei valori dell'eredità culturale e richiedono investimenti utili a promuovere un processo di valorizzazione partecipativo, fondato sulla sinergia fra istituzioni pubbliche, cittadini privati, associazioni.

Le conclusioni del Consiglio sulla governance partecipativa del patrimonio culturale ((2014/C 463/01) invitano gli Stati Membri a sviluppare sinergie tra le strategie di turismo sostenibile e i settori culturali e creativi a livello locale, anche tramite la promozione di quadri di governance che coinvolgano attivamente le comunità locali al fine di incoraggiare l'offerta di un turismo culturale sostenibile di qualità e contribuire al rilancio delle zone urbane e rurali, salvaguardando al contempo l'integrità e mantenendo il valore

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - *Appalto pre-commerciale "Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale"*

culturale del patrimonio, nonché raggiungendo un equilibrio tra opportunità economiche e benessere dei cittadini

L'Italia è uno dei Paesi con la più elevata presenza di beni culturali e paesaggistici. Molti di questi sono concentrati in alcune città e aree del territorio, che divengono per questo motivo destinazioni di turismo di massa che fruisce di percorsi, monumenti e musei dove sono presenti servizi tradizionali e itinerari convenzionali. In alcune destinazioni la numerosità dei visitatori genera gli effetti tipici dell'“*overtourism*”.

Le aree limitrofe a queste grandi destinazioni turistiche, spesso, ospitano anch'esse un rilevante patrimonio culturale che potrebbe divenire destinazione turistica e una opportunità di sviluppo sociale ed economico per le comunità del territorio.

Recenti studi hanno evidenziato una tendenza significativa nel comportamento dei viaggiatori: la preferenza per luoghi famosi, a scapito di destinazioni meno conosciute. La stessa UNWTO promuove iniziative per rendere più accattivante la narrazione delle destinazioni meno conosciute enfatizzandone la capacità di accoglienza, l'accessibilità e soprattutto l'offerta di culture, aspetti e luoghi inediti e poco frequentati dal turismo *mainstream*.

La presente iniziativa ha il fine ultimo di portare valore economico, sviluppo sociale e benessere alle comunità, valorizzando il territorio, le attrazioni e i beni culturali locali, come meta di turismo culturale, attraverso lo sviluppo di nuovi servizi di mercato che possano essere facilmente acquisiti e utilizzati a tale scopo.

La iniziativa si focalizza sulle comunità del territorio più laterali e più distrattamente trascurate, ai borghi che stanno subendo un processo di spopolamento, alle zone periferiche che mancano di una propria identità sociale e presentano un basso reddito, alle aree rurali anch'esse a rischio di spopolamento.

3.2 Gli ecosistemi economici delle destinazioni turistico culturali

La presente iniziativa è indirizzata alle comunità del territorio e ai soggetti che lo compongono, come meglio definito in sezione 2.2 e 2.3. La popolazione di una comunità del territorio tipica per la iniziativa in oggetto va da alcune centinaia di persone fino a dimensioni di rete sovracomunale o regionale.

L'insieme essenziale dei soggetti destinatari e potenziali utilizzatori della Soluzione oggetto del presente appalto è costituito dalle pubbliche amministrazioni, dalle Destination Management Organization, e più ampiamente, da tutti coloro che agiscono prioritariamente per l'interesse pubblico.

3.3 La domanda pubblica per la valorizzazione delle destinazioni turistiche

Le progettualità complesse a medio e lungo termine, insieme all'elaborazione dei *piani per la gestione delle destinazioni turistiche*, devono rispettare le aspettative di sostenibilità delle comunità locali e garantire un ritorno in termini di sviluppo sociale ed economico. Si tratta di una attività complessa, che richiede competenze specialistiche. Allo stato corrente, per lo svolgimento di tali attività le autorità pubbliche e le DMO ricorrono spesso ai servizi e alle consulenze forniti da operatori economici specializzati, professionisti, docenti e ricercatori.

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - Appalto pre-commerciale “Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale”

Questi servizi a più alto valore aggiunto sono erogati da operatori economici e personale specializzato con competenza ed esperienze significative. La disponibilità di mercato di tali risorse è però largamente insufficiente rispetto ai volumi reali e prospettici della domanda. Il costo dei servizi è spesso non compatibile con le disponibilità delle comunità minori. Assai frequentemente, la possibilità di acquisire servizi adeguata è connessa a situazioni eccezionali, a disponibilità finanziarie contingenti e occasionali.

La spesa del settore pubblico in servizi per la promozione delle destinazioni turistiche è stimata nell'ordine di un miliardo di euro per anno. Gli acquirenti pubblici fanno riferimento per la gran parte al Ministero dei Beni culturali (con le sue articolazioni) e ai *Luoghi della cultura*: musei statali, associazioni, fondazioni, consorzi per la gestione di musei, palazzi, parchi archeologici, complessi monumentali, archivi e biblioteche, nonché, infine, gli Enti di promozione turistica e le DMO pubbliche.

La maggior parte della spesa è destinata ad acquisti per la gestione ordinaria, circa il 30% è destinata invece ad acquisti per la valorizzazione delle destinazioni culturali, ed è pertanto più vicina all'oggetto del presente appalto. E' stimata in circa 120 milioni di euro la spesa pubblica in consulenze, beni e servizi ICT per la valorizzazione delle destinazioni turistiche. Un importo che appare molto al di sotto delle potenzialità della domanda. La figura seguente illustra le principali categorie di acquirenti pubblici.

La domanda: enti specializzati in Cultura e Turismo (C&T) Segmentazione del mercato in 5 categorie di soggetti pubblici

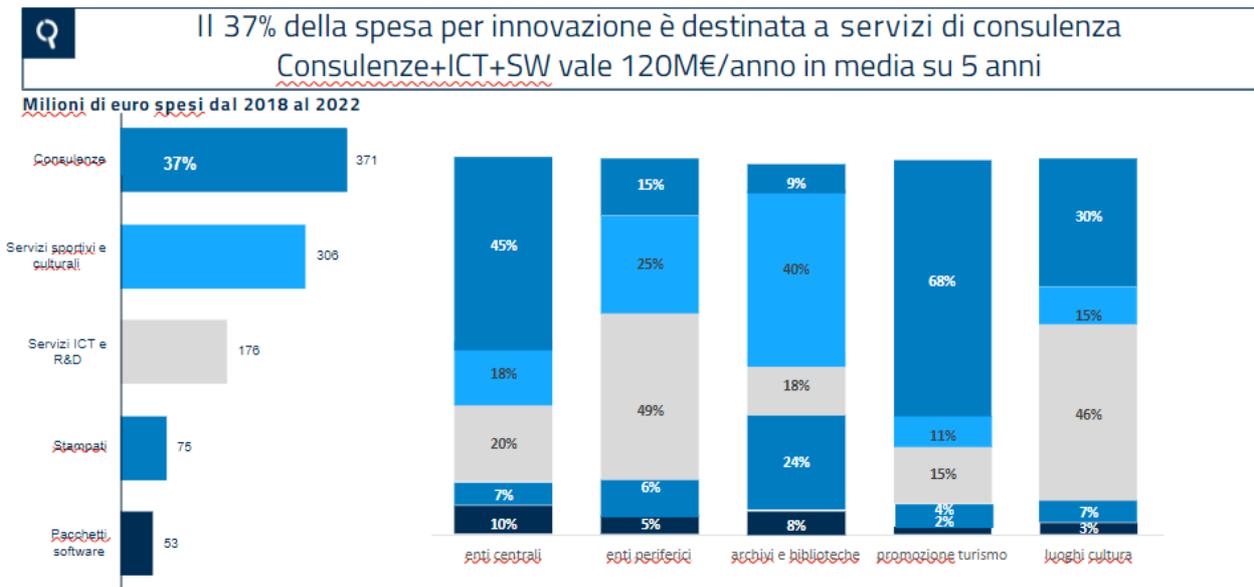
Categoria	Descrizione	Esempi di enti
Enti centrali	Ministeri, istituti e direzioni ministeriali, altri enti che operano in materia di Cultura e Turismo a livello nazionale	<ul style="list-style-type: none"> Ministero della Cultura e del Turismo ICCD - Istituto Centrale per il Catalogo e la Documentazione ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo
Unità periferiche	Organi periferici (regionali, provinciali, metropolitani) del Ministero della Cultura e del Turismo, per la tutela e valorizzazione beni archeologici, belle arti e paesaggio: 67 Soprintendenze per i beni archeologici, belle arti e paesaggio, 17 segretariati regionali, 20 poli museali	<ul style="list-style-type: none"> Polo museale della Liguria Soprintendenza Archeologia, belle arti e paesaggio per il Comune di Napoli Segretariato Regionale del Ministero Cultura e Turismo per le Marche
Luoghi della Cultura	~140 musei statali, associazioni, fondazioni, consorzi che gestiscono uno o più Luoghi della Cultura (musei, palazzi, parchi archeologici, complessi monumentali, esclusi archivi e biblioteche)	<ul style="list-style-type: none"> Parco archeologico Pompei Fondazione Torino Musei Fondazione Ente ville Vesuviane Istituto per la Storia del Risorgimento Italiano Parco archeologico di Cerveteri e Tarquinia
Archivi e biblioteche	~180 archivi di Stato, soprintendenze archivistiche, biblioteche centrali e locali, consorzi di biblioteche	<ul style="list-style-type: none"> Archivio Centrale dello Stato Archivio di Stato di Brescia Soprintendenza archivistica e bibliografica della Liguria Biblioteca Nazionale di Firenze Biblioteca Marciana di Venezia Consorzio Biblioteche padovane associate
Enti Promozione turismo	~70 enti, fondazioni e consorzi per la promozione del turismo locale	<ul style="list-style-type: none"> Agenzia Regionale del Turismo - Puglia Toscana Promozione Turistica Azienda di Promozione Turistica della Provincia di Lecce

Gli esiti della consultazione di mercato e gli studi effettuati evidenziano una concreta e significativa domanda (benché spesso latente o non pienamente consapevole) di servizi che contribuiscano ad elaborare sia le pianificazioni strategiche di lungo periodo nonché le programmazioni di più breve periodo, comprendenti iniziative volte all'attrazione del turismo, quali campagne di marketing digitale ed eventi.

La figura seguente classifica la spesa per categoria di acquisto e per categoria di acquirenti pubblici.

