



SMARTLAND

Progetti finanziati dalla Regione Veneto

Progetto	Smart Destinations in the Land of Venice
Acronimo	SMARTLAND
Sito web	https://www.smartlandvenice.it/
Bando	'per il sostegno a progetti di Ricerca e Sviluppo realizzati dalle Reti Innovative Regionali e dai Distretti Industriali - ASSE 1 "RICERCA, SVILUPPO TECNOLOGICO E INNOVAZIONE" - OBIETTIVO SPECIFICO "Incremento dell'attività di innovazione delle imprese" - AZIONE 1.1.4 "Sostegno alle attività collaborative di R&S per lo sviluppo di nuove tecnologie sostenibili, di nuovi prodotti e servizi" - DGR n. 822 del 23 giugno 2020'
Durata	28 mesi - dal 10/09/2020 al 30/12/2022
Referente scientifico	Carlo Bagnoli
Team di ricercar	Carlo Bagnoli, Gianluca Bigaglia, Chiara Fassetta, Andrea Gasparetto, Silvia Gastaldo, Lorenzo Giudice, Alessandro Maura, Stefania Tagliabue, Gianluca Zorzi
Ruolo VSM	Project partner
Budget (totale)	€ 2.879.157,14
Budget assegnato a Ca' Foscari	€ 417.111,66
Numero del contratto	ID 10316582
Abstract	Il concetto di Destinazione colto nel suo senso più ampio, va a connotare un ambito territoriale complesso sul quale insistono dinamiche socio-economiche, ambientali e culturali e sul quale convergono gli interessi di numerosi stakeholder, strutturati in una filiera trasversale che coinvolge tanto i mediatori e i fornitori del

prodotto turistico, quanto la catena produttiva e dell'indotto da questo generato.

Sviluppare al meglio l'essenza di una Destinazione significa quindi necessariamente interpretare, senza soluzione di continuità, uno stesso luogo sia come luogo del turismo sia come luogo del nostro (o di qualcun altro) vivere. Il territorio per realizzarsi quale **Smart Destination** necessita di sviluppare e alimentare un Ecosistema Digitale che consenta la fruizione e condivisione di dati, tecnologie e servizi rispettivamente per:

- l'operatore della destinazione (impresa del settore turismo o settori adiacenti), a sviluppare soluzioni a valore aggiunto perfettamente aderenti alle caratteristiche dei propri stakeholder;
- il mediatore dell'offerta, a realizzare un modello di marketing e promozione innovativo che sfrutti i dati per massimizzare l'impatto e lo sviluppo del mercato;
- il fruitore della destinazione (il turista e il cittadino), a ricevere pacchetti personalizzati da algoritmi sulla base delle proprie attitudini e preferenze.

Affinché tale cambio di paradigma possa avvenire in modo efficace, oltre alla realizzazione di una piattaforma tecnologica, è indispensabile intraprendere un processo di trasformazione digitale, che coinvolga tutta la filiera, a partire dai fornitori di servizi fino a chi si occupa di comunicazione, passando per gli operatori infrastrutturali. Tale trasformazione restituirà nel complesso un comparto turistico dotato degli strumenti tecnologici e culturali necessari ad affrontare:

- emergenze contingenti, come la crisi COVID-19, le sue prescrizioni, misure di sicurezza e necessità di rimodulare la gestione;

cambiamenti strutturali di medio termine, come le sfide che deriveranno dall'ingresso nel mercato del turismo dei grandi player digitali.