



**SMART
TOURISM
DESTINATIONS**

**Ecosistema Digitale
dell’offerta turistica
del Veneto**

**Analisi dell’Ecosistema Digitale turistico del Veneto
per la trasformazione delle OGD in Smart Tourism Destination
RAPPORTO DI RICERCA**

**Azione 1 del progetto «STD Co-creating»
Versione finale del 28 settembre 2023**



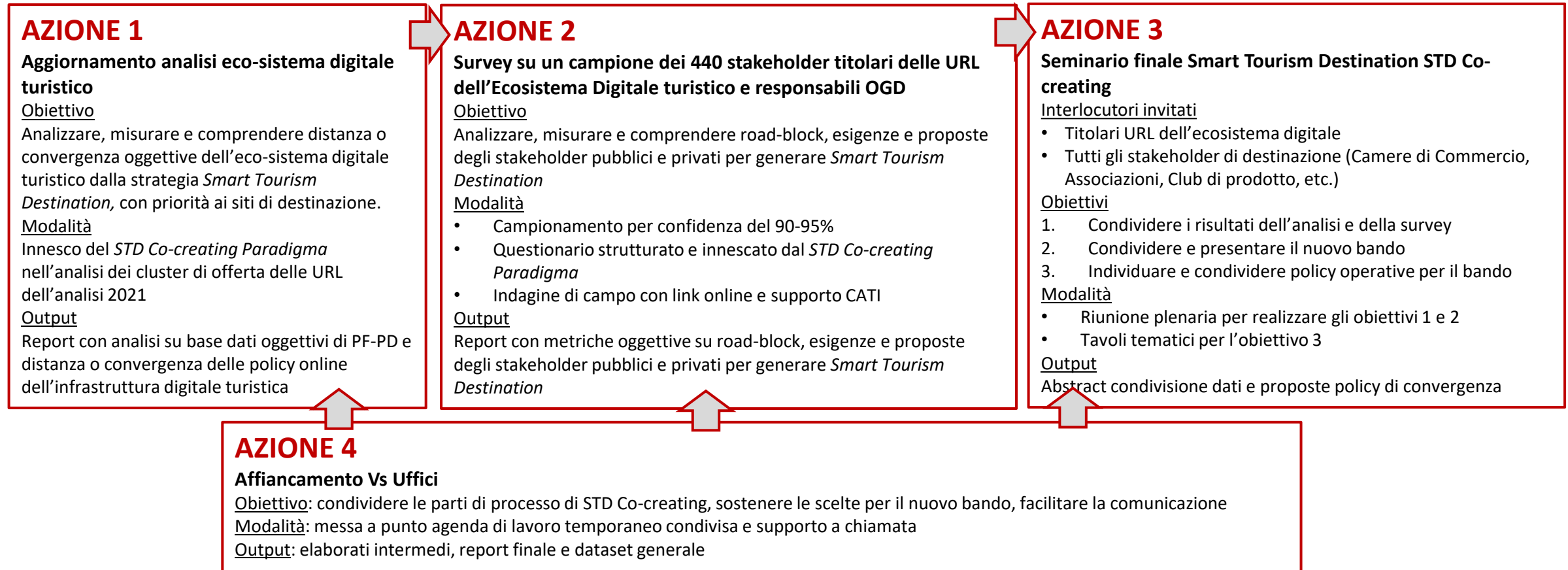
www.veneto.eu



Consulenti di Direzione e Data Analyst

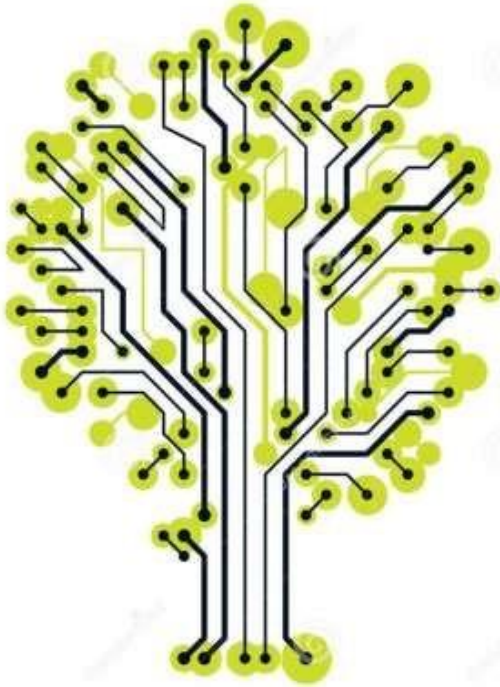
INDICE/i	Pag.	INDICE/ii	Pag.
Progetto STD Co-creating e piano di accompagnamento per generare smart tourism destination	3	Risultati - Analisi delle metriche d'impatto di STD Co-creating Paradigma	25
Cos'è un ecosistema digitale	4	STD Co-creating Paradigma: 7 indicatori di analisi e 30 elementi d'indagine	26
Dal modello Smart Tourism Destination (STD) ...	5	STD Co-creating Paradigma per cluster di esperienza	27
... agli indicatori STD Co-creating Paradigma	6	STD Co-creating Paradigma per cluster di prodotto-servizio	30
Obiettivi di analisi	7	STD Co-creating Paradigma per cluster di esperienza e prodotto-servizio	32
Metodologia di analisi	8	Risultati - Analisi delle metriche d'impatto di STD Co-creating Paradigma per le 17 OGD	33
Campo di ricerca	11	STD Co-creating Paradigma: per ogni OGD	34
RISULTATI - Analisi delle performance 2023 (aggiornamento analisi 2021)	14	Quadro di sintesi e rank delle metriche d'impatto STD Co-creating Paradigma per le 17 OGD	52
SEO Authority: valori medi per cluster	15	Highlights - Risultati di ricerca	53
SEO Authority: valore medio dell'ecosistema digitale turistico	16	INDICAZIONI PER LA TRASFORMAZIONE DELLE OGD IN STD: Ecosistema Digitale turistico	54
Analisi SWOT delle pratiche digitali > 5 indicatori	17	I 7 indicatori STD Co-creating Paradigma applicati alle 410 URL dell'Ecosistema Digitale turistico del Veneto	56
Analisi SWOT/i: pratiche digitali per cluster di esperienza	18	INDICAZIONI PER LA TRASFORMAZIONE DELLE OGD IN STD: cluster	
Analisi SWOT/i: pratiche digitali per cluster di prodotto-servizio	21	INDICAZIONI PER LA TRASFORMAZIONE DELLE OGD IN STD: destinazioni	58
Quadro di sintesi analisi swot delle 410 url dell'ecosistema digitale veneto	23	Team di lavoro	59
Quadro di sintesi analisi swot dei portali delle 17 OGD	24		

Progetto **STD STD Co-creating** e piano di accompagnamento per generare Smart Tourism Destination



*NB: (a) per le azioni 1, 2 e 3 è utile un'azione di comunicazione istituzionale tramite vs Ufficio stampa e PR, che possiamo orientare e facilitare
 (b) per l'azione 3 in particolare sarà necessario uno specifico supporto di comunicazione operativa e segreteria organizzativa.

Cos'è un ecosistema digitale



Il termine “ecosistema digitale” è mutuato dalla biologia, dal concetto dell’ecosistema naturale. Come in natura, nel web si creano “ambienti” in cui vari enti, molto diversi tra loro per struttura, funzionamento e scopo, risultano in qualche modo interdipendenti.