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - Appalto pre-commerciale "Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale"

I settori del mercato



3.4 Piattaforme, strumenti e servizi per la valorizzazione delle destinazioni turistiche

La presente sezione descrive i servizi disponibili sul mercato e più diffusamente utilizzati per la valorizzazione delle destinazioni turistiche.

Le **agenzie di viaggio online (OTA)** sono piattaforme che collegano viaggiatori e fornitori di servizi turistici. Offrono principalmente alloggi e ristorazione, ma anche trasporti e biglietti per musei. I loro clienti sono gli operatori locali come alberghi e ristoranti, ma recentemente hanno iniziato a servire anche musei e giardini per la vendita di biglietti ai turisti. Le piattaforme OTA risultano essere ampiamente diffuse a livello globale, i servizi offerti da esse particolarmente apprezzati ed in grado di generare redditività elevate grazie alle commissioni sulle vendite.

I **sistemi di gestione delle destinazioni (DMS)** sono piattaforme digitali caratterizzate da una specifica capacità di aggregare informazioni utili alla valorizzazione degli attori di una destinazione turistica. Il DMS di una destinazione turistica può coinvolgere enti turistici, enti pubblici (comuni, province, regioni), Proloco, Camere di Commercio, Associazioni locali e promozionali, strutture ricettive e commerciali (alberghi, ristoranti, negozi), operatori turistici, operatori delle attrazioni locali (culturali, parchi, spiagge e giardini, musei, biblioteche, archivi, teatri, cinema ecc). E' generalmente rivolto ad un contesto multi operatore e multi-prodotto dove tutti coloro che operano sul territorio (Comuni, Pro Loco, enti territoriali, tour operator, albergatori, commercianti, ristoratori) cooperano attraverso il DMS per promuovere e gestire la Destinazione turistica.

Il modello di business dei fornitori di DMS è molto simile a quello di altri servizi online, ovvero abbonamenti in base al volume d'utilizzo del servizio. Spesso, oltre al numero di prenotazioni, entra in gioco anche il numero di operatori economici coinvolti. A volte il cliente del DMS non è un singolo operatore ma un consorzio turistico o un ente pubblico. Allo stato, le piattaforme DMS sono poco diffuse in Italia e la qualità

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - Appalto pre-commerciale "Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale"

dei servizi da esse offerti risulta non adeguata rispetto alle necessità di pianificazione strategica delle autorità pubbliche e di alcune DMO. Si rilevano implementazioni notevoli di destination management system in alcune regioni italiane.

Tecnologie e servizi per la generazione assistita di contenuti digitali si stanno affermando anche nelle attività di promozione delle destinazioni turistiche e dei beni culturali. Si rileva una crescente e diffusa capacità industriale di servizi professionali e digitali sempre più efficienti perché erogati con il supporto di strumenti di generazione automatica spesso basati su tecnologie di intelligenza artificiale. Tali servizi sono resi disponibili alle autorità pubbliche, alle DMO e agli operatori del settore culturale per una più rapida realizzazione di campagne di marketing digitale.

Servizi professionali e consulenze rappresentano allo stato la soluzione più diffusa per supportare la valorizzazione delle destinazioni turistiche, sia nella fase concettuale della pianificazione strategica, sia in quella operativa delle campagne marketing e delle iniziative per l'attrazione del turista. Allo stato, tali servizi sono eccessivamente costosi per la maggior parte dei clienti pubblici, in quanto necessitano di risorse professionali esperte e difficilmente reperibili sul mercato.

3.5 Il gap tra domanda e offerta

Alla luce delle considerazioni sopra esposte appare necessario accrescere la consapevolezza delle comunità del territorio e sviluppare le capacità delle istituzioni, degli operatori economici e dei singoli individui che concorrono nell'azione di valorizzazione della destinazione culturale.

Tuttavia si evidenzia un gap significativo tra offerta disponibile di servizi e la domanda degli attori pubblici che hanno in carico la gestione e valorizzazione di destinazioni turistico culturali.

Innanzitutto si riscontra una **carezza funzionale**, poiché i servizi attualmente disponibili sul mercato non sono in grado di soddisfare le esigenze del settore pubblico di elaborazione dei *Piani di valorizzazione delle destinazioni culturali (Destination Management Plan)*, sostenibili e connesse allo sviluppo sociale ed economico delle *Comunità*. Infatti *gli strumenti e i servizi digitali per il Destination Management* (rif. Sezione 2.5) attualmente disponibili sul mercato sono prevalentemente orientati alle necessità, più contingenti, degli operatori economici.

Ancor più profondamente, si riscontra una **carezza di conoscenze** relative alla correlazione tra la valorizzazione turistico culturale di una destinazione e i benefici sociali ed economici della comunità di riferimento e con il benessere dei singoli individui che ne fanno parte, pur essendo nota, a livello scientifico, che tale correlazione è positiva. Questo gap di conoscenze deve essere ridotto, e ciò è fondamento per lo sviluppo di nuovi servizi, prioritariamente digitali, in grado di indirizzare i Piani di valorizzazione secondo linee sostenibili e di cui si possa dare prova di efficacia anche nel contesto del presente appalto.

L'evidenza scientifica mostra una positiva correlazione tra la valorizzazione turistico culturale di una destinazione e i benefici sociali, culturali ed economici della comunità di riferimento nel suo insieme, nonché sul benessere psico-fisico dei singoli individui che compongono la comunità.

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - Appalto pre-commerciale "Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale"

Si evidenzia la necessità di rendere **più efficiente l'attuazione** dei *Piani di valorizzazione delle destinazioni turistiche*, e delle singole *Iniziative di valorizzazione* che lo realizzano. In questo contesto, appaiono ancora inadeguate le capacità di networking e di partnership tra gli attori dell'*Ecosistema economico della destinazione culturale*. Si evidenzia la necessità di rendere più efficaci ed efficienti le iniziative di e-marketing per la promozione delle destinazioni periferiche che rappresentano il target prioritario del presente appalto.

Nel tentativo di colmare i gap sopra evidenziati bisognerà tenere conto di aspetti concreti e contingenti, quali la disponibilità di spesa delle amministrazioni pubbliche per la programmazione e la gestione delle attività di valorizzazione della destinazione turistica. Pertanto, i nuovi servizi dovranno essere disponibili commercialmente a prezzi ragionevoli e compatibili con le reali disponibilità dei clienti interessati.

3.6 Impatto atteso della iniziativa

Le soluzioni sviluppate nell'ambito del presente appalto sono destinate agli attori delle *comunità del territorio* che partecipano agli *ecosistemi economici*.

Con il presente appalto si vuole promuovere lo sviluppo di una offerta concorrenziale di nuovi servizi digitali orientati allo sviluppo delle destinazioni del turismo culturale a portare significativi benefici alle comunità del territorio.

Con la presente iniziativa e l'esecuzione di specifici programmi di ricerca e sviluppo si vuole verificare la fattibilità di tali servizi digitali e valutarne l'efficacia anche preliminarmente alla loro concreta disponibilità di mercato-

Al contempo, questa iniziativa vuole anche essere stimolo indiretto a un riorientamento della domanda (e quindi alla spesa pubblica) verso nuovi e più efficaci servizi per la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale.

L'auspicata diffusione delle soluzioni sviluppate potrà concorrere allo sviluppo di un sistema turistico nazionale più equilibrato, in grado di intercettare i grandi flussi, integrandoli al meglio con le caratteristiche di tutte le destinazioni, favorendo la crescita sociale ed economica delle comunità del territorio anche attraverso lo sviluppo di nuove professionalità e la creazione di nuovi posti di lavoro.

4. IL PROGRAMMA DI RICERCA E SVILUPPO

4.1 Oggetto del programma di ricerca e sviluppo

I contenuti della presente sezione sono coordinati con la Sezione "Quadro di riferimento" e in particolare con la sottosezione 2.7 "Attività di ricerca e sviluppo".

Oggetto dell'appalto è la esecuzione di un programma di ricerca e sviluppo di Soluzioni e servizi digitali finalizzati alla presente sfida.

L'oggetto del programma è la ideazione e lo sviluppo pre-commerciale di soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione o la valorizzazione di destinazioni del turismo culturale.

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - Appalto pre-commerciale "Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale"

Tali programmi di ricerca e sviluppo dovranno realizzarsi nel contesto individuato nelle sezioni 2 e 3 del presente documento.

Il programma di ricerca e sviluppo deve essere strutturato in un insieme coordinato di attività.

Il programma deve essere orientato **ad aumentare il patrimonio di conoscenza** e indirizzato a colmare i Gap definiti nella sezione 3.5 del presente documento. A tale scopo il Programma deve dare evidenza delle conoscenze che si intendono generare e dei motivi per cui direttamente applicabili alla soluzione della Sfida oggetto del presente appalto e in particolare:

- Conoscenze utili alla modellazione delle relazioni tra lo sviluppo della destinazione turistica e il benessere della comunità e delle persone⁶.
- Conoscenza utili alla individuazione, definizione e l'attuazione di partnership e accordi tra enti pubblici e privati finalizzati alla valorizzazione delle destinazioni culturali;
- Conoscenze utili per lo sviluppo alla esecuzione automatica o assistita di iniziative di e-marketing per la valorizzazione della destinazione turistico culturale.

4.2 Organizzazione e pianificazione del programma di ricerca

I contenuti della presente sezione sono coordinati con la Sezione "Quadro di riferimento" e in particolare con la sottosezione 2.7 "Attività di ricerca e sviluppo".

Il programma di ricerca e sviluppo è strutturato in un insieme coordinato di attività. Il programma di ricerca deve individuare le attività previste nella fase I dell'appalto e quelle individuate nell'eventuale fase II dell'appalto.

Considerato che il presente appalto è guidato da specifici bisogni già definiti dalla Stazione Appaltante (comprensivi della definizione di concreti scenari di applicazione), le attività del Programma si configurano principalmente nelle categorie della ricerca applicata e dello sviluppo sperimentale.

La Fase I dell'esecuzione ha come oggetto prevalente attività di ricerca, finalizzata all'acquisizione di nuove conoscenze, alla elaborazione di documentazione di specifica tecnica e funzionale della Soluzione, report di ricerca che motivano le scelte fatte, e una dimostrazione di fattibilità ("*Proof of concept*"), nonché una realizzazione incompleta o abbozzata che ha lo scopo di provare la fattibilità e dimostrare la fondatezza dei principi o concetti costituenti la Soluzione.

