

CONTRATTO ESECUTIVO PER L'AFFIDAMENTO DI "TOURISM DIGITAL HUB - TDH" MEDIANTE ORDINATIVO DI FORNITURA NELL'AMBITO DELL'ACCORDO QUADRO PER I SERVIZI APPLICATIVI PER LE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI STIPULATO DA CONSIP - ID 2212 – LOTTO 1

CIG DERIVATO 8924679E15 – CUP J51B21002940006

# *Tourism Digital Hub*

---

## Linee guida co-branding

Allegato rif. "Avviso pubblico per la conclusione di accordi di co-branding a titolo gratuito finalizzati a promuovere la visibilità del portale italia.it e del "TDH" (Tourism Digital Hub)"

*Versione: 2.0*

# Premessa

Introdurre il nuovo **Tourism Digital Hub** e condividere la visione strategica con la quale i Brand possono **sviluppare una proposta progettuale di co-branding**, coerente con i valori e il posizionamento di Italia.it





# TDH in numeri



**€96+ Mln**

Turisti internazionali/anno  
(2019)



**€ 114 mln**

stanziamento totale  
del programma TDH



**40**

Linee progettuali  
attivate nel TDH

TDH consentirà l'integrazione di un ecosistema di **partner**, tra cui:



**REGIONI**



**ASSOCIAZIONI**



**BRAND**



**STARTUP**

Gli investimenti, la creazione di contenuti co-brand ed e l'offerta di servizi per ogni ambito sono volti al **raggiungimento dei target di utenti stimati** entro il 2024



**2022** → **≈ 1 MLN**



**2023** → **≈ 6 MLN**



**2024** → **≈ 30 MLN**



# Cos'è il TDH?

## TOURISM DIGITAL HUB

Il TDH risponde agli obiettivi del piano strategico, costruendo un ponte tra il turista e l'ecosistema dell'offerta turistica attraverso una piattaforma che non solo digitalizza l'offerta turistica ma aggrega e valorizza i dati e abilita una collaborazione continua fra i player del turismo italiano.

**Attrarre, coinvolgere, convertire e fidelizzare** sia i visitatori che i fornitori fornendo contenuti, servizi, esperienze contestuali iper-personalizzate e dati B2B utili.

**Creare relazioni forti e durature tra gli individui e il territorio italiano** prima, durante e dopo l'esperienza turistica.

**LA NOSTRA MISSIONE È QUELLA DI SBLOCCARE TUTTE LE POSSIBILI ESPERIENZE CHE L'ITALIA HA DA OFFRIRE A QUALSIASI TIPO DI TURISTA**