Se la diversità (o meglio biodiversità) di un ecosistema naturale è una ricchezza, lo è anche nel mondo digitale: coloro che **costituiscono un ecosistema sono in una relazione al contempo di collaborazione e competizione (o quanto meno di azione autonoma).**

Per **ecosistema digitale** intendiamo perciò “n” **url o unità web autonome** e allo stesso tempo interdipendenti, appartenenti a un sistema culturale di contenuti e relazioni specifiche (analogiche e digitali) avente scopi comuni più o meno consapevoli. Un ecosistema digitale è strategico perché è **l’infrastruttura “naturale” che connette con il mondo le persone e le organizzazioni** protagoniste di quel sistema di contenuti e relazioni specifiche.

L’ecosistema digitale di una destinazione turistica non è infatti il solo portale “visit qualcosa” bensì sono tutte quelle “url” o “unità web” che rivelano oggettivamente una relazione tra loro e con un’identità “naturale” relativa alla destinazione, per esempio il territorio e/o un macro-tema iconico e/o un scopo complesso.

Un insieme di realtà web si può definire un ecosistema digitale se persiste nel tempo un driver centrale di riferimento più o meno consapevolizzato, cioè un ampio scopo comune a tutti gli elementi che lo compongono e che, come in natura, può essere la sopravvivenza dell’ecosistema stesso.

Dal modello Smart Tourism Destination (STD) ...

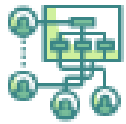
DEFINIZIONE*

«Una meta di turismo intelligente è definita come una destinazione dove i vari stakeholder, sotto il coordinamento della DMO (Destination Management Organization), facilita l'accesso al turismo e ai prodotti per l'ospitalità, servizi, spazi, ed esperienze attraverso soluzioni innovative basate sull'ICT, rendendo il turismo sostenibile e accessibile, e sfruttando appieno il loro patrimonio culturale e creativo.

Questo significa affrontare e migliorare la qualità della vita della popolazione locale, in quanto beneficerebbe di uno sviluppo socio economico sostenibile e risulterebbe attivamente coinvolta nella promozione della cultura digitale»



I dati stessi



Eterogeneità dei dati sul turismo



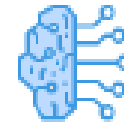
Tecnologia ed energia



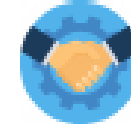
Attitudine turistica e alfabetizzazione digitale



Privacy



Intelligenza umana e artificiale



Governance

*Fonte: Guida europea sui dati per le destinazioni turistiche - Smart Tourism Destinations - SI2.843962, CE Luglio 2022
Cfr. [//smarttourismdestinations.eu/wp-content/uploads/2022/09/Smart-Tourism-Destinations_EU-guide_IT.pdf](https://smarttourismdestinations.eu/wp-content/uploads/2022/09/Smart-Tourism-Destinations_EU-guide_IT.pdf)

... agli indicatori STD Co-creating Paradigma

STD Co-creating Paradigma^(a)

1. **Creatività^(b)**
2. **Adattamento climate-sensitive^(c)**
3. **Digitalizzazione^(d)**
4. **Comunicazione struttura organizzativa^(e)**
5. **Comunicazione dati^(f)**
6. **Capitale umano^(g)**
7. **Social accountability^(h)**

Significato e motivazioni di

STD Co-creating & collaboration nel business

«L'innovazione collaborativa coinvolge tutte le risorse aziendali impegnate nel creare valore assieme ai fornitori, ai clienti e utilizzatori, agli enti di ricerca e a qualsiasi altro stakeholder che condivide gli stessi obiettivi.

Il concetto di co-creazione non è nuovo.

Da sempre le aziende operano a stretto contatto con i propri interlocutori di business per affrontare sfide comuni e creare opportunità. **Negli ultimi anni, l'attenzione per la co-creazione è ulteriormente cresciuta poiché viene considerata uno strumento essenziale in grado di far evolvere il proprio modello organizzativo e affrontare le grandi sfide lanciate dall'innovazione digitale, comuni a moltissime aziende e settori di business.»**

Cfr. <https://www.intesa.it/co-creation-e-collaboration-gli-alleanze-del-business-che-generano-valore/>

- a) Rimodulazione e aggiornamento dello schema a 7 esagoni di pag. 11 del documento della CE - DG Grow (luglio 2022), di cui alla pag. 6 precedente
- b) Include innovazione, orientamento ai clienti e sviluppo business
- c) Include sostenibilità e tutela delle diversità
- d) Sottende reti, Hw, Sw, AI e Ambienti intelligenti
- e) Include soggettività giuridica, rispetto spese ammissibili, competenze e organizzazione eco-sistema turistico
- f) Include attività dell'OTRF, fonti data, sistemi di raccolta e data open
- g) Include valori e competenze di intrapresa, management e technicalità
- h) Sottende generazione di nuovo valore sociale e aderenza agli accordi con CE.

Obiettivi di analisi



- I. **Aggiornare l' «Analisi delle performance dell'Ecosistema Digitale turistico del Veneto»** pubblicata a novembre 2021, in particolare le performance su
 - a. valori medi di SEO Authority per cluster di prodotto
 - b. valori medi di SEO Authority di ogni sito/url
 - c. punti di forza e debolezza (SWOT) delle principali pratiche digitali
- II. Sulla base del medesimo Ecosistema Digitale turistico **analizzare e misurare l'impatto degli indicatori STD Co-creating Paradigma** (cfr. pag. 6) rispetto alle attuali 17 OGD venete



Metodologia di analisi/i



**Smart Tourism
Destination
Co-creating**

- Aggiornamento e selezione delle unità web (URL) che compongono l'ecosistema digitale turistico del Veneto, a partire dal dataset dell'ecosistema digitale analizzato nel 2021
- Ricerca e analisi dati di ogni singola URL su cinque fattori
 1. Performance dei siti – performance tecniche da desktop e da mobile e grado di accessibilità per utenti fragili
 2. Posizionamento SEO – punteggio di SEO Authority che indica come i siti esaminati sono posizionati su Google e se i rispettivi contenuti sono ottimizzati
 3. Contenuti – analisi dell'orientamento al cliente dei siti esaminati, disponibilità di lingue estere, presenza di riferimenti espliciti al territorio e alla destinazione, presenza di policy di protezione del turista, etc.
 4. Utilizzo dei social – frequenza di pubblicazione, tipologia di contenuti, engagement
 5. Tool – presenza di sistemi di commercializzazione e sistemi di marketing automation
- Ricerca dati e analisi delle metriche d'impatto del modello Smart Tourism Destination (cfr. pag. 5) rispetto alle attuali 17 OGD venete mediante i 7 indicatori STD Co-creating Paradigma (cfr. pag. 6) dettagliati in 30 elementi di indagine (cfr. pag. 9 seguente)
- Elaborazione dati
- Realizzazione dell'analisi delle performance dell'ecosistema digitale turistico del Veneto
- Realizzazione dell'analisi delle metriche d'impatto STD sulle 17 OGD venete
- Realizzazione highlights di analisi
- Redazione del rapporto di ricerca.

Metodologia di analisi/ii: i software di ricerca per le performance online

GOOGLE PAGESPEED INSIGHTS (sw gratuito)

G-PSI fornisce un punteggio che riassume le prestazioni del sito a livello mobile e desktop. Un punteggio di: 90 o superiore è considerato buono; da 50 a 90 è un valore intermedio (il sito necessita di qualche eventuale miglioramento); inferiore a 50 è considerato scarso (il sito potrebbe essere da ripensare).