Nella Fase II della esecuzione le conoscenze acquisite nella precedente fase sono utilizzate per la realizzazione progressiva di un *Minimum Viable Product* con caratteristiche sufficienti per essere utilizzabile da primi utenti pilota, i quali forniscono *feedback* per ulteriori esperimenti tecnologici e/o

-
- ⁶ A tale scopo potranno essere utilizzati indicatori noti in letteratura o, tenuto conto delle specificità del contesto applicativo, nuovi indicatori sviluppati ad hoc

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - Appalto pre-commerciale "Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale"

commerciali in contesti reali. Il risultato di questa fase è costituito dagli esiti dell'attività sperimentale in ambiente operativo e dalle specifiche dei prototipi della Soluzione che sono alla base del prodotto pre-commerciale e degli sviluppi futuri verso soluzioni commerciali. Il risultato atteso della fase di sviluppo sperimentale è l'insieme di conoscenze e informazioni necessarie ad un soggetto pubblico per l'acquisto e l'utilizzo di Soluzioni alla sfida posta ad oggetto dell'appalto.

4.3 La Soluzione e i risultati essenziali del programma

I contenuti della presente sezione sono coordinati con la Sezione "Quadro di riferimento" e in particolare con la sottosezione 2.8 "Soluzione alla sfida e concetti correlati".

Risultato essenziale del programma è la definizione della Soluzione, espressa nella forma di un insieme coordinato di servizi digitali e, opzionalmente degli altri servizi, anche non digitali quali formazione, consulenza, supporto, ecc. necessari per la massima efficacia della soluzione.

L'utilizzo della Soluzione deve essere contestualizzato nell'ambito degli Ecosistemi economici delle destinazioni culturali (rif. Sezione 2.2).

La Soluzione deve avere una componente di servizi digitali essenziali per il funzionamento della Soluzione.

Elementi essenziali del programma di ricerca sono:

- a) La progressiva individuazione degli elementi qualificanti la Soluzione stessa e i principi tecnico-scientifici o le evidenze sulle quali si basa la Soluzione;
- b) La verifica delle motivazioni sulle quali si basa l'aspettativa che la Soluzione sia adeguata al soddisfacimento della sfida posta, e che possa raggiungere elevate prestazioni e benefici, in termini di efficacia ed efficienza.

Il programma di ricerca è finalizzato alla realizzazione dei seguenti risultati essenziali:

- c) la definizione di *ecosistemi economici delle destinazioni culturali* di riferimento per l'utilizzo e l'adozione della Soluzione;
- d) la definizione della Soluzione quale insieme coordinato di servizi, comprensiva delle specifiche funzionali di ciascuna delle componenti di servizio;
- e) la definizione del *modello d'uso* della Soluzione nel suo complesso e il *modello d'uso* di ciascuno dei servizi che la compongono nell'ambito degli ecosistemi individuati e in riferimento agli attori individuati alla sezione 2.3
- f) la definizione delle modalità con cui è possibile stimare e possibilmente misurare, in modo sistematico e controllato, l'efficacia e l'impatto della Soluzione in relazione agli obiettivi della sfida;
- g) le modalità e le motivazioni per le quali la Soluzione soddisfa i requisiti descritti nelle sezioni 4 e 5 del presente documento;
- h) la definizione del "*Ciclo di vita della Soluzione*" e la stima dell'associato "*Costo del ciclo di vita della Soluzione*": in particolare la somma dei costi a carico degli Attori che utilizzano la Soluzione in tutto il suo ciclo di vita e i costi a carico di un soggetto pubblico utilizzatore della Soluzione.

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - Appalto pre-commerciale "Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale"

Si precisa che l'inquadramento delle Soluzioni nel settore tecnico e commerciale dei *Destination Management Systems* costituisce un riferimento, ma non costituisce alcun vincolo nella definizione della *Soluzione* e del *programma di ricerca*.

4.4 Servizi per il settore pubblico

Il programma di ricerca e sviluppo deve essere prioritariamente orientato a servizi per le esigenze degli Enti pubblici territoriali che svolgono funzioni di policy making (*amministratori locali*) e dei *Luoghi della cultura*. Esempi di tali soggetti sono in sezione 2.3 e richiamati in sezione 3.2. Tali soggetti esprimono una domanda di servizi a supporto dei processi decisionali complessi di investimento, di controllo dei costi, di definizione di politiche sociali ed ambientali che si concretizzano nella definizione e aggiornamento dei *Piani di valorizzazione della Destinazione Turistica*.

4.5 Conformità al principio dello sviluppo sostenibile

La Soluzione deve contribuire a definire *Piano di valorizzazione della destinazione turistiche* in linea con il principio dello sviluppo sostenibile: il soddisfacimento dei bisogni delle generazioni attuali non deve compromettere la qualità della vita e le possibilità delle generazioni future.

La Soluzione deve aiutare la pubblica amministrazione ad attuare il principio dello sviluppo sostenibile nel migliore modo possibile, per cui nell'ambito della scelta comparativa di interessi pubblici e privati connotata da discrezionalità, supporta la valutazione della prioritaria considerazione degli interessi alla tutela dell'ambiente e del patrimonio culturale.

Data la complessità delle relazioni e delle interferenze tra ambiente e attività umane, la Soluzione deve supportare l'Amministrazione nella individuazione di un equilibrato rapporto, nell'ambito delle risorse ereditate, tra quelle da risparmiare e quelle da trasmettere al futuro, affinché nell'ambito delle dinamiche della produzione e del consumo si inserisca il principio di solidarietà per salvaguardare e per migliorare la qualità dell'ambiente anche futuro.

L'Offerente, in sede di offerta dovrà evidenziare e argomentare i punti di forza della Soluzione proposta nella sua capacità di orientare le decisioni degli Attori in coerenza con i principi del turismo sostenibile. Durante l'esecuzione, l'Aggiudicatario dovrà dimostrare, misurare o stimare, in modo sistematico e controllato, la capacità della Soluzione di soddisfare il requisito.

4.6 Elementi innovativi della Soluzione

I contenuti della presente sezione sono coordinati con la Sezione "Quadro di riferimento" e in particolare con la sottosezione 2.8 "Attività di ricerca e sviluppo".

Il programma di ricerca e sviluppo deve evidenziare gli elementi di innovazione su cui si concentrano le attività di ricerca e sviluppo.

Il programma di ricerca e sviluppo dovrà comprendere gli elementi qualificanti la Soluzione stessa, i principi tecnico-scientifici o le evidenze sperimentali / empiriche che caratterizzano la proposta di Soluzione, motivando le aspettative di efficacia della stessa.

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - Appalto pre-commerciale "Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale"

4.7 Sviluppo del sistema pre-commerciale

I contenuti della presente sezione sono coordinati con la Sezione “Quadro di riferimento” e in particolare con la sottosezione 2.8 “Soluzione alla sfida e concetti correlati”.

Il programma di ricerca e sviluppo deve comprendere lo sviluppo di un Sistema che implementi la Soluzione (Sistema pre-commerciale), anche incrementalmente nelle forme della Proof of concept, del prototipo o di una Minimum Viable Product. La implementazione potrà essere utilizzabile anche come strumento per le attività di sviluppo sperimentale.

Le categorie di ricerca e sviluppo individuate in sezione 2.7 possono essere sovrapposte ai livelli di maturità della Implementazione pre-commerciale oggetto del programma, definite in sezione 2.8 (Technology Readiness Levels).

Nello specifico (vedi anche Tabella 1):

- il TRL 1 viene associato tipicamente alla ricerca di base;
- i TRL da 2 a 4 sono associati tipicamente alla ricerca applicata (a sua volta tipicamente associata alla Fase I di una procedura d'appalto pre-commerciale);
- i TRL da 5 a 8 sono associati tipicamente allo sviluppo sperimentale (a sua volta associato alle fasi successive di una procedura d'appalto pre-commerciale).

Categoria di R&S	Livello TRL	Fase procedura PCP
Ricerca di base	1	non rientra nella procedura
Ricerca applicata	2-4	In prevalenza Fase I
Sviluppo sperimentale	5-8	In prevalenza Fase II

Tabella 1: Parallelismo tra categorie di R&S, TRL e fasi del PCP

La Figura 4 sintetizza quanto finora indicato (cfr EAFIP, Module 2 - Annex 3).

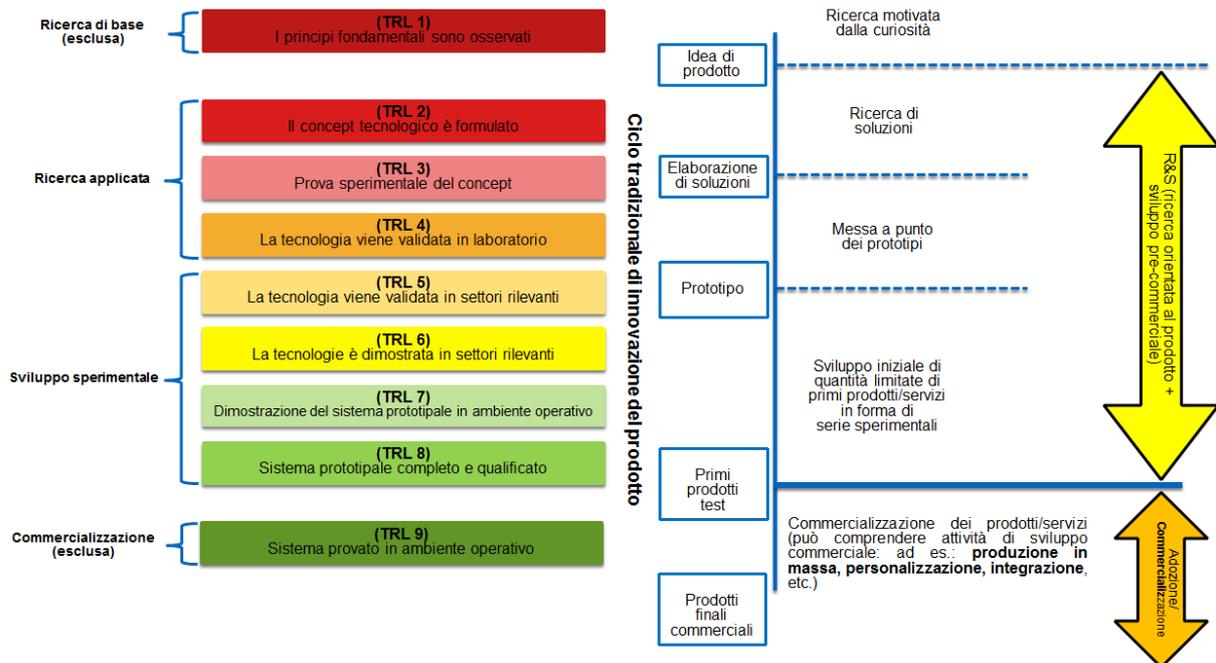


Figura 4: La procedura d'appalto pre-commerciale associata ai TRL

Al fine di chiarire il percorso di ricerca e sviluppo proposto, il Programma tiene conto della scala di misura definita dal TRL e pianifichi i livelli di maturità tecnologica della soluzione che intende raggiungere in ciascuna delle due Fasi dell'appalto, nonché al termine della intera procedura d'appalto.