### Nuovo Ecosistema digitale del turismo italiano

INTEROPERABILITY / APIs FOR REGIONS, STARTUPS, BRANDS



DATA ROOM / DATA COLLECTION, ANALYTICS, INSIGHTS, GEO-DASHBOARDS

# Full Funnel

ATTIVAZIONE DATA-DRIVEN

ATTRAZIONE  
CONSAPEVOLEZZA

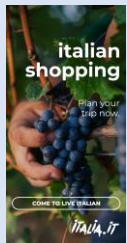
COINVOLGIMENTO  
INTERESSE

CONVERSIONE  
ATTIVAZIONE

FIDELIZZAZIONE  
RELAZIONE

PASSAPAROLA  
CRESCITA

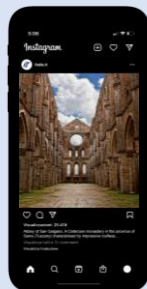
Attraverso numerosi touchpoint



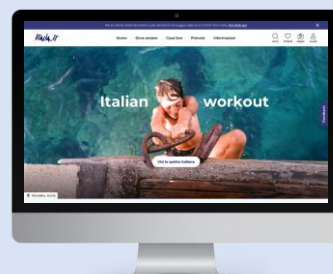
PAID MEDIA



SEO



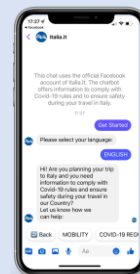
SOCIAL MEDIA



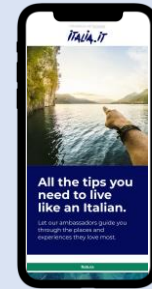
ITALIA.IT WEBSITE



MOBILE APP



CHATBOT



PUSH & DEM



CONCEPT DI POSIZIONAMENTO

## ENABLE YOUR PERSONAL ITALIAN DREAM

**Aiutiamo le persone ad orientarsi** attraverso le infinite possibilità offerte dal nostro Paese, suggerendo loro **modi unici e autentici di vivere il sogno italiano**, come è desiderato da tutti, ma con quel tocco di autenticità unica e sorprendente a cui solo chi è nativo di ogni singolo microcosmo diffuso sul territorio italiano può iniziarti.

STORYTELLING

## #LIVEITALIAN

I localismi italiani, le infinite stratificazioni storiche e culturali, l'approccio unico fatto di differenze tipico dell'italianità, uniti ai sogni diffusi a livello globale rispetto all'**Italian Way** sono il motore ideale per creare una narrativa unica e ad alto impatto.

**Lontano dai cliché**, il TDH vuole sviluppare **un nuovo modo di raccontare l'Italia**, dando risalto alle peculiarità e **ricchezze territoriali** italiane, per abilitare il viaggiatore a vivere ma anche a raccontare la sua esperienza di viaggio italiana.

Plan your trip on [Italia.it](https://www.italia.it) and



# I valori da rispettare e trasmettere

Il nuovo format di Italia.it si basa su una serie di valori di **unicità, appartenenza, offerta e rispetto del territorio** che dovranno guidare la collaborazione e la creazione di contenuti di valore. Le candidature dei Partner di progetto saranno valutate in base alla loro aderenza a questi valori.

## GUIDATI DALL'AUTENTICITÀ



Essere autentici significa creare contenuti originali che consentono di ampliare il sogno dell'utente a **scenari nuovi e inaspettati**.

#Uniqueness #Wonder #Authenticity

## UNA GUIDA RESPONSABILE E SICURA



Porsi come guida credibile e sicura in grado di **orientare l'utente durante tutta la sua esperienza**, di modo da renderla semplice, chiara e facilmente accessibile.

#Accountability #Safe #Guidance

## SENSO DI APPARTENENZA E VICINANZA



Costruire una relazione con gli utenti, offrendo il **proprio sapere locale e mettendolo alla portata di tutti** al fine di creare un senso di appartenenza.

#BuildRelationship #Belonging #Inclusion

## UN TURISMO EQUO E RISPETTOSO



Offrire consigli e suggerimenti al fine di permettere una completa **immersione all'interno del territorio nel pieno rispetto** dello stesso e delle persone che lo abitano.

#Environment #Sustainability



# Principali Target
















I **Target**: l'analisi degli utenti attuali e potenziali ci ha portato a creare tre cluster principali di turisti:

LUXURY	LEISURE	BUSINESS
Ricercano esperienze uniche ed elitarie. Quando viaggiano cercano il meglio e pretendono servizi all'altezza delle aspettative sotto tutti i punti di vista.	Viaggiano per piacere e generalmente sono organizzati sulle attività da fare nelle destinazioni e luoghi da esplorare. Vogliono provare esperienze vere.	Ricercano comodità e servizi per poter svolgere il loro lavoro. Organizzano spesso viaggi all'ultimo ma non per questo sono disposti a rinunciare alle esperienze che una destinazione può offrire.
<p><b>Interessi da sviluppare:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Esperienze esclusive all'insegna del relax e della connessione con la natura</li><li>▪ Wellness e/o fitness retreat in location prestigiose e sempre più sostenibili<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Esperienze non convenzionali e straordinarie in location esclusive</li></ul></li><li>▪ Soggiorni dedicati allo shopping moda, design, arte</li></ul>	<p><b>Interessi da sviluppare:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Esperienze locali per sperimentare la cultura e le tradizioni dei luoghi visitati</li><li>▪ Esplorazioni legate alle passioni del turista: festival, concerto, mostra, sport...<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Brevi viaggi per scappare dalla routine (weekend in città d'arte o luoghi d'interesse)</li></ul></li><li>▪ Esperienze o viaggi con un impatto ambientale e/o sociale positivo</li></ul>	<p><b>Interessi da sviluppare:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Viaggi anche prolungati dove fare smartworking</li><li>▪ Brevi esperienze o visite nei ritagli di tempo dagli impegni di lavoro</li><li>▪ Esperienze per staccare e dedicarsi al team building</li><li>▪ Viaggi all'insegna del trasporto ecosostenibile</li></ul>



