

Turismo, le novità con Mastercard e l'avvio della vendita on-line

La Dvg Foundation ha vinto un bando della Regione Veneto per la digitalizzazione delle imprese ricettive e dell'offerta turistica in generale

Verona, 1° ottobre 2024. Un'unica piattaforma di riferimento VisitVeronaGarda per tutto il territorio provinciale che integra e supporta i portali delle due destinazioni e dei quattro marchi d'Area, la lettura della spesa turistica aggregata per tipologia di turista e per nazionalità con Mastercard e la vendita on-line sui portali di destinazione del Destination Management System regionale. Con questo progetto Destination Verona & Garda Foundation ha vinto il Bando Smart Tourism Destination indetto a inizio anno dalla Regione del Veneto, guadagnandosi un contributo di 540mila euro.

“Vogliamo, porre le basi – ha spiegato Paolo Artelio, presidente della Dvg Foundation - per avviare una evoluzione che porti la Dvg Foundation da elemento di coordinamento editoriale a motore primo e fulcro dell'attività di promo-commercializzazione dei territori, per favorirne l'evoluzione in Data Driven Destination, una destinazione che sappia prendere decisioni basate sui dati. L'obiettivo nei tre anni descritti dal bando è di integrare la tecnologia nei portali delle due OGD, creando una verticalità di vendita su VisitVeronaGarda che ci aiuterà a diminuire i costi e rendere più efficace l'azione di vendita e l'offerta turistica.

Queste sono azioni in linea con l'obiettivo della Direzione Turismo della Regione Veneto che mira sostenere l'organizzazione dell'offerta turistica delle destinazioni turistiche venete e delle loro imprese sul digitale. Così si facilitano l'accesso al turismo e ai prodotti per l'ospitalità, servizi, spazi ed esperienze, attraverso soluzioni innovative basate sull'information communication technology. Si tratta di una risposta alla necessità, emersa più volte, di governare le politiche turistiche. Oggi questo progetto è possibile grazie alla collaborazione dei nostri soci e alla collaborazione con i soci fondatori, la Camera di Commercio di Verona, in primis”.

A partire dal mese di dicembre 2024 e per due anni, la Dvg Foundation procederà all'integrazione del DMS regionale sui sei siti web delle due Dmo (Destination Management Organization), Verona e Lago di Garda Veneto e dei quattro marchi d'area (Lessinia, Soave Est Veronese, Pianura dei Dogi, Valpolicella). Risultato finale dell'azione sarà un network di siti territoriali molto più completo e integrato trasversalmente con la piattaforma turistica informativa adottata dalla Regione Veneto. Il Destination Management System regionale (Dms) è l'architrave dell'ecosistema territoriale e consente di gestire in maniera integrata le diverse funzioni delle Dmo: è da qui che si ricava la base informativa che popola tutti i siti di destinazione. Il Dms consente anche di monitorare, e poi fare reportistica, sull'attività turistica (eventi, operatori, esperienze, punti di interesse, itinerari, ecc...). Si tratta di dati utili per orientare l'attività imprenditoriale e l'offerta turistica sul territorio.

“A questo proposito, sarà integrata per la prima volta in Veneto la capacità di leggere la spesa turistica grazie alla partnership con Mastercard su un progetto che ci vede insieme a Regione Veneto e Dolomiti Bellunesi anche in vista di capire l'impatto che le Olimpiadi avranno sulla destinazione” ha specificato Luca Caputo, direttore generale di Dvg Foundation. Siamo felici di far parte di questo progetto pilota che va ad integrare l'Osservatorio Turistico Verona Garda di ulteriori dataset, oltre a quelli di HBenchmark, LightHouse e Data Appeal per ampliare la serie di indicatori che riguardano l'alberghiero, l'extralberghiero



e i social che già ci restituiscono informazioni utili su tasso di occupazione consolidato e previsionale per i successivi tre mesi, il dettaglio dei canali di vendita e nazionalità per l'alberghiero e la tariffa media giornaliera e le camere occupate mensili o il numero totale delle camere per l'extra alberghiero. Il collegamento con il DMS è importante anche perché la sua architettura e le sue funzionalità risolvono spesso i bisogni primari turista e delle imprese. In questo modo si disincentiva lo sviluppo di iniziative territoriali che rischiano di replicare lo stesso modello come siti verticali, app tematiche e soluzioni di e-commerce".

Infine, sarà adottato un progetto pilota con 10 hotel e un importante partner internazionale – per dotare le strutture ricettive di dispositivi elettronici informativi di voice concierge, collegati con la piattaforma regionale DMS. Il turista in vacanza avrà accesso direttamente dalla propria stanza a tutte le informazioni necessarie ad organizzare le proprie giornate in un sistema unico integrato e dinamico.