Il livello di maturità tecnologica atteso nella fase finale della procedura di PCP è compreso fra sesto e l'ottavo. Soluzioni classificabili al livello di maturità TRL 9 sono escluse dall'ambito del presente appalto. È escluso lo sviluppo di volumi commerciali di prodotti finali innovativi

Il sistema che implementa la Soluzione proposta potrà comprendere dispositivi hardware, componenti software, sensori, attuatori, basi di dati, basi di conoscenza, nonché metodi e procedure per il loro popolamento e la loro gestione, metodi e procedure di test e misura ad ogni stato di sviluppo della Soluzione proposta, modelli matematici, algoritmi deterministici o non deterministici (intelligenza artificiale), modelli organizzativi, modelli procedurali e modelli d'uso, metodologie operative. La implementazione potrà coinvolgere operatori umani.

L'implementazione prototipale della Soluzione consiste inizialmente nello studio e messa a punto del sistema prototipale in ambiente controllato e la validazione delle sue prestazioni, attraverso metodi sistematici e controllati, dimostrando, stimando o motivando, attraverso l'uso di adeguati indicatori, come la Soluzione proposta possa soddisfare la sfida definita.

Segue tipicamente la sperimentazione e validazione in riferimento a casi reali o realistici, con la finalità di sviluppo sperimentale e di misura delle prestazioni in condizioni reali o realistiche di esercizio, oltre che individuare eventuali deficienze di progetto, di tipo strutturale, ergonomico, funzionale, prestazionale.

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - Appalto pre-commerciale "Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale"

Lo sviluppo sperimentale deve realizzarsi anche in ambienti operativi reali o realistici. Ciò può comprendere il coinvolgimento di utenti potenziali della soluzione.

Durante l'esecuzione del programma di ricerca e sviluppo si dovrà dimostrare, misurare o stimare la efficacia della Soluzione in un insieme di casi reali che abbiano caratteristiche analoghe a quelle dei casi di riferimento descritti nel presente documento in Sezione 7.

4.8 Costo del ciclo di vita della Soluzione

I contenuti della presente sezione sono coordinati con la Sezione "Quadro di riferimento" e in particolare con la sottosezione 2.8 "Soluzione alla sfida e concetti correlati".

Il programma di Ricerca dovrà individuare la struttura dei costi che formano il "Costo del ciclo di vita" della Soluzione, nonché i criteri oggettivi e verificabili per la valutazione del medesimo. A tale scopo possono definirsi adeguati indicatori che tengono conto, tra gli altri, dei costi del personale impiegato per l'erogazione e la fruizione dei servizi.

Il programma di ricerca dovrà produrre conoscenze utili per valutare il costo del ciclo di vita della Soluzione anche in funzione del contesto cui viene applicato.

L'Aggiudicatario potrà definire modelli di gestione della Soluzione che consentano di rendere scalabile il costo del ciclo di vita della Soluzione rispetto alla diffusione della Soluzione.

4.9 La verifica dell'efficacia della Soluzione

I contenuti della presente sezione sono coordinati con la Sezione "Quadro di riferimento" e in particolare con la sottosezione 2.7 "Attività di ricerca e sviluppo".

Il *Programma di ricerca* comprende attività sistematiche finalizzate a dimostrare, stimare, argomentare l'efficacia della Soluzione e il soddisfacimento dei requisiti della Soluzione.

Coerentemente il *Programma di ricerca* comprende la definizione di un framework di indicatori, anche qualitativi, per la misura dell'efficacia della Soluzione. Il programma di ricerca comprende azioni volte ad argomentare, misurare o dimostrare l'adeguatezza degli indicatori proposti.

Il *Programma* deve prevedere la valutazione sperimentale della Soluzione con il coinvolgimento dei potenziali utilizzatori della soluzione. A tale scopo il Programma di ricerca comprende un piano di sperimentazione coerente con le caratteristiche della soluzione e dei risultati di ricerca che si intende ottenere.

L'Aggiudicatario dovrà dare evidenza, in modo sistematico e controllato, attraverso l'uso di adeguati indicatori, dell'efficacia della Soluzione. Durante l'esecuzione del programma di ricerca e sviluppo si dovrà dimostrare, misurare o stimare la efficacia della Soluzione in un insieme di casi reali o realistici che abbiano caratteristiche analoghe a quelle dei casi di riferimento descritti nel presente documento in Sezione 7.

4.10 Contesti e utenti pilota per lo sviluppo sperimentale

I contenuti della presente sezione sono coordinati con la Sezione "Quadro di riferimento" e in particolare con la sottosezione 2.7 "Attività di ricerca e sviluppo".

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - Appalto pre-commerciale "Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale"

La esecuzione dell'appalto prevede lo svolgimento di attività di sviluppo sperimentale in ambienti operativi e con il coinvolgimento dei potenziali utilizzatori della Soluzione.

Il Programma di ricerca comprende la individuazione e la messa a disposizione le risorse necessarie per condurre lo sviluppo sperimentale, definire e pianificare le procedure e le attrezzature necessarie alla sperimentazione della Soluzione proposta.

L'Aggiudicatario dovrà mettere a disposizione, a proprio onere, la strumentazione necessaria alla realizzazione della sperimentazione per la durata della stessa.

La modalità di svolgimento dell'attività sperimentale in ambiente operativo dipende dalle caratteristiche della Soluzione proposta, deve essere presentato in sede di Offerta e viene ulteriormente dettagliato in fase di esecuzione.

Le modalità di svolgimento della sperimentazione e la disponibilità dei contesti operativi di sperimentazione sono aggiornati nella Offerta tecnica di Fase II.

4.11 Analisi dei rischi di esecuzione

L'adozione della Soluzione attraverso l'implementazione del sistema potrà comportare rischi in fase di esercizio. Il programma di ricerca potrà includere uno studio di analisi e valutazione rischi connessi all'implementazione e all'esercizio della Soluzione, le relative azioni di mitigazione del rischio, la definizione delle modalità di monitoraggio e aggiornamento dell'analisi dei rischi.

L'Aggiudicatario potrà specificare le azioni che intende mettere in atto per garantire un adeguato grado di flessibilità nell'erogazione dei servizi, con l'obiettivo di fronteggiare situazioni determinate dalla variabilità delle condizioni di utilizzo.

5. ALTRI REQUISITI DELLA SOLUZIONE

La Soluzione proposta e la sua implementazione pre-commerciale devono soddisfare i requisiti riportati nel seguito.

5.1 Capacità funzionali

Le caratteristiche funzionali vengono incrementalmente specificate nel corso del progetto di ricerca e sviluppo sperimentale.

Nel seguito si evidenziano alcuni aspetti funzionali originali che, in risposta ai gap evidenziati in sezione 3.5, caratterizzano le soluzioni attese a esito del percorso di ricerca e sviluppo.

2.1.1 Analisi della Destinazione turistica

Si richiede capacità di analisi della *comunità* e del *territorio* di riferimento, al fine di determinare il posizionamento, la potenzialità e la *competitività della destinazione*.

2.1.2 Supporto per la elaborazione dei Destination Management Plan

La Soluzione deve supportare e assistere la definizione dei *Piani per la valorizzazione della destinazione* (Destination Management Plan), tenendo in conto gli obiettivi di sviluppo della Comunità di riferimento,

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - Appalto pre-commerciale "Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale"

la conformità al principio dello sviluppo sostenibile, la possibilità di sfruttare le destinazioni in condizioni di overtourism, la possibilità di networking e partnership tra gli attori dell'ecosistema economico.

Il *Piano di valorizzazione della Destinazione* dovrebbe tenere conto sia in di una prospettiva di lungo periodo che di breve periodo.

Il Piano per la valorizzazione della destinazione comprende tipicamente un programma di iniziative per la valorizzazione della destinazione

2.1.3 Supporto alla attuazione di iniziative di valorizzazione

La Soluzione deve supportare l'attuazione delle iniziative per la valorizzazione della destinazione turistica. E' essenziale la capacità di supportare l'attuazione di iniziative di e-marketing e con la capacità di generazione di contenuti digitali efficaci rispetto agli obiettivi della iniziativa.

2.1.4 Monitoraggio dell'attuazione del Piano di valorizzazione

La Soluzione deve supportare un insieme di indicatori per stimare e misurare l'efficacia del Piano rispetto all'obiettivo di valorizzazione della Comunità di riferimento, verificare la coerenza del Piano rispetto al principio dello sviluppo sostenibile; evidenziare eventuali esternalità positive e negative

5.2 Altre caratteristiche della Soluzione

Il programma di ricerca e sviluppo dovrà indagare i seguenti aspetti:

- a) la facilità di utilizzo dei servizi in relazione alle caratteristiche dei potenziali utenti;
- b) il costo di produzione e mantenimento della Soluzione e dei servizi che la compongono;
- c) la modularità funzionale, che consenta la verticalizzazione e la composizione di offerte differenziate per target di utenza e caratteristiche della destinazione;
- d) la capacità della Soluzione di proporre decisioni comprensibili e spiegabili per gli utenti e per gli attori dell'ecosistema;
- e) la espandibilità funzionale, anche attraverso la integrazione di servizi funzionali di terze parti;
- f) l'apertura e interoperabilità con sistemi informativi pre-esistenti
- g) la possibilità di integrare fonti dati e di conoscenza relative alle comunità e territori di riferimento
- h) il miglioramento continuo della prestazione della Soluzione

5.3 Diffusione della Soluzione

Il progetto di ricerca e sviluppo deve analizzare le potenzialità di applicazione alle destinazioni turistiche nel territorio italiano, al soddisfacimento della domanda proveniente dal settore pubblico e dai luoghi della cultura. Gli indicatori definiti in sezione 2.8 sono un riferimento per la rappresentazione dei risultati dell'analisi.