# Are di contenuto & tematiche

Le tematiche trattate sui touchpoint di italia.it: **destinazioni, attività e servizi**, che saranno **poi declinati per ogni ambito tematico d'interesse e ogni target individuato**.

AREA	OBIETTIVO	AMBITI TEMATICI
<b>1</b>	<p><b>DESTINAZIONI</b> - DOVE ANDARE - <i>luoghi e ambientazioni per una «esperienza da incorniciare»</i></p>	<p><b>Enogastronomia</b> </p> <p><b>Strutture ricettive</b> </p> <p><b>Travel Business</b> </p> <p><b>Luxury e fashion</b> </p> <p><b>Turismo Sportivo (pro, dilettanti, club)</b> </p>
<b>2</b>	<p><b>ATTIVITÀ</b> - COSA FARE - <i>itinerari e percorsi che ispirano «momenti da raccontare»</i></p>	<p><b>Guide e Tour organizzati (es. Guide, Concerti, Eventi, ...)</b> </p> <p><b>Viaggi studio</b> </p> <p><b>Automobilistico</b> </p> <p><b>Accessibilità/ Inklusività</b> </p> <p><b>Esperienze Mare, Montagna e Campagna (inclusi borghi)</b> </p>
<b>3</b>	<p><b>TIPS &amp; SERVIZI</b> - COME FARLO - <i>supporto alla «pianificazione del viaggio»</i></p>	<p><b>Wellness, Spa, Centri termali</b> </p> <p><b>Cultura e città d'arte (integrazione eventi, musei, musica, teatri,...)</b> </p> <p><b>Trasporti</b> </p> <p><b>Turismo sanitario</b> </p> <p><b>Turismo religioso</b> </p>

# Tipologie di collaborazioni e benefici

Sono previste **3 differenti tipologie di collaborazione** con il progetto TDH.

Focus dell'incontro

## Partnership di contenuto editoriale

**Ricezione continuativa** tramite **TDH022** (piattaforma di interoperabilità) di contenuti del Partner che rispecchino il *Tone of Voice* e il Piano editoriale di Italia.it

## Partnership di co-branding

Ricezione di una progettualità da parte del Partner relativa ad attività di comunicazione online e offline con lo scopo di **promuovere le destinazioni italiane** e indirizzare i turisti sui canali di Italia.it  
**Es.** Fiere ed eventi sponsorizzati, campagne di digital marketing condivise.

## Partnership di servizio

Integrazione **continuativa** di **servizi ed offerte** destinati all'utente (turista) all'interno dell'ecosistema TDH.



## Benefici della partnership



Il portale Italia.it si arricchirà di **contenuti e servizi premium di qualità e sempre più rilevanti** per il turista.

Il partner accrescerà la propria **visibilità** tramite i canali digitali dell'ecosistema TDH, raggiungendo un **ampio bacino di utenti**.



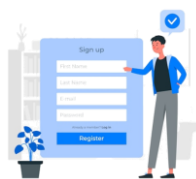
# Modello di collaborazione per co-branding

Focus dell'incontro

Contenuto editoriale

Co-branding

Servizio



## Adesione partner per co-branding

1

Il **partner** sottoscrive la **manifestazione di interesse** inviando la **proposta progettuale**. In seguito alla valutazione positiva da parte della **Commissione**, viene firmato l'accordo di collaborazione.