Fonti

https://developers.google.com/speed/docs/insights/v5/about?hl=it-IT&utm_source=PSI&utm_medium=incoming-link&utm_campaign=PSI

SEOZOOM (sw a noleggio)

È il primo e più completo tool italiano che consente di gestire tutti gli aspetti delle attività SEO (Search Engine Optimization, cioè ricerca di posizionamento sui motori di ricerca).

Consente di monitorare numerose keyword (in italiano e in inglese), fornisce il volume medio di ricerca mensile e il CPC (Costo per Click) cioè il costo medio pagato da chi fa pubblicità su Google per quella keyword).

Consente inoltre di analizzare la SEO di ogni sito web fornendo un punteggio definito «Zoom Authority». La «Zoom Authority» è una metrica per analizzare, a colpo d'occhio, lo stato di salute di un sito web ed il suo rendimento nelle ricerche su Google.

Tale metrica viene calcolata sulla base-dati di tutti i domini esistenti nel database di SEOZOOM, quindi rappresenta una classificazione del dominio all'interno dell'intero panorama web.

I «segnali» (indicatori) presi in considerazione dalla «Zoom Authority» sono

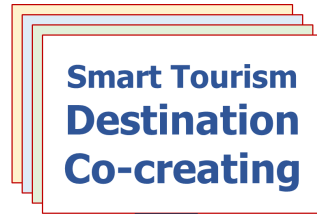
- Traffico da motori di ricerca
- Trust (fiducia dimostrata da Google per il sito web in questione)
- Stabilità (quanto è stabile il posizionamento organico del sito web)
- Opportunità (quanto può crescere il sito web nei mesi a venire).

Fonti

<https://www.seozoom.it/seozoom-guida-strumenti-seo/>

<https://www.seozoom.it/interpretare-la-zoom-authority/>

Metodologia di analisi/iii: indicatori per misurazione STD Co-creating



CO-CREATING PARADIGMA⁽¹⁾

- Creatività⁽²⁾
- Adattamento climate-sensitive⁽³⁾
- Digitalizzazione⁽⁴⁾
- Comunicazione struttura organizzativa⁽⁵⁾
- Comunicazione dati⁽⁶⁾
- Capitale umano⁽⁷⁾
- Social accountability⁽⁸⁾

CO-CREATING PARADIGMA			
7 indicatori di analisi e 30 elementi di indagine			
ID	INDICATORI	ELEMENTI DI INDAGINE	METRICA
1	Creatività	1. Innovazione 2. Orientamento ai clienti 3. Sviluppo business 4. Reti di prodotto	0-3
2	Adattamento climate-sensitive	5. Informazioni climatiche 6. Informazioni di protezione dei turisti (clima e safety) 7. Informazioni cosa fare in caso di emergenza 8. Tutela delle biodiversità 9. Interventi di mitigazione (pe: alberi, isole freschezza, etc.)	0-3
3	Digitalizzazione	10. DMS 11. Promo-commercializzazione 12. CMS 13. Visual design 14. Accessibilità 15. Marketing automation e AI	0-3
4	Comunicazione struttura organizzativa	16. Soggettività giuridica 17. Organizzazione pro-business 18. Presenza di fattori di STD	0-3
5	Comunicazione dati	19. Integrazione e/o link OTRF 20. Pubblicazione di dati aperti 21. Pubblicazione di dati e contenuti sui comportamenti dei clienti	0-3
6	Capitale umano	22. Modelli di formazione convenzionale 23. Modelli di formazione innovativa 24. Pratiche di ricerca personale 25. Modelli e incentivi per sviluppare nuove competenze	0-3
7	Social accountability	26. Dichiarazione di valori di riferimento, vision e mission 27. Inclusività 28. Pubblicazione di dati aperti di rilevanza economico-sociale 29. Pubblicazione di ESG 30. Pubblicazione di un rapporto sociale di mandato	0-3

Campo di ricerca/i: 12 cluster di offerta turistica del Veneto

	CLUSTER 1 VENEZIA	CLUSTER 2 CITTA' D'ARTE	CLUSTER 3 MARE	CLUSTER 4 MONTAGNA	CLUSTER 5 VERDE	CLUSTER 6 LAGO	CLUSTER 7 TERME
Cluster 8 MITI Luoghi e memorie uniche Brand regionali Brand storici d'impresa Personaggi storici	Venezia con le sue unicità artistiche e storiche e la sua laguna	Tutte le città d'arte delle 8 province del Veneto, da Padova a Verona e Vicenza	Tutte le località balneari da Jesolo, Caorle, Bibione, etc.	Destinazione montane delle Prealpi Venete e delle Dolomiti, dall'Altopiano di Asiago, ad Auronzo di Cadore e la Marmolada, etc.	Paesaggio collinare del Prosecco, del Soave, dei colli Euganei, etc. e parchi regionali dal Parco del Delta del Po al Parco delle Dolomiti Bellunesi	Il Lago di Garda e tutta la zona circostante	Terme Euganee e altre località termali della regione (pe: Recoaro Terme, etc.)
Cluster 9 ENOGASTRON. Prodotti tipici food & wine Ristoranti rinomati Eventi food & wine	Lido di Venezia	passando per Feltre, Castelfranco Veneto, etc.					
Cluster 10 CICLOTURISMO, CAMMINI E EVENTI SPORT Itinerari, servizi biking, cammini, Maratone, eventi di ciclotur. e sportivi							
Cluster 11 HOSPITALITY Alberghiero, Extra-alberghiero							
Cluster 12 MICE & SISTEMI Fiere e Congressi Eventi, Aeroporti Mobilità, Sanità							

NOTE DI IMPOSTAZIONE E PROGETTO

- 1) Abbiamo razionalizzato l'offerta caratteristica in una matrice di 12 Cluster, dei quali 7 di «esperienza» verticale e 5 di «prodotto-servizio» trasversale
- 2) OGD e Club di Prodotto riconosciuti dalla Regione Veneto sono collocati nei rispettivi Cluster di pertinenza.

Campo di ricerca/ii: sintesi delle URL dell'offerta turistica del Veneto

CLUSTER 1 VENEZIA	TOT URL 22	CLUSTER 8 MITI	TOT URL 28
CLUSTER 2 CITTA'D'ARTE	TOT URL 41	CLUSTER 9 ENOGASTR.	TOT URL 49
CLUSTER 3 MARE	TOT URL 18	CLUSTER 10 CICLOTUR	TOT URL 40
CLUSTER 4 MONTAGNA	TOT URL 19	CLUSTER 11 HOSPITALITY	TOT URL 110
CLUSTER 5 VERDE	TOT URL 17	CLUSTER 11 MICE & SIST.	TOT URL 32
CLUSTER 6 LAGO	TOT URL 14	Ecosistema digitale 410 URL	
CLUSTER 7 TERME	TOT URL 20		