Nell'invito alla Fase II saranno individuati ulteriori requisiti relativi alla applicabilità della Soluzione in contesti diversi, con la prospettiva che il dispiegamento della Soluzione in contesti diversi dovrebbe

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - Appalto pre-commerciale "Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale"

richiedere tempi e costi comparabili con quelli sostenuti per l'attivazione della Soluzione sul territorio italiano.

In fase di esecuzione l'Aggiudicatario deve valutare le condizioni di portabilità della Soluzione, indicando vincoli e condizioni di applicabilità in contesti diversi da quello nazionale.

6. SCENARI DI RIFERIMENTO

Nel seguito sono descritti gli scenari tipici di applicazione delle soluzioni oggetto del presente appalto. L'ambito di applicazione della ricerca è il territorio italiano. I seguenti scenari applicativi sono forniti anche ai fini della migliore comprensione degli obiettivi dell'appalto.

6.1 Scenario: periferie di grandi città, destinazioni turistiche di grande rilevanza

Il territorio di riferimento è costituito da un quartiere o zona periferica di una grande città con elevati flussi turistici, che si concentrano nelle zone centrali.

Il centro storico di una grande città, ricco di luoghi storici e beni culturali molto noti, è a forte vocazione turistica e gode di significativo movimento di visitatori.

I quartieri o le zone periferiche, pur ospitando beni culturali di rilievo, non hanno sufficiente attenzione e non sono percepiti come *destinazione del turismo culturale*.

La comunità periferica non ricava adeguato beneficio sociale ed economico dalla presenza dei beni culturali. La destinazione non è gestita adeguatamente.

In questo scenario, la Soluzione potrà essere utilizzata per creare la identità di nuove destinazioni culturali, per distribuire il flusso turistico principale dal centro verso le periferie, per mitigare le conseguenze dell'overtourism nel centro delle città.

6.2 Scenario: Piccole città e borghi, destinazioni turistiche minori

Il territorio di riferimento è costituito da borghi e cittadine a rischio di spopolamento e impoverimento imprenditoriale ed economico. In esso sono collocati uno o più beni culturali.

I flussi turistici sono insufficienti e/o distribuiti in modo inefficace. Le comunità del territorio non riescono a beneficiare del flusso turistici.

In questo scenario, la Soluzione potrebbe essere utilizzata per una più efficace programmazione delle azioni di valorizzazione della destinazione, con l'obiettivo di contrastare lo spopolamento, sviluppare nuova imprenditoria, formare nuove professionalità.

6.3 Scenario: Destinazioni diffuse

Il territorio di riferimento è costituito da una dimensione territoriale che comprende zone rurali o non urbane con la presenza di beni culturali e punti di interesse diffusi su un'ampia zona di territorio.

In questo scenario, la Soluzione potrebbe essere utilizzata per aggregare l'offerta turistica distribuita sul territorio e creare un sistema completo di servizi diffusi sul territorio, sviluppare nuove professionalità e nuova imprenditoria collegata alle attività turistico culturali.

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - Appalto pre-commerciale "Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale"

7. CASI APPLICATIVI

Nel seguito si rappresentano alcuni potenziali casi di applicazione delle Soluzioni che sono oggetto del presente appalto.

7.1 La destinazione Municipio XI della città di Roma

Il Municipio XI di Roma Capitale ha circa 150.000 abitanti e si estende su una superficie di oltre 70 kmq. Esso comprende sette zone urbanistiche che si estendono dalla zona semicentrale fino al grande raccordo anulare.

Il caso di studio si focalizza sul territorio delle zone urbanistiche di Trullo, Magliana e Corviale, che comprende una comunità di circa 50.000 residenti.

Si tratta di un territorio in cui si riscontrano alcune criticità sociali che non come destinazione turistico culturale, benché non manchino punti di notevole interesse. A titolo di esempio, si menziona la Catacomba di Santa Generosa, che attualmente attira qualche centinaio di visitatori l'anno e dell'attiguo Parco delle Gioie.

Il caso è stato portato all'attenzione dallo stesso Consiglio del Municipio, che ha particolare attenzione ai temi della innovazione tecnologica e della digitalizzazione.

Caso 1: Territorio Portuense in Roma	
la comunità di riferimento	Gli abitanti delle zone urbanistiche Trullo, Magliana, Corviale
il territorio/destinazione	Sulla direzione di avvicinamento dall'aeroporto al centro storico da sud/ovest, si attraversano territori densamente abitati e urbanizzati che nascondono nel tessuto urbano diverse presenze storico/ archeologiche poco valorizzate e sconosciute anche agli stessi abitanti dei quartieri.
beni culturali (PoI)/ Luoghi della cultura	Il Municipio XI ospita siti di valore archeologico/storico procedendo verso il centro di Roma, a partire dalle Catacombe di Santa Generosa, posizionate nell'area di via della Magliana Vecchia, attraverso il territorio degli Arvali, che nel sottosuolo conserva siti di una storia archeologica importante, in parte già fruibile come per i reperti emersi in via Portuense (Dragstore Museum) e in parte ancora da scoprire, come le cavità attualmente in fase di esplorazione nell'area di "Via Grottoni", dove potrebbero essere custodite le catacombe di San Felice, la chiesa di Santa Passera a Portuense. Vedi https://www.comune.roma.it/web/it/dettaglio.page?contentId=PAG137832
soggetto giuridico	Consiglio del Municipio XI Portuense Marconi

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - Appalto pre-commerciale "Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale"

Esigenza espressa dal potenziale utilizzatore	I siti presenti non sono messi a sistema e non beneficiano della meritata attenzione da parte dei turisti, se si esclude un flusso ridotto e occasionale tra i visitatori che numerosi attraversano il territorio verso Trastevere e San Pietro. La comunità vorrebbe avere sfruttare gli enormi flussi turistici della città di Roma.
La soluzione dovrebbe	Contribuire a creare una identità di Destinazione turistico-culturale attraverso la definizione di un Piano di valorizzazione della destinazione, tenendo in conto il contesto della città di Roma e tenendo in conto i servizi già disponibili (compresi i trasporti). Rafforzare la presenza nel mondo digitale del territorio quale destinazione turistico culturale.

7.2 La destinazione Municipio V della città di Milano

La zona di riferimento territoriale è il Municipio 5 di Milano, situato nella parte meridionale della città. Nel complesso risiedono oltre 126.800 abitanti (di 145 nazionalità diverse) in un territorio caratterizzato da una parte centrale densa di abitazioni e di quella più periferica con molte aree a verde inserite nel Parco Sud.

L'Area Metropolitana di Milano è caratterizzata da una notevole vitalità del tessuto economico. La Città metropolitana elabora annualmente la relazione su Benessere Equo e Sostenibile (https://www.besdelleprovince.it/fileadmin/grpmnt/BES/Anno_2023/Pubblicazioni/BES_2023_FASCICOLI_MILANO.pdf)

Il municipio e la comunità pastorale intendono raccogliere le esigenze emerse dal territorio e da tutte le attività economiche presenti per fare conoscere le attrazioni di interesse turistico, storico, artistico culturale, religioso e civile, gastronomico, architettonico urbanistico e di tutta una realtà milanese lontana dallo sfarzo del centro città ma che, con la sua storia ultramillenaria, ha molto da raccontare ad un pubblico di concittadini e di visitatori.

Caso 2: Municipio 5 Milano e Comunità pastorale La Visitazione	
la comunità di riferimento	Gli abitanti del 5 municipio di Milano e i fedeli delle quattro comunità parrocchiali della zona sud di Milano, la Comunità pastorale La Visitazione, il borgo di Ronchetto delle Rane, i quartieri: Gratosoglio, Terrazze, Abbazia di Chiaravalle (circa 126.800 abitanti di 145 nazionalità diverse)
il territorio/destinazione	Un quartiere molto popoloso, il Municipio V, con grandi zone verdi inserite nel Parco Sud di Milano.
beni culturali (Pol)/ Luoghi della cultura	All'interno del territorio l'area più nota è quella di Chiaravalle, dove è presente l'Abbazia. Assai meno conosciuta è la storia e la presenza di luoghi turistici lungo il percorso che dal centro città conduce verso il quartiere periferico di Gratosoglio. Su questo percorso, il territorio inizia dalla Darsena dei Navigli (spesso ultima località visitata dai turisti provenienti dal centro città) e vi si incontrano: chiese, aree ex industriali e quartieri costruiti secondo progetti architettonici d'epoca, ex

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - *Appalto pre-commerciale "Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale"*

	<p>stazioni di posta, un'antica chiesa con oltre mille anni di storia, parchi e giardini, auditorium e teatri, cascate tuttora funzionanti, quartieri urbanisticamente costruiti secondo modelli di studio, fino a raggiungere, dal quartiere Gratosoglio, il borgo di Ronchetto delle Rane.</p> <p>Questo borgo, nel tempo ampliato con nuove costruzioni, ha mantenuto la sua caratteristica di avere la chiesa al centro, ed il suo campanile come costruzione più alta, che è anche il centro storico del borgo, già presente all'epoca del Comune dei Corpi Santi; nel borgo sono presenti attività agricole, ricreative ed economiche, ed è circondato dai campi (coltivati a rotazione).</p> <p>Le quattro parrocchie nella zona dei Corpi Santi, due secoli fa erano un comune, alcune più antiche, altre più moderne, parchi e giardini, un borgo antico del 1400, cascinali antichi, tre quartieri periferici e il Borghetto delle Rane, alcuni quartieri progettati negli anni '60 con urbanistica di qualità</p>
soggetto giuridico che rappresenta l'interesse della comunità	Il municipio 5 di Milano insieme alla Comunità pastorale La Visitazione
Esigenza espressa dal potenziale utilizzatore	Le emergenze di questo quartiere sono note soltanto agli abitanti del quartiere e non sono incluse nei circuiti turistici della città.
La soluzione dovrebbe	Creare una nuova destinazione del turismo culturale e individuare iniziative volte a inserire il quartiere nei circuiti turistici cittadini e attrarre la frequentazione da parte dei cittadini milanesi e dei dintorni, iniziative per incrementare i servizi collegati alla fruizione dei percorsi naturali, del borgo e della basilica oltre alle cascate e ai parchi.