## Sviluppo progetto di co-branding

2

Il **partner**, con il supporto della Media House, **sviluppa il progetto di co-branding**, coerente con le linee guida ed il piano editoriale del portale Italia.it.



## Produzione contenuto

3

Il **partner** procede alla **produzione del contenuto** previsto dal progetto di co-branding.



## Revisione della progettualità

4

I progetti vengono **condivisi (una tantum)** con la Media House. La **Media House** **revisiona** i materiali ricevuti.



## Avvio del progetto di co-branding

5

Il **progetto** di co-branding (sito web, App, campagna DEM, campagna Social, etc..) **è avviato**, in linea con le pianificazioni effettuate.

# OBIETTIVO

La partnership di co-branding ha l'obiettivo di **sviluppare iniziative originali** volte a promuovere il turismo in Italia presso un pubblico nazionale e straniero, utilizzando i **touchpoint del progetto Tourism Digital Hub** (portale web italia.it, mobile app, ...) ed i **canali fisici e digitali del Partner**.

# PROPOSTA PROGETTUALE

Gli Aderenti interessati a partecipare dovranno inoltrare una **proposta progettuale di co-branding originale**, che sarà giudicata da un'apposita Commissione di valutazione. La proposta dovrà presentare in modo dettagliato gli **elementi distintivi** del progetto di co-branding che si intende realizzare con il TDH.

A titolo esemplificativo, la proposta potrà contenere i seguenti elementi:



**Tipologia di contenuti da realizzare**  
(ad es. articoli, video, podcast, ...)



**Principali canali digitali e fisici coinvolti**  
(ad es. sito web, eventi, newsletter, ...)



**Strategie di promozione e comunicazione**  
(ad es. influencer marketing)



**Target audience raggiungibile**



**Copertura geografica attesa**



# ESEMPIO: Co-branding per campagna Social (1/2)

Focus dell'incontro

Contenuto editoriale

Co-branding

Servizio

Esempio di una partnership di tipologia **Co-branding** con un brand del settore Automotive/Luxury: il Partner propone la creazione di contenuti sui Social, quali reels, post o slideshow di immagini e video, che presentino le strade panoramiche più belle da percorrere in auto. Questi stessi contenuti possono poi essere sviluppati come articoli e pubblicati sul portale italia.it.

## AUDIENCE



SENIOR



LUXURY

## INTERESSI & AMBITI

Natura

Luxury

Sport

Esperienze

Eventi

Escursioni & Itinerari

## CANALI ATTIVI



#n MLN  
follower



#n MLN  
follower

La comunicazione del Partner è **innovativa, interessante e audace**. Per celebrare il territorio italiano si potrebbero ideare delle iniziative di Co-branding, ad esempio la creazione di **itinerari ad hoc**, o contenuti che raccontino le **strade panoramiche più belle d'Italia**, da percorrere **con le nuove vetture full electric**.



# ESEMPIO: Co-branding per campagna Social (2/2)

Focus dell'incontro

Contenuto editoriale

Co-branding

Servizio

Esempio di una partnership di tipologia **Co-branding** con un brand del settore del Motociclismo: il Partner propone la creazione di contenuti sui social, coinvolgendo diversi content creator per la condivisione di alcuni video di itinerari su un determinato territorio. Questi stessi contenuti, arricchiti di contenuti testuali, saranno pubblicati sul portale italia.it ampliandone l'audience.



Il Partner offre un prodotto apprezzato su scala globale. La partnership di Co-branding, sfruttando gli **insight di Italia.it**, può portare il Partner a raggiungere un nuovo target: la **Generazione Z**. Ciò è possibile grazie al social **TikTok**, che impone un linguaggio comunicativo **dinamico ed originale**, in grado di cavalcare i trend del momento e diventare **virale**.

Italia.it e il Partner possono dunque creare una **sinergia** grazie ad uno storytelling originale che intrattenga e incuriosisca l'utente.





*Grazie*



Finanziato  
dall'Unione europea  
NextGenerationEU



MINISTERO  
DEL TURISMO  
REPUBBLICA ITALIANA