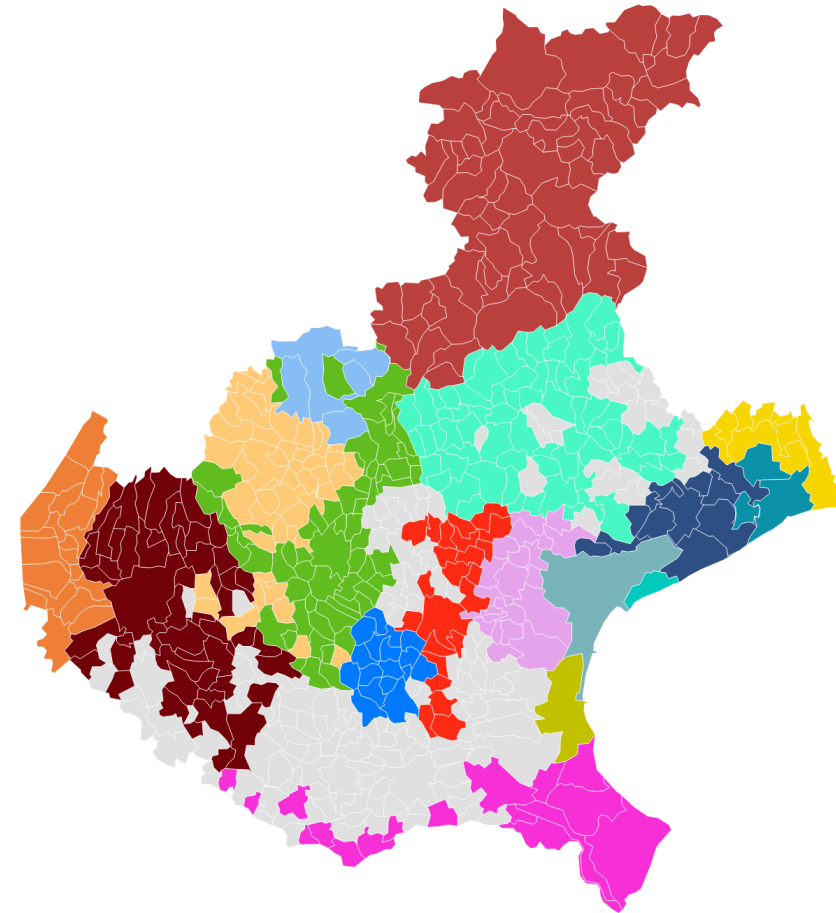
Campo di ricerca/iii:mappa delle 17 OGD venete

	OGD	Posti letto
1	Lago di Garda	130.036
2	Bibione e San Michele al Tagliamento	79.673
3	Jesolo Eraclea	76.920
4	Venezia	72.662
5	Cavallino Treponti	71.505
6	Caorle	59.623
7	Dolomiti	57.532
8	Verona	34.501
9	Po e Suo Delta	27.497
10	Chioggia	27.433
11	Terme e Colli	20.037
12	Città d'arte e ville venete del territorio trevigiano	17.519
13	Terre vicentine	15.102
14	Padova	12.758
15	Montagna Veneta	8.996
16	Riviera del Brenta e Terra dei Tiepolo	6.858
17	Pedemontana Veneta e Colli	5.593

Elaborazioni SGA 2023

Mappa 17 OGD del Veneto

■ Bibione ■ Caorle ■ Cavallino Treponti ■ Chioggia ■ Dolomiti ■ Lago di Garda ■ Jesolo
■ Eraclea ■ Montagna Veneta ■ Nessuna OGD ■ Padova ■ Pedemontana ■ Po e suo Delta ■ Riviera
■ del Brenta ■ Terme e Colli ■ Terre vicentine ■ Treviso ■ Venezia ■ Verona



Created with Datawrapper



**SMART
TOURISM
DESTINATIONS**

**Ecosistema Digitale
dell'offerta turistica
del Veneto**

Analisi delle performance 2023

(aggiornamento analisi del 2021)

RISULTATI DI RICERCA

SEO Authority/i: valori medi per cluster

La **SEO Authority** (o Zoom Authority) è una metrica per analizzare, a colpo d'occhio, lo stato di salute di un sito web e/o di un ecosistema digitale, e del loro rendimento nelle ricerche su Google.

Il **valore di SEO Authority** va da 0 a 100 e tiene conto delle metriche della totalità dei domini presenti nel database di SEOZOOM per avere dei punti di riferimento e arrivare al calcolo finale.

Classi e valori di SEO Authority nel database di SEOZOOM:

- 0-10 – 123.355.451 siti
- 11-20 – 887.881 siti
- 21-30 – 313.896 siti
- 31-40 – 101.037 siti
- 41-50 – 27.089 siti
- 51-60 – 6.444 siti
- 61-70 – 1.231 siti
- 71-80 – 228 siti
- 81-90 – 28 siti
- 91-100 – 5 siti.

Totale siti monitorati nel mondo:
N° 124.963.290

		2023	2021	
1°	MITI	42/100	42/100	=
2°	MICE & SISTEMI	38/100	40/100	-
3°	MARE	38/100	37/100	+
4°	CITTA' D'ARTE	37/100	33/100	+
5°	MONTAGNA	36/100	37/100	-
6°	VENEZIA	35/100	38/100	-
7°	VERDE	34/100	30/100	+
8°	TERME	32/100	34/100	-
9°	LAGO	32/100	31/100	+
10°	ENOGASTRON.	28/100	28/100	=
11°	HOSPITALITY	28/100	29/100	-
12°	CICLOTUR.	20/100	23/100	-

Ranking dello stato di salute dei siti web dell'ecosistema digitale turistico del Veneto a confronto 2023 e 2021

SEO Authority/ii: valore medio dell'ecosistema digitale turistico del Veneto

La **SEO Authority** (o Zoom Authority) è una metrica per analizzare, a colpo d'occhio, lo stato di salute di un sito web e/o di un ecosistema digitale, e del loro rendimento nelle ricerche su Google.

Il **valore di SEO Authority** va da 0 a 100 e tiene conto delle metriche della totalità dei domini presenti nel database di SEOZOOM per avere dei punti di riferimento e arrivare al calcolo finale.

Classi e valori di SEO Authority nel database di SEOZOOM:

0-10 – 123.355.451 siti

11-20 – 887.881 siti

21-30 – 313.896 siti

31-40 – 101.037 siti

41-50 – 27.089 siti

51-60 – 6.444 siti

61-70 – 1.231 siti

71-80 – 228 siti

81-90 – 28 siti

91-100 – 5 siti.

Totale siti monitorati nel mondo:

N° 124.963.290



2023
32/100 = **2021**
32/100

Il valore medio di SEO Authority è buono ed è invariato tra l'analisi 2021 e 2023.

Infatti dei 125 milioni di siti monitorati da SEO Zoom solo poco più di 100.000 hanno un valore compreso tra 31-40.

Il punteggio di SEO Authority indica che i siti web dell'ecosistema digitale considerato hanno un buon stato di salute e un buon rendimento nelle ricerche su Google.

I segnali presi in considerazione sono:

- Traffico dai motori di ricerca
- Fiducia dimostrata da Google per ogni dominio
- Stabilità di posizionamento organico del sito web
- Opportunità di crescita del sito web nei mesi a venire

Migliorare il valore di SEO – per esempio con pratiche di indirizzo e coordinamento dell'ecosistema digitale - può essere un obiettivo importante della strategia regionale perché significa accrescere la possibilità di essere più smart nel rapporto domanda-offerta.

Analisi SWOT delle pratiche digitali > 5 INDICATORI

1. PERFORMANCE SITO

- Quanto è veloce il sito? È responsive?
- Quanto tempo per l'interazione con azioni dell'utente?
- Quanto è accessibile il sito* per soggetti fragili?

Punteggio delle performance tecniche da desktop

Punteggio delle performance tecniche da mobile

* In base ai criteri di Google

2. POSIZIONAMENTO SEO

- Com'è posizionato il sito su Google?
- I contenuti sono ottimizzati?
- Il sito è sicuro?