7.3 Il centro storico di Agrigento

La Città di Agrigento è stata proclamata Capitale Italiana della Cultura 2025. La vittoria di Agrigento a Capitale della cultura avrà ricadute turistiche, economiche e sociali, non soltanto sul territorio locale ma anche su tutta l'Isola che diventerà per quell'anno meta di un importante flusso di visitatori.

Il dossier di candidatura descrive nuovi paradigmi di valorizzazione del territorio proponendo un ripensamento del ruolo della Valle dei Templi che da sito archeologico diventa oggi sempre più luogo di sperimentazione; uno spazio che riesca a coniugare l'eredità del passato e il contemporaneo.

La Valle dei templi è il primo sito archeologico visitato in Sicilia e ha raggiunto lo scorso dicembre 2023 il milione di visitatori annui. Nonostante l'alto numero di visitatori, solo una piccola parte di questo visita il centro della città, optando spesso per un turismo mordi e fuggi con un solo pernottamento. L'area di valorizzazione e sperimentazione è quella del centro storico, in linea con gli attuali interventi di riqualificazione urbana.

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - *Appalto pre-commerciale "Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale"*

Il progetto di Capitale prevede interventi finalizzati alla riqualificazione funzionale del patrimonio storico e culturale, in particolare del Point of interest ubicati nel centro storico. Uno dei luoghi chiusi del centro storico di proprietà del Comune è Palazzo Tomasi ed è intenzione dell'amministrazione farlo diventare un Creative Centre HUB individuando un progetto che possa valorizzare il Palazzo, facendone un luogo di sviluppo eco-sostenibile, dove effettuare mostre, laboratori, residenze d'artista e iniziative culturali in genere basate sulla partecipazione della comunità e dei giovani in particolare. Il Palazzo sorge alle spalle della via Atenea, principale arteria cittadina. Dopo il restauro è rimasto chiuso per anni e si trova nel pieno centro storico della città.

Il Progetto di capitale ha attenzione al tema della sostenibilità ambientale e del coinvolgimento delle comunità locali nella realizzazione di interventi per la riqualificazione sostenibile dell'area urbana. Il tutto coinvolgendo la comunità nell'attività di co-progettazione di un nuovo modo di comunicare il centro storico

L'obiettivo è aggregare i giovani, poter offrire luoghi alle associazioni culturali cittadine e alle start up dove poter realizzare eventi, attrezzare laboratori e poter condividere nuove idee e tracciare progetti di innovazione sociale, offrire nuove modalità di visita dei luoghi del centro storico e connettere con percorsi fisici e digitali i luoghi della cultura del centro cittadino.

Caso 3: la comunità del centro storico di Agrigento	
la comunità di riferimento	Gli abitanti del centro storico di Agrigento (Capitale della cultura 2025)
il territorio/destinazione	Abbandonato dopo una frana negli anni Sessanta, scarsamente abitato per decenni, il Centro storico di Agrigento a partire dai primi anni Novanta vede una nuova vita per la trasformazione delle case abbandonate in strutture ricettive attratte dal vicino parco archeologico della Valle dei Templi. Le case abbandonate vengono trasformate in strutture ricettive e oggi ospita più di 50 b&b. Negli anni i negozi cittadini hanno abbassato le saracinesche a favore dei locali più appetibili del vicino centro commerciale e per anni la via è rimasta buia ed abbandonata. Dopo gli anni di restrizioni dovute alla pandemia recentemente stanno sorgendo nuovi locali, ristoranti e bar, continuando quel processo di trasformazione del centro cittadino. Oggi il centro è più popolato da turisti e cittadini che la sera dopo la visita alla valle cercano un posto dove poter sedersi e degustare l'enogastronomia locale.
beni culturali (PoI)/ Luoghi della cultura	Palazzo Tomasi, di proprietà del comune, è un bene da valorizzare in cui è previsto lo sviluppo di un Creative Centre HUB. Il Palazzo sorge nel pieno centro storico della città alle spalle della principale arteria cittadina. Dopo il restauro è rimasto chiuso per anni.
soggetto giuridico che rappresenta	Amministrazione comunale di Agrigento

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - Appalto pre-commerciale "Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale"

l'interesse della comunità	
Esigenza espressa dal potenziale utilizzatore	Oggi in una fase nuova di rivitalizzazione il centro è popolato da turisti e cittadini che cercano di degustare l'enogastronomia locale. E' necessario un progetto che possa valorizzare il Palazzo, facendone un luogo di sviluppo eco-sostenibile, ove effettuare mostre, laboratori, residenze d'artista e iniziative culturali in genere basate sulla partecipazione della comunità e dei giovani in particolare e favorendo, in questo modo, anche la riapertura delle piccole attività commerciali, sostituite dalla grande distribuzione all'esterno del centro storico.
La soluzione dovrebbe	<p>Fare del Centro di Agrigento una destinazione turistico-culturale.</p> <p>Aggregare le esigenze degli abitanti e dei turisti di passaggio attraverso iniziative legate all'identità ben definita del centro storico con chiese monumenti, cortili e palazzi storici per ottenere una nuova offerta culturale complementare e sinergica nell'interesse della comunità residente, dei giovani, delle associazioni culturali cittadine.</p> <p>Coinvolgere la comunità e gli attori dell'ecosistema e dare la possibilità di co-progettare un nuovo modo di comunicare il centro storico.</p> <p>Validare e rimodulare un programma di iniziative per l'attrazione di start up e lo sviluppo di nuove modalità di visita dei luoghi del centro storico e connettere i luoghi della cultura.</p>

7.4 La destinazione Villafranca di Verona

Villafranca di Verona è una cittadina veneta con una popolazione di circa 33.000 abitanti. Sorge sulla antica Via Postumia, sulla direttrice Verona-Mantova, in posizione strategica anche per la sua vicinanza all'Aeroporto e alle principali infrastrutture di trasporto della città scaligera.

L'amministrazione comunale di Villafranca intende promuovere una rete di interscambio tra punti di interesse culturale, attività ricettive e commerciali, infrastrutture logistiche come strumento di sviluppo e per creare sinergia e interrelazione tra territori, attività, infrastrutture e strutture ricettive a favore di Villafranca stessa e del territorio circostante, dislocato su più comuni limitrofi e province. L'obiettivo è di integrare l'offerta per le visite in una soluzione articolata sui vari monumenti e luoghi di interesse, anche attraverso l'organizzazione di eventi, valorizzando il tessuto economico in una visione integrata e collaborativa.

Caso 4: Villafranca di Verona	
la comunità di riferimento	Gli abitanti di Villafranca di Verona e delle realtà limitrofe

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - Appalto pre-commerciale "Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale"

il territorio/destinazione	Villafranca sorge sulla antica Via Postumia, sulla direttrice Verona-Mantova, in posizione strategica anche per la sua vicinanza all'Aeroporto e alle principali infrastrutture di trasporto della città scaligera.
beni culturali (PoI)/ Luoghi della cultura	Il Castello Scaligero e Palazzo Bottagisio, monumenti storici simbolo e luoghi di cultura della città, si trovano nel cuore del centro, definito da molti il più importante "centro commerciale a cielo aperto" della provincia veronese. Il Castello è un fulcro ed un punto di richiamo per ogni turista e diviene pertanto il polo culturale principale di Villafranca da cui si diramano o si potrebbero diramare tutte le altre offerte culturali e turistiche.
soggetto che rappresenta l'interesse della comunità	Comune di Villafranca - Assessorato alla Cultura, Eventi, Manifestazioni e Turismo
Esigenza espressa dal potenziale utilizzatore	<p>Fruire al meglio il Castello Scaligero attraverso esperienze digitali che ne aumentino anche l'accessibilità. Disponibilità di professionalità nel settore del digitale per realizzare la "Casa Smart del Futuro" aumentando i servizi culturali.</p> <p>Coinvolgere le associazioni culturali sono presenti sul territorio, alcune più strutturate, altre condotte da volontari. Alcune di esse hanno un forte e stabile inserimento nelle attività culturali anche rievocative di momenti storici del luogo, altre attraverso loro siti web promuovono la conoscenza culturale del territorio.</p>
La soluzione dovrebbe	<p>Fare di Villafranca di Verona una Destinazione turistico-culturale</p> <p>Creare un circuito artistico culturale che metta in rete e sinergia i luoghi di cultura del territorio, integrare l'offerta per le visite in una soluzione articolata sui vari monumenti e luoghi di interesse attraendo maggior numero di visitatori dalle province vicine, assicurare le condizioni di sostenibilità per una visita continuativa e significativa dei luoghi culturali in rete.</p>

7.5 Il borgo di Casarano

Casarano è una cittadina di circa 19.000 abitanti situata nel Salento, a circa 10 Km dal mare più vicino. Negli ultimi venti anni, la popolazione è diminuita di circa l'8%, solo parzialmente compensata dall'arrivo di migranti stranieri.

L'economia della città è incentrata nel settore calzaturiero, agricolo (olio e vino). L'attenzione allo sviluppo turistico è recente. Oggi il payoff scelto per il sito web dell'amministrazione comunale è «Città d'arte e di cultura della Provincia di Lecce». I visitatori soggiornanti sono stati circa 2.000 con oltre 5.000 pernotti (dati 2022). Le località a maggiore attrazione turistica, nella provincia, sono Lecce, Melendugno, Gallipoli e Otranto.

Dati sul benessere sociale ed economico possono ricavarsi, tra l'altro, dal rapporto annuale sul BES in provincia di Lecce http://www3.provincia.le.it/statistica/pubblicazioni/BES_2022/BES_2022_LECCE.pdf

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - *Appalto pre-commerciale "Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale"*

L'amministrazione di Casarano ha aderito sin dal 2015 ai programmi di appalti pre-commerciali. L'appalto <https://appaltinnovativi.gov.it/appalti/realta-virtuale-e-aumentata-per-il-trattamento-dellautismo> è ospitato nel territorio di Casarano.

Caso 5: Borgo di Casarano	
la comunità di riferimento	Gli abitanti del comune di Casarano (Lecce) e l'associazione ARCHEO
il territorio/destinazione	Casarano è un paese del sud Italia ad alcuni chilometri dal mare, possiede un centro storico suggestivo e un monumento di rilievo internazionale.
beni culturali (PoI)/ Luoghi della cultura	L'area archeologica di Alezio e la chiesa di Santa Maria della Croce "Casaranello" che contiene affreschi di epoca bizantina, la cui rilevanza attira ogni anno numerosi visitatori italiani e stranieri (alla chiesa è stato dedicato un francobollo grazie all'attività dell'associazione Archeo).
soggetto che rappresenta l'interesse della comunità	L'Amministrazione comunale di Casarano
Esigenza espressa dal potenziale utilizzatore	Attrarre turismo sostenibile che si aggiunga a quello estivo, giovane, mordi e fuggi, della costa Gallipolina, nuovo turismo interessato al cibo, al paesaggio, alla cultura per tutto l'anno. Creare nuovi posti di lavoro, con particolare riferimento all'industria del digitale e della ricettività turistica.
La soluzione dovrebbe	Rafforzare la nascente identità di Casarano quale destinazione turistico-culturale Supportare la definizione un piano di valorizzazione che tenga in massimo conto le potenzialità di collaborazione con tutto il territorio del Salento, in un'ottica di sviluppo complessivo di un "brand culturale".

7.6 Il borgo di Vinci

Vinci è situata a circa 40 minuti d'auto dalla città di Firenze. Comune di circa 15 mila abitanti, noto per essere il luogo dove nacque e trascorse l'infanzia Leonardo da Vinci. Il borgo storico risente del fenomeno dello spopolamento e le attività commerciali non riescono a sostenersi, se non soltanto nel periodo estivo, periodo di maggiore afflusso. Chi lascia il borgo va a vivere nella frazione di Spicchio-Sovigliana lo fa a malincuore, in cerca di maggiori comodità. Nella città c'è un tessuto associativo molto attivo, sia culturale che sociale.

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - Appalto pre-commerciale "Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale"

Vinci ha oltre 110.000 visitatori l'anno, provenienti da tutto il mondo. I carenti collegamenti del trasporto pubblico e la maggiore attrattività di Firenze in termini culturali hanno da sempre ostacolato un maggiore afflusso turistico. Vinci è luogo ideale anche per fare slow tourism e turismo sostenibile, girando in bicicletta per godersi le colline toscane e le bontà enogastronomiche che offrono le aziende agricole del territorio.

L'obiettivo è di far rivivere il centro storico soprattutto per i cittadini di Vinci, contrastando lo spopolamento, solo parzialmente compensato dal flusso immigratorio, e rendendo conveniente e fruttuoso aprire attività commerciali nel borgo. Questo è possibile investendo sull'offerta culturale, sulla promozione turistica e sulla mobilità, intercettando il grande flusso di turisti di Firenze e garantendo in questo modo una maggiore affluenza di visitatori a Vinci anche durante il resto dell'anno (e non soltanto d'estate). La sfida è di cercare di invertire questa tendenza, portando economia nel borgo e di conseguenza nuovi servizi.

Caso 6: Borgo di Vinci	
la comunità di riferimento	Gli abitanti del Comune di Vinci e dell'area dell'Empolese-Valdelsa
il territorio/destinazione	Un piccolo borgo immerso nelle colline toscane e legato indissolubilmente alla nascita di un personaggio molto famoso nella storia dell'arte e della scienza mondiale: Leonardo da Vinci. Il centro storico rappresenta un esempio tipico di borgo medievale, sorto intorno al castello. Il territorio è ampio e si estende ai piedi del Montalbano e fa parte dell'area dell'Unione dei Comuni dell'Empolese Valdelsa. Popolazione: 14.500, di cui 9.000 circa abitano nella frazione di Spicchio-Sovigliana sulle sponde dell'Arno e al confine con il centro urbano di Empoli.
beni culturali (PoI)/ Luoghi della cultura	I principali beni storico-culturali sono la Casa natale di Leonardo, il Museo leonardiano di Vinci ospitato in tre distinte sedi tra cui la Rocca dei Conti Guidi (il castello di Vinci) e la Biblioteca Leonardiana, uno dei principali centri di ricerca a livello mondiale su Leonardo che conserva la più ricca collezione di studi leonardiani. Sul territorio si trovano ulteriori beni culturali e paesaggistici, come la Strada Verde, che ripercorre i sentieri del Genio nel contesto naturale e paesaggistico che ha ispirato le sue opere, sia quelle scientifiche che artistiche (come si può notare ammirando i paesaggi che fanno da sfondo alla gran parte dei suoi dipinti). Sono inoltre presenti e disseminate nel borgo opere artistiche contemporanee.
soggetto che rappresenta l'interesse della comunità	Amministrazione Comunale di Vinci – Assessorato alla Cultura, Assessorato al Turismo
Esigenza espressa dal potenziale utilizzatore	Combattere lo spopolamento (sia extracomunale che intracomunale) che interessa il borgo. Fenomeno che il flusso turistico attuale non riesce a contrastare efficacemente.

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - Appalto pre-commerciale "Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale"

	Far rivivere il centro storico, soprattutto per i cittadini di Vinci, attivando nuovi servizi, migliorando i collegamenti con il borgo, coinvolgendo e sviluppando il tessuto associativo sia culturale che sociale, in parte già presente e attivo, e rendendo conveniente aprire attività commerciali nel borgo
La soluzione dovrebbe	Contribuire allo sviluppo di un piano di valorizzazione della destinazione turistica che ponga al centro l'offerta culturale del borgo e del territorio comunale nel suo complesso, investendo sulla promozione turistica e sulla mobilità, intercettando il grande flusso di turisti di Firenze, e di eventuali altre mete limitrofe, caratterizzate da condizioni di overtourism.

7.7 Il borgo di Maratea

Il comune di Maratea insiste sugli unici 32 km di costa tirrenica della Basilicata. Nota anche come «La perla del Tirreno» e la città delle 44 chiese, Maratea è un borgo (4.700 ab.) dalle origini risalenti al Paleolitico e con la presenza di un nucleo medioevale fortificato risalente a prima del 1400. Ha una superficie di 68 km² con circa 4.700 abitanti, in calo del 10% negli ultimi 20 anni. Accanto alle tradizionali attività agricole e a modeste attività artigianali, Maratea ha sviluppato il terziario, che si compone di una rete commerciale e di servizi, tra cui quelli dedicati al turismo. A livello artigianale vi si eseguono ancora lavori a intreccio, con produzione di cesti e cestini in canna, vimini, paglia e giunco. Pregiate anche le lavorazioni tessili. È rilevante la dotazione di strutture ricettive che offrono un'ampia possibilità sia di ristorazione che di soggiorno, si annovera anche qualche camping e qualche azienda agrituristica; è in crescita l'offerta di B&B. Il territorio è caratterizzato da dissesto idrogeologico lungo la costa sud.

L'assenza di infrastrutture per il collegamento alle arterie principali di comunicazione della regione rende il borgo difficilmente raggiungibile; I flussi turistici insistono su Maratea solo nei mesi estivi e c'è bassa consapevolezza nella popolazione del valore del turismo quale leva di crescita economica, miglioramento sociale e riduttore dello spopolamento. Si avverte l'esigenza di sviluppare professionalità utili allo sviluppo turistico e al marketing territoriale; e di creare un vero e proprio brand territoriale facilmente riconoscibile (la Basilicata esiste per Matera). Il territorio è variegato, con differenti caratteristiche microclimatiche, e presenta molteplicità di spunti su cui elevare attrattività turistiche (naturali, storiche, artigianali, culturali). Territorio poco conosciuto, che potrebbe divenire una nuova meta per il turismo nazionale ed estero, dotandolo anche di Centro congressi e spazi attrezzati per eventi.

L'obiettivo è di rendere nuovamente attrattivo il centro storico medievale che circonda la statua del Cristo Redentore, ridotto attualmente allo stato di ruderi, trasformandolo in luogo di racconto delle arti e dei mestieri, della storia e delle tradizioni di Maratea.

Caso 7: Borgo di Maratea	
la comunità di riferimento	Gli abitanti del Comune di Maratea e delle aree limitrofe
il territorio/destinazione	Il comune di Maratea insiste sugli unici 32 km di costa Tirrenica della Basilicata. È un borgo (4.700 ab.) dalle origini risalenti al Paleolitico e con la presenza di un nucleo medioevale fortificato risalente a prima del 1400. Accanto alle tradizionali attività agricole e a modeste attività artigianali, Maratea ha sviluppato il terziario,

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - Appalto pre-commerciale "Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale"

	che si compone di una rete commerciale e di servizi, tra cui quelli dedicati al turismo. Numerose le strutture ricettive che offrono un'ampia possibilità sia di ristorazione che di soggiorno, si annoverano anche qualche camping e qualche azienda agrituristica, è in crescita l'offerta di B&B.
beni culturali (Pol)/ Luoghi della cultura	Maratea è nota anche come «La perla del Tirreno» e la città delle 44 chiese. Sulla vetta del monte San Biagio, sovrastante il centro storico di Maratea si erge la statua del Cristo Redentore, ideata e commissionata dal Conte Stefano Rivetti e realizzata da Bruno Innocenti, scultore fiorentino, con un impasto di cemento misto a Breccia medicea. Fu completata nel 1965. Dal 2021 è gemellata con la statua di Rio. Punto di interesse religioso ma non solo; luogo di riflessione e ricostruzione.
soggetto che rappresenta l'interesse della comunità	Consorzio Turistico di Maratea
Esigenza espressa dal potenziale utilizzatore	Incrementare e rendere strutturale l'attrattività per turisti e cittadini, ripopolando il borgo e facendolo diventare un luogo di raccolta di artigiani e piccole botteghe con racconti della storia, delle tradizioni. Coinvolgere le memorie storiche del territorio per promuovere le tradizioni locali, ancora molto radicate, e fare rete con i territori collegati.
La soluzione dovrebbe	Rafforzare e arricchire il brand territoriale, collegando le mete turistiche più conosciute (come Matera) con quelle meno conosciute e favorendo gli spostamenti. Rendere nuovamente attrattivo il centro storico medievale che circonda la statua del Cristo Redentore, ridotto attualmente allo stato di ruderi, trasformandolo in luogo di racconto delle arti e dei mestieri, della storia e delle tradizioni di Maratea.