Tutte queste valutazioni sono riassunte nel punteggio di **SEO Authority**

3. CONTENUTI

- Il sito ha un buon **«orientamento al cliente**»**, cioè risponde alla domanda-cliente del prodotto-servizio?
- In quante **lingue** è consultabile?
- Ci sono **riferimenti al territorio** e/o ad altri attrattori?

**Cioè essere esplicitamente «dalla parte del cliente-turista» a livello di narrazione, servizi, safety, offerte personalizzate, policy e strumenti di disintermediazione, etc.

4. UTILIZZO DEI SOCIAL ***

- La **frequenza** di utilizzo dei social è regolare?
- La **tipologia di contenuti** è diversificata e i contenuti sono rilevanti per l'utente?
- Riesce a generare un buon livello di **engagement**?

*** FACEBOOK e INSTAGRAM nel caso in esame.

5. TOOL

- Sono presenti sistemi di **commercializzazione** diretta verso i clienti finali?
- Sono presenti sistemi di **marketing automation** (pe: chatbot, etc.)?

Analisi SWOT/i: pratiche digitali per cluster di esperienza

	Punti di forza	Punti di debolezza
VENEZIA	22 su 22 hanno performance sufficienti da mobile	16 su 22 non hanno un buon engagement su Facebook
	22 su 22 hanno performance sufficienti da desktop	13 su 22 non pubblicano riferimenti al territorio
	22 su 22 hanno un buon punteggio di accessibilità	13 su 22 non hanno un buon engagement su Instagram
	18 su 22 hanno un ottimo punteggio di SEO Authority	
	14 su 22 hanno tool di marketing automation	
	13 su 22 hanno il sito in almeno due lingue straniere	
	13 su 22 hanno un sistema di commercializzazione online	
CITTA' D'ARTE	38 su 41 hanno performance sufficienti da desktop	39 su 41 non hanno un sistema di commercializzazione online
	34 su 41 hanno un ottimo punteggio di SEO Authority	31 su 41 non hanno tool di marketing automation
	31 su 41 hanno performance sufficienti da mobile	29 su 41 non fanno un buon engagement su Facebook
	24 su 41 pubblicano riferimenti al territorio	28 su 41 hanno il sito in meno di due lingue straniere
		23 su 41 non hanno un buon engagement su Instagram
		22 su 41 non hanno un buon punteggio di accessibilità
MARE	18 su 18 hanno performance sufficienti da mobile	13 su 18 non hanno un buon punteggio di accessibilità
	18 su 18 hanno performance sufficienti da desktop	12 su 18 non hanno un buon engagement su Facebook
	16 su 18 hanno il sito in almeno due lingue straniere	11 su 18 non hanno tool di marketing automation
	16 su 18 hanno un sistema di commercializzazione online	10 su 18 non hanno un buon engagement su Instagram
	14 su 18 hanno un ottimo punteggio di SEO Authority	
	9 su 18 pubblicano riferimenti al territorio	

Analisi SWOT/ii: pratiche digitali per cluster di esperienza

	Punti di forza	Punti di debolezza
MONTAGNA	19 su 19 hanno performance sufficienti da desktop	16 su 19 non hanno un sistema di commercializzazione online
	19 su 19 hanno un buon punteggio di accessibilità	12 su 19 non hanno un buon engagement su Facebook
	17 su 19 hanno performance sufficienti da mobile	11 su 19 hanno il sito in meno di due lingue straniere
	16 su 19 hanno un ottimo punteggio di SEO Authority	
	15 su 19 hanno tool di marketing automation	
	11 su 19 pubblicano riferimenti al territorio	
	10 su 19 hanno un buon engagement su Instagram	
VERDE	17 su 17 hanno performance sufficienti da mobile	14 su 17 non hanno un sistema di commercializzazione online
	17 su 17 hanno performance sufficienti da desktop	11 su 17 non hanno un buon engagement su Facebook
	17 su 17 hanno un buon punteggio di accessibilità	10 su 17 non hanno un buon engagement su Instagram
	15 su 17 pubblicano riferimenti al territorio	9 su 17 hanno il sito in meno di due lingue straniere
	13 su 17 hanno un ottimo punteggio di SEO Authority	
	10 su 17 hanno tool di marketing automation	
LAGO	14 su 14 hanno performance sufficienti da mobile	14 su 14 non hanno tool di marketing automation
	14 su 14 hanno performance sufficienti da desktop	10 su 14 non hanno un buon engagement su Instagram
	11 su 14 hanno il sito in almeno due lingue straniere	9 su 14 non hanno un buon punteggio di accessibilità
	13 su 14 hanno un sistema di commercializzazione online	8 su 14 non pubblicano riferimenti al territorio
	9 su 14 hanno un ottimo punteggio di SEO Authority	
	7 su 14 hanno un buon engagement su Facebook	

Analisi SWOT/iii: pratiche digitali per cluster di esperienza

	Punti di forza	Punti di debolezza
TERME	20 su 20 hanno performance sufficienti da mobile	15 su 20 non hanno un buon engagement su Instagram
	20 su 20 hanno performance sufficienti da desktop	14 su 20 non pubblicano riferimenti al territorio
	20 su 20 hanno un buon punteggio di accessibilità	13 su 20 hanno il sito in meno di due lingue straniere
	20 su 20 hanno un sistema di commercializzazione online	12 su 20 non hanno un buon engagement su Facebook
	13 su 20 hanno un ottimo punteggio di SEO Authority	
	11 su 20 hanno tool di marketing automation	

Analisi SWOT/iv: pratiche digitali per cluster di prodotto-servizio

	Punti di forza	Punti di debolezza
MITI	28 su 28 hanno performance sufficienti da mobile	25 su 28 non hanno un sistema di commercializzazione online
	28 su 28 hanno performance sufficienti da desktop	20 su 28 hanno il sito in meno di due lingue straniere
	22 su 28 hanno un ottimo punteggio di SEO Authority	20 su 28 non hanno un buon punteggio di accessibilità
	22 su 28 hanno tool di marketing automation	19 su 28 non hanno un buon engagement su Instagram
	16 su 28 pubblicano riferimenti al territorio	15 su 28 non hanno un buon engagement su Facebook
ENOGASTRONOMIA	49 su 49 hanno performance sufficienti da mobile	43 su 49 non hanno un sistema di commercializzazione online
	49 su 49 hanno performance sufficienti da desktop	35 su 49 non hanno un buon engagement su Facebook
	40 su 49 hanno un buon punteggio di accessibilità	34 su 49 hanno il sito in meno di due lingue straniere
	25 su 49 hanno un buon engagement su Instagram	32 su 49 non pubblicano riferimenti al territorio
		31 su 49 non hanno tool di marketing automation
		25 su 49 non hanno un buon punteggio di SEO Authority
CICLOTURISMO	33 su 40 hanno performance sufficienti da desktop	35 su 40 non pubblicano riferimenti al territorio
	24 su 40 hanno un sistema di commercializzazione online	32 su 40 hanno il sito in meno di due lingue straniere
	24 su 40 hanno tool di marketing automation	32 su 40 non hanno un buon punteggio di accessibilità
	20 su 40 hanno un buon engagement su Instagram	31 su 40 non hanno un buon punteggio di SEO Authority
		28 su 40 non hanno performance sufficienti da mobile
		27 su 40 non hanno un buon engagement su Facebook

Analisi SWOT/v: pratiche digitali per cluster di prodotto-servizio

	Punti di forza	Punti di debolezza
HOSPITALITY	110 su 110 hanno performance sufficienti da mobile	66 su 110 non hanno tool di marketing automation
	110 su 110 hanno performance sufficienti da desktop	66 su 110 non hanno un buon engagement su Instagram
	96 su 110 hanno un sistema di commercializzazione online	63 su 110 non pubblicano riferimenti al territorio
	79 su 110 hanno il sito in più di due lingue straniere	62 su 110 non hanno un buon engagement su Facebook
		59 su 110 non hanno un buon punteggio di SEO Authority
		56 su 110 non hanno un buon punteggio di accessibilità
MICE & SISTEMI	32 su 32 hanno performance sufficienti da desktop	31 su 32 non hanno un sistema di commercializzazione online
	31 su 32 hanno performance sufficienti da mobile	30 su 32 non hanno un buon punteggio di accessibilità
	25 su 32 hanno un ottimo punteggio di SEO Authority	29 su 32 hanno il sito in meno di due lingue straniere
	16 su 32 hanno tool di marketing automation	22 su 32 non hanno un buon engagement su Facebook
		22 su 32 non hanno un buon engagement su Instagram
		20 su 32 non pubblicano riferimenti al territorio

QUADRO DI SINTESI ANALISI SWOT DELLE 410 URL DELL'ECOSISTEMA DIGITALE VENETO

MEDIANTE I 5 INDICATORI DI ANALISI (cfr. pag. 17)

Punti di forza	Punti di debolezza
395 su 410 hanno performance sufficienti da desktop	260 su 410 non hanno un buon engagement su Facebook
369 su 410 hanno performance sufficienti da mobile	241 su 410 non hanno un buon engagement su Instagram
242 su 410 hanno un ottimo punteggio di SEO Authority	237 su 410 non pubblicano riferimenti al territorio
226 su 410 hanno un buon punteggio di accessibilità	221 su 410 hanno il sito in meno di due lingue straniere
	219 su 410 non hanno tool di marketing automation
	210 su 410 non hanno un sistema di commercializzazione online

QUADRO DI SINTESI ANALISI SWOT DEI PORTALI DELLE 17 ODG

MEDIANTE IL MAGGIOR DETTAGLIO DEI 5 INDICATORI DI ANALISI (cfr. pag. 17)

+/- punteggio adeguato/inadeguato

ODG	URL	PageSpeed Mobile	PageSpeed Desktop	SEO Authority	Accessibilità	Riferimenti esterni	Lingue	FB engagement	IG engagement	Mktg automation	Commercializzazione
Bibione e San Michele al Tagliamento	https://www.bibione.com	+	+	+	-	+	+	-	-	-	+
Caorle	https://caorle.eu	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+
Cavallino-Treporti	https://www.visitcavallino.com	+	+	+	-	+	+	-	+	-	+
Chioggia	https://www.visitchioggia.com	-	-	+	+	+	+	-	+	-	-
Dolomiti	https://www.visitdolomitibellunesi.com/it	+	+	-	+	-	+	-	+	+	-
Jesolo Eraclea	https://jesolo.it	+	+	+	-	+	+	-	+	+	+
Lago di Garda	https://lagodigardaveneto.com/	+	+	+	-	+	+	-	-	-	+
Padova	https://www.turismopadova.it/	+	+	+	+	+	-	-	+	+	+
Pedemontana Veneta	http://visitpedemontana.com	+	+	+	+	+	+	-	-	+	-
Po e suo Delta	https://www.visitdeltapo.it/	-	-	-	+	+	-	-	-	+	-
Riviera del Brenta	https://www.larivieradelbrenta.it/	+	+	+	-	+	-	-	+	-	-
Terme e Colli	https://www.visitabanomontegrotto.com	+	+	+	+	+	+	-	-	+	+
Città e ville venete del territorio trevigiano	https://visittreviso.it	-	+	+	-	+	-	-	-	-	-
Venezia	https://www.veneziaunica.it/	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+
Verona	https://www.visitverona.it	-	-	+	+	+	-	-	+	-	-
Terre vicentine	https://www.vicenzae.org	-	+	+	-	+	+	-	-	-	-

L'ODG Montagna Veneta non ha online, per il momento, un portale di destinazione



**SMART
TOURISM
DESTINATIONS**

**Ecosistema Digitale
dell'offerta turistica
del Veneto**

**Analisi delle metriche d'impatto di
STD Co-creating Paradigma
RISULTATI DI RICERCA**



CO-CREATING PARADIGMA⁽¹⁾

- Creatività⁽²⁾**
- Adattamento climate-sensitive⁽³⁾**
- Digitalizzazione⁽⁴⁾**
- Comunicazione struttura organizzativa⁽⁵⁾**
- Comunicazione dati⁽⁶⁾**
- Capitale umano⁽⁷⁾**
- Social accountability⁽⁸⁾**

CO-CREATING PARADIGMA			
7 indicatori di analisi e 30 elementi di indagine			
ID	INDICATORI	ELEMENTI DI INDAGINE	METRICA
1	Creatività	1. Innovazione 2. Orientamento ai clienti 3. Sviluppo business 4. Reti di prodotto	0-3
2	Adattamento climate-sensitive	5. Informazioni climatiche 6. Informazioni di protezione dei turisti (clima e safety) 7. Informazioni cosa fare in caso di emergenza 8. Tutela delle biodiversità 9. Interventi di mitigazione (pe: alberi, isole freschezza, etc.)	0-3
3	Digitalizzazione	10. DMS 11. Promo-commercializzazione 12. CMS 13. Visual design 14. Accessibilità 15. Marketing automation e AI	0-3
4	Comunicazione struttura organizzativa	16. Soggettività giuridica 17. Organizzazione pro-business 18. Presenza di fattori di STD	0-3
5	Comunicazione dati	19. Integrazione e/o link OTRF 20. Pubblicazione di dati aperti 21. Pubblicazione di dati e contenuti sui comportamenti dei clienti	0-3
6	Capitale umano	22. Modelli di formazione convenzionale 23. Modelli di formazione innovativa 24. Pratiche di ricerca personale 25. Modelli e incentivi per sviluppare nuove competenze	0-3
7	Social accountability	26. Dichiarazione di valori di riferimento, vision e mission 27. Inclusività 28. Pubblicazione di dati aperti di rilevanza economico-sociale 29. Pubblicazione di ESG 30. Pubblicazione di un rapporto sociale di mandato	0-3

Creatività			Climate-sensitive			Digitalizzazione			Com. struttura organizzativa			Comunicazione dati			Capitale umano			Social accountability					
VENEZIA			VENEZIA			VENEZIA			VENEZIA			VENEZIA			VENEZIA			VENEZIA					
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	0	0,0%	0	20	90,9%	0	1	4,5%	0	0	0,0%	0	21	95,5%	0	8	36,4%	0	18	81,8%			
1	0	0,0%	1	1	4,5%	1	19	86,4%	1	0	0,0%	1	1	4,5%	1	10	45,5%	1	4	18,2%			
2	21	95,5%	2	1	4,5%	2	2	9,1%	2	22	100,0%	2	0	0,0%	2	4	18,2%	2	0	0,0%			
3	1	4,5%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%			
22			22			22			22			22			22								

Creatività			Climate-sensitive			Digitalizzazione			Com. struttura organizzativa			Comunicazione dati			Capitale umano			Social accountability					
CITTA' D'ARTE			CITTA' D'ARTE			CITTA' D'ARTE			CITTA' D'ARTE			CITTA' D'ARTE			CITTA' D'ARTE			CITTA' D'ARTE					
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	1	2,4%	0	33	80,5%	0	3	7,3%	0	2	4,9%	0	40	97,6%	0	25	61,0%	0	28	68,3%			
1	12	29,3%	1	4	9,8%	1	18	43,9%	1	20	48,8%	1	1	2,4%	1	12	29,3%	1	10	24,4%			
2	15	36,6%	2	4	9,8%	2	19	46,3%	2	19	46,3%	2	0	0,0%	2	4	9,8%	2	3	7,3%			
3	13	31,7%	3	0	0,0%	3	1	2,4%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%			
41			41			41			41			41			41								

Creatività			Climate-sensitive			Digitalizzazione			Com. struttura organizzativa			Comunicazione dati			Capitale umano			Social accountability					
MARE			MARE			MARE			MARE			MARE			MARE			MARE					
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	0	0,0%	0	10	55,6%	0	1	5,6%	0	0	0,0%	0	18	100,0%	0	13	72,2%	0	11	61,1%			
1	0	0,0%	1	6	33,3%	1	14	77,8%	1	0	0,0%	1	0	0,0%	1	5	27,8%	1	7	38,9%			
2	14	77,8%	2	2	11,1%	2	3	16,7%	2	17	94,4%	2	0	0,0%	2	0	0,0%	2	0	0,0%			
3	4	22,2%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	1	5,6%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%			
18			18			18			18			18			18								

In questa slide e nelle due seguenti sono presenti i dati del STD Co-creating Paradigma per i 7 cluster di esperienza. In orizzontale si possono apprezzare i 7 fattori STD Co-creating per ciascun cluster. I colori aiutano a comprendere di quale indicatore stiamo parlando che sono:

Creatività giallo scuro | Climate-sensitive azzurro | Digitalizzazione verde | Comunicazione struttura organizzativa arancione | Comunicazione dati grigio | Capitale umano azzurro chiaro | Social accountability giallo chiaro

Creatività MONTAGNA			Climate-sensitive MONTAGNA			Digitalizzazione MONTAGNA			Com. struttura organizzativa MONTAGNA			Comunicazione dati MONTAGNA			Capitale umano MONTAGNA			Social accountability MONTAGNA		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	0	0,0%	0	8	42,1%	0	3	15,8%	0	0	0,0%	0	19	100,0%	0	18	94,7%	0	16	84,2%
1	0	0,0%	1	6	31,6%	1	16	84,2%	1	0	0,0%	1	0	0,0%	1	1	5,3%	1	3	15,8%
2	13	68,4%	2	5	26,3%	2	0	0,0%	2	19	100,0%	2	0	0,0%	2	0	0,0%	2	0	0,0%
3	6	31,6%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%
19			19			19			19			19			19					

Creatività VERDE			Climate-sensitive VERDE			Digitalizzazione VERDE			Com. struttura organizzativa VERDE			Comunicazione dati VERDE			Capitale umano VERDE			Social accountability VERDE		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	0	0,0%	0	12	70,6%	0	7	41,2%	0	0	0,0%	0	15	88,2%	0	14	82,4%	0	10	58,8%
1	0	0,0%	1	2	11,8%	1	10	58,8%	1	6	35,3%	1	2	11,8%	1	2	11,8%	1	7	41,2%
2	10	58,8%	2	3	17,6%	2	0	0,0%	2	11	64,7%	2	0	0,0%	2	1	5,9%	2	0	0,0%
3	7	41,2%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%
17			17			17			17			17			17					

Creatività LAGO			Climate-sensitive LAGO			Digitalizzazione LAGO			Com. struttura organizzativa LAGO			Comunicazione dati LAGO			Capitale umano LAGO			Social accountability LAGO		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	0	0,0%	0	9	64,3%	0	1	7,1%	0	0	0,0%	0	14	100,0%	0	13	92,9%	0	11	78,6%
1	0	0,0%	1	3	21,4%	1	13	92,9%	1	0	0,0%	1	0	0,0%	1	1	7,1%	1	3	21,4%
2	12	85,7%	2	2	14,3%	2	0	0,0%	2	14	100,0%	2	0	0,0%	2	0	0,0%	2	0	0,0%
3	2	14,3%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%
14			14			14			14			14			14					

Creatività			Climate-sensitive			Digitalizzazione			Com. struttura organizzativa			Comunicazione dati			Capitale umano			Social accountability		
TERME			TERME			TERME			TERME			TERME			TERME			TERME		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	0	0,0%	0	15	75,0%	0	7	35,0%	0	0	0,0%	0	19	95,0%	0	17	85,0%	0	19	95,0%
1	0	0,0%	1	5	25,0%	1	13	65,0%	1	0	0,0%	1	1	5,0%	1	3	15,0%	1	1	5,0%
2	16	80,0%	2	0	0,0%	2	0	0,0%	2	20	100,0%	2	0	0,0%	2	0	0,0%	2	0	0,0%
3	4	20,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%
20			20			20			20			20			20			20		

Creatività			Climate-sensitive			Digitalizzazione			Com. struttura organizzativa			Comunicazione dati			Capitale umano			Social accountability					
MITI			MITI			MITI			MITI			MITI			MITI			MITI					
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	0	0,0%	0	19	67,9%	0	2	7,1%	0	0	0,0%	0	26	92,9%	0	19	67,9%	0	21	75,0%			
1	1	3,6%	1	9	32,1%	1	24	85,7%	1	0	0,0%	1	2	7,1%	1	7	25,0%	1	6	21,4%			
2	26	92,9%	2	0	0,0%	2	2	7,1%	2	28	100,0%	2	0	0,0%	2	2	7,1%	2	1	3,6%			
3	1	3,6%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%			
28			28			28			28			28			28								

Creatività			Climate-sensitive			Digitalizzazione			Com. struttura organizzativa			Comunicazione dati			Capitale umano			Social accountability					
ENOGASTRONOMIA			ENOGASTRONOMIA			ENOGASTRONOMIA			ENOGASTRONOMIA			ENOGASTRONOMIA			ENOGASTRONOMIA			ENOGASTRONOMIA					
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	0	0,0%	0	43	87,8%	0	5	10,2%	0	0	0,0%	0	49	100,0%	0	37	75,5%	0	47	95,9%			
1	4	8,2%	1	6	12,2%	1	33	67,3%	1	8	16,3%	1	0	0,0%	1	11	22,4%	1	2	4,1%			
2	10	20,4%	2	0	0,0%	2	11	22,4%	2	41	83,7%	2	0	0,0%	2	1	2,0%	2	0	0,0%			
3	35	71,4%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%			
49			49			49			49			49			49								

Creatività			Climate-sensitive			Digitalizzazione			Com. struttura organizzativa			Comunicazione dati			Capitale umano			Social accountability					
CICLOTURISMO			CICLOTURISMO			CICLOTURISMO			CICLOTURISMO			CICLOTURISMO			CICLOTURISMO			CICLOTURISMO					
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	0	0,0%	0	32	80,0%	0	29	72,5%	0	1	2,5%	0	40	100,0%	0	37	92,5%	0	33	82,5%			
1	10	25,0%	1	7	17,5%	1	7	17,5%	1	26	65,0%	1	0	0,0%	1	1	2,5%	1	5	12,5%			
2	20	50,0%	2	1	2,5%	2	2	5,0%	2	12	30,0%	2	0	0,0%	2	2	5,0%	2	2	5,0%			
3	10	25,0%	3	0	0,0%	3	2	5,0%	3	1	2,5%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%			
40			40			40			40			40			40								

In questa slide e nella seguente sono presenti i dati del STD Co-creating Paradigma per i 5 cluster di prodotto-servizio. In orizzontale si possono apprezzare i 7 fattori STD Co-creating per ciascun cluster. I colori aiutano a comprendere di quale indicatore stiamo parlando che sono:

Creatività giallo scuro | Climate-sensitive azzurro | Digitalizzazione verde | Comunicazione struttura organizzativa arancione | Comunicazione dati grigio | Capitale umano azzurro chiaro | Social accountability giallo chiaro

Creatività HOSPITALITY			Climate-sensitive HOSPITALITY			Digitalizzazione HOSPITALITY			Com. struttura organizzativa HOSPITALITY			Comunicazione dati HOSPITALITY			Capitale umano HOSPITALITY			Social accountability HOSPITALITY		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	0	0,0%	0	88	80,0%	0	22	20,0%	0	0	0,0%	0	110	100,0%	0	97	88,2%	0	105	95,5%
1	2	1,8%	1	19	17,3%	1	78	70,9%	1	0	0,0%	1	0	0,0%	1	13	11,8%	1	5	4,5%
2	101	91,8%	2	3	2,7%	2	9	8,2%	2	110	100,0%	2	0	0,0%	2	0	0,0%	2	0	0,0%
3	7	6,4%	3	0	0,0%	3	1	0,9%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%
110			110			110			110			110			110					

Creatività MICE & SISTEMI			Climate-sensitive MICE & SISTEMI			Digitalizzazione MICE & SISTEMI			Com. struttura organizzativa MICE & SISTEMI			Comunicazione dati MICE & SISTEMI			Capitale umano MICE & SISTEMI			Social accountability MICE & SISTEMI		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	0	0,0%	0	24	75,0%	0	4	12,5%	0	0	0,0%	0	27	84,4%	0	18	56,3%	0	18	56,3%
1	0	0,0%	1	8	25,0%	1	24	75,0%	1	0	0,0%	1	5	15,6%	1	11	34,4%	1	12	37,5%
2	22	68,8%	2	0	0,0%	2	4	12,5%	2	32	100,0%	2	0	0,0%	2	2	6,3%	2	2	6,3%
3	10	31,3%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	1	3,1%	3	0	0,0%
32			32			32			32			32			32					

CO-CREATING PARADIGMA			
7 indicatori di analisi e 30 elementi di indagine			
ID	INDICATORI	ELEMENTI DI INDAGINE	METRICA
1	Creatività	1. Innovazione 2. Orientamento ai clienti 3. Sviluppo business 4. Reti di prodotto	0-3
2	Adattamento climate-sensitive	5. Informazioni dimatiche 6. Informazioni di protezione dei turisti (clima e safety) 7. Informazioni cosa fare in caso di emergenza 8. Tutela delle biodiversità 9. Interventi di mitigazione (pe: alberi, isole freschezza, etc.)	0-3
3	Digitalizzazione	10. DMS 11. Promo-commercializzazione 12. CMS 13. Visual design 14. Accessibilità 15. Marketing automation e AI	0-3
4	Comunicazione struttura organizzativa	16. Soggettività giuridica 17. Organizzazione pro-business 18. Presenza di fattori di STD	0-3
5	Comunicazione dati	19. Integrazione e/o link OTRF 20. Pubblicazione di dati aperti 21. Pubblicazione di dati e contenuti sui comportamenti dei clienti	0-3
6	Capitale umano	22. Modelli di formazione convenzionale 23. Modelli di formazione innovativa 24. Pratiche di ricerca personale 25. Modelli e incentivi per sviluppare nuove competenze	0-3
7	Social accountability	26. Dichiarazione di valori di riferimento, vision e mission 27. Inclusività 28. Pubblicazione di dati aperti di rilevanza economico-sociale 29. Pubblicazione di ESG 30. Pubblicazione di un rapporto sociale di mandato	0-3



RANKING STD Co-creating Paradigma			
Rank	CLUSTER	Es* / Ps**	MEDIA
1	MICE & Sistemi	Ps**	0,97/3
2	Mare	Es*	0,94/3
3	Venezia	Es*	0,90/3
4	Montagna	Es*	0,88/3
5	Miti	Ps**	0,87/3
6	Enogastronomia	Ps**	0,87/3
7	Città d'arte	Es*	0,86/3
8	Lago	Es*	0,84/3
9	Verde	Es*	0,84/3
10	Hospitality	Ps**	0,76/3
11	Terme	Es*	0,76/3
12	Cicloturismo	Ps**	0,62/3

*Cluster esperienza ** Cluster prodotto-servizio

Il valore di media del ranking - rispetto alla metrica 0-3 - indica la maggiore o minore vicinanza ai 7 indicatori STD Co-creating Paradigma



**SMART
TOURISM
DESTINATIONS**

**Ecosistema Digitale
dell'offerta turistica
del Veneto**

**Analisi delle metriche d'impatto di
STD Co-creating Paradigma per le 17 OGD
RISULTATI DI RICERCA**

BIBIONE E SAN MICHELE AL TAGLIAMENTO

9 URL

Creatività			Climate-sensitive			Digitalizzazione			Com. struttura organizzativa		
BIBIONE			BIBIONE			BIBIONE			BIBIONE		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	0	0,0%	0	6	66,7%	0	3	33,3%	0	0	0,0%
1	0	0,0%	1	3	33,3%	1	5	55,6%	1	1	11,1%
2	7	77,8%	2	0	0,0%	2	1	11,1%	2	8	88,9%
3	2	22,2%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%
9			9			9			9		

VALUTAZIONE MEDIA
STD Co-creating Paradigma
Bibione e San Michele al Tagliamento

0,78/3

Comunicazione dati			Capitale umano			Social accountability		
BIBIONE			BIBIONE			BIBIONE		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	9	100,0%	0	8	88,9%	0	8	88,9%
1	0	0,0%	1	1	11,1%	1	1	11,1%
2	0	0,0%	2	0	0,0%	2	0	0,0%
3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%
9			9			9		

Rank dei 7 indicatori STD Co-creating

1. Creatività 100,0%
2. Com. struttura organizzativa 88,9%
3. Digitalizzazione 11,1%
4. Capitale umano 0,0%
5. Social accountability 0,0%
6. Climate-sensitive 0,0%
7. Comunicazione dati 0,0%

NB: i risultati di ricerca sui 7 indicatori STD Co-creating Paradigma sono pubblicati per ciascuna OGD allo scopo di apprendere in solo colpo d'occhio punti di forza e di debolezza.

CAORLE

7 URL

Creatività			Climate-sensitive			Digitalizzazione			Com. struttura organizzativa		
CAORLE			CAORLE			CAORLE			CAORLE		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	0	0,0%	0	6	85,7%	0	1	14,3%	0	0	0,0%
1	0	0,0%	1	0	0,0%	1	4	57,1%	1	0	0,0%
2	6	85,7%	2	1	14,3%	2	2	28,6%	2	7	100,0%
3	1	14,3%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%
7			7			7			7		

VALUTAZIONE MEDIA
STD Co-creating Paradigma
Caorle

0,86/3

Comunicazione dati			Capitale umano			Social accountability		
CAORLE