7.8 Area interna Alta Tuscia Antica Città di Castro

A circa 100 km a nord di Roma al confine tra Umbria e Toscana l'associazione di comuni Alta Tuscia creata in occasione del programma di sviluppo Aree Interne SNAI. Il progetto è la realizzazione dello sviluppo locale attraverso la creazione del sistema turistico territoriale del Geoparco degli Etruschi e il riconoscimento di sito UNESCO.

L'esigenza in testa agli obiettivi dell'Area è quella di realizzare una 'città policentrica' al fine di potenziare l'erogazione dei servizi ai cittadini e migliorare la qualità di vita sul territorio.

Attualmente il turismo si concentra nel periodo estivo sia nei borghi che nelle località di mare e lago e i rilevanti flussi nelle vicinanze non vengono intercettati e/o non sono interessati.

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - *Appalto pre-commerciale "Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale"*

Il territorio non è visto nel suo insieme con le sue potenzialità, necessita di una maggiore visibilità e promozione del patrimonio, soprattutto della diversità se non anche della sua unicità. Sarebbe importante dare una immagine dell'Area come un territorio Unico, una destinazione turistica, un'unica città, un unico contenitore al cui interno muoversi riscoprendo o scoprendo il suo patrimonio culturale, che non si limita ad un solo sito o ad un solo bene, ma il cui valore risiede nella sua diversità.

Caso 8: AREA INTERNA ALTA TUSCIA - ANTICA CITTA'DI CASTRO	
la comunità di riferimento	Ecosistema sociale dell'AREA INTERNA ALTA TUSCIA - ANTICA CITTA'DI CASTRO - 19 Comuni con circa 50.000 residenti.
il territorio/destinazione	L'area è formata da 19 comuni: Acquapendente, Arlena di Castro, Canino, Capodimonte, Cellere, Farnese, Gradoli, Grotte di Castro, Ischia di Castro, Latera, Marta, Montalto di Castro, Onano, Piansano, Proceno, San Lorenzo Nuovo, Tessennano, Tuscania e Valentano. Il territorio è animato ancora oggi da una comunità vivace e ancorata alle sue radici, e alla propria identità, prova ne è il numero consistente di comitati, associazioni culturali, turistiche, economiche che custodiscono il patrimonio e lo promuovono.
beni culturali (Pol)/ Luoghi della cultura	Beni di varie epoche: dal paleolitico (villaggi e sepolture), etrusco e romano (Città di Vulci, necropoli, tombe), medioevale (i centri urbani dei piccoli borghi, le chiese), cinquecentesco (i comuni appartenevano al Ducato di Castro e in ogni comune sono presenti palazzi e chiese, opere per lo più di Antonio da Sangallo il Giovane, anche impreziositi da dipinti di allievi di Raffaello), il settecento con la ricostruzione della città ideale nel Borgo di san Lorenzo Nuovo, qualche traccia di Barocco a Piansano, una Chiesa neoclassica a Tessennano, e infine la ricostruzione di un castello medioevale nel tardo ottocento a Torre Alfina.
soggetto che rappresenta l'interesse della comunità	Unione dei Comuni AREA INTERNA ALTA TUSCIA - ANTICA CITTA'DI CASTRO
Esigenza espressa dal potenziale utilizzatore	L'Area interna Alta Tuscia propone un esempio di turismo diffuso con la presenza di 3 aree protette e una rete Natura 2000 piuttosto ampia, l'offerta turistica spazia dal mare al lago, alle terme, alla montagna, ad un sistema museale (Si.Mu.La.Bo) a cui aderiscono 12 musei civici. Il valore dell'area risiede nella varietà dell'offerta. L'ambizione è di definire un ecosistema culturale su base territoriale in cui il valore della Destinazione è maggiore del valore della somma dei singoli Beni culturali. L'ambizione è di rafforzare la connessione e il legame delle comunità locale, attraverso la valorizzazione del patrimonio culturale, e in un ambito di sviluppo sostenibile.
La soluzione dovrebbe	Contribuire alla definizione di un Piano di Destination Management ed un programma di iniziative volto a dare dell'area l'immagine di una unica Destinazione turistica.

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - Appalto pre-commerciale "Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale"

Definire un ecosistema culturale su base territoriale in cui la somma del totale ha un valore maggiore della somma delle singole parti, e soprattutto senza estraniare i beni dal loro contesto ambientale e dalle loro comunità.

7.9 La destinazione Provincia di Cosenza

La provincia di Cosenza è ricca di un variegato patrimonio culturale, artistico, ambientale, enogastronomico. La provincia di Cosenza comprende almeno 15 parchi e riserve naturali, 6 siti archeologici, 50 musei, 77 edifici storici, palazzi, ville, castelli e rocche e 29 fra abbazie e luoghi di culto importanti Bandiere blu (7 in provincia di Cosenza), Bandiere arancioni del Touring Club (2), 7 tra i Borghi più belli d'Italia, 11 Borghi autentici (11), 1 Città Slow.

Il territorio della provincia di Cosenza è visitato soprattutto d'estate e da turisti italiani in prevalenza provenienti da regioni limitrofe, con solo il 12% di visitatori proviene dall'estero, un turismo di massa e di tipo balneare. L'indotto economico del turismo culturale appare significativamente inferiore rispetto alle potenzialità del territorio.

L'offerta turistica è poco digitalizzata ed ancora poco capace di sfruttare i canali digitali per promuoversi.

La Camera di Commercio di Cosenza esprime la intenzione di valorizzare da provincia quale destinazione del turismo culturale, con l'obiettivo di incrementare il volume di affari del tessuto produttivo ed economico. A tale scopo la sfida è quella di promuovere la nascita e lo sviluppo di DMO (Destination Management Organization), quali strumenti di governance turistica per la realizzazione di progetti di filiera (alberghi e ristoranti, artigianato di qualità, trasporti, agroalimentare e cultura).

Caso 9: Provincia di Cosenza	
la comunità di riferimento	I residenti della provincia di Cosenza (oltre 650.000). La popolazione locale che rappresenta una componente importante del turismo domestico nella provincia percepisce quali caratteristiche identitarie "l'elemento ambientale e naturale (biodiversità e natura incontaminata)".
il territorio/destinazione	La provincia di Cosenza ha una estensione di circa 6700 kmq. Il territorio cosentino è variegato, caratterizzato da una prevalenza di montagne e colline a dispetto di aree pianeggianti, ma con ampi tratti di costa che si affacciano su due mari.
beni culturali (PoI)/ Luoghi della cultura	<p>Con almeno 15 parchi e riserve naturali, 6 siti archeologici, 50 musei, 77 edifici storici, come palazzi, ville, castelli e rocche e 29 abbazie e luoghi di culto, 7 tra i Borghi più belli d'Italia, 11 Borghi autentici, 1 Città Slow.</p> <p>A nord di Cosenza, a Papisidero si trovano le grotte del Romito, un sito risalente al Paleolitico superiore. Poco distante si trova Civita, uno degli insediamenti arbereshe, con le Gole del Raganello. Nel territorio di Cassano allo Jonio si trova il sito archeologico di Sibari (polis fondata dagli Achei nel 720 a.C.). Corigliano-Rossano ospita il Codex Purpureus Rossanensis, manoscritto onciano di lingua greca datato 550 d.C. e molte chiese di importanza storico artistica tra cui la Chiesa di San Francesco di Paola costruita tra il 1474 e il 1476. Sulla costa Tirrenica, la</p>

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - Appalto pre-commerciale "Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale"

	rinomata riviera dei cedri, è conosciuta soprattutto per la bellezza del suo mare e dei suoi panorami. Tra le località più conosciute del tirreno cosentino c'è poi Belvedere. Poco più a sud Guardia Piemontese custodisce acque termali ma anche l'unica isola linguistica occitana del sud Italia. All'interno della provincia di Cosenza ricadono poi alcuni territori del Parco Nazionale del Pollino e di quello della Sila dove è possibile ammirare i Giganti dell'Incavallata.
soggetto che rappresenta l'interesse della comunità	La Camera di Commercio della Provincia di Cosenza
Esigenza espressa dal potenziale utilizzatore	L'offerta di servizi per il turismo è frammentata e scarsamente organizzata, con alcune strutture obsolete e chiuse in alcuni periodi. Personale addetto limitato e disponibile per brevi periodi, con professionalità da sviluppare. Creare rete attraverso progetti di filiera. turistica è poco digitalizzata, non sfrutta i canali digitali per promuoversi
La soluzione dovrebbe	Supportare la definizione di un Piano di Valorizzazione della Destinazione finalizzato allo sviluppo del tessuto economico ma attento alla sostenibilità. Supportare lo sviluppo di Soggetti di tipo DMO (Destination Management Organization) come strumento di governance turistica per la realizzazione di progetti di filiera mettendo in rete e organizzare beni e comunità, valorizzare le peculiarità del territorio, destagionalizzare, diversificare ed innalzare il livello del turismo della provincia. Promuovere le sinergie tra le imprese locali, attori pubblici e privati e semplificare la partecipazione alle iniziative finalizzate alla valorizzazione territorio e delle sue produzioni per promuovere il territorio, i suoi prodotti e le sue tradizioni enogastronomiche, renderli fruibili ed accessibili ad un pubblico nazionale e internazionale.

8. Documentazione di riferimento

Nella preparazione del presente documento si è tenuto conto delle seguenti fonti:

- **Standard EN CEI EN ISO/IEC 17025** "Requisiti generali per la competenza dei laboratori di prova e taratura";
- **Frascati Manual 2015**: Guidelines for Collecting and Reporting Data on Research and Experimental Development, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, OECD Publishing, Paris;

SPECIFICHE DELLA SOLUZIONE E DEI SERVIZI DI RICERCA E SVILUPPO - Appalto pre-commerciale "Soluzioni e servizi digitali per lo sviluppo socio-economico delle comunità territoriali periferiche attraverso la creazione e la valorizzazione delle destinazioni del turismo culturale"

- **EAFIP Toolkit - Module 2** “Operational module addressed to public procurers aimed at clarifying the pre-requisites and key steps to design and implement an innovation procurement process (PCP and PPI)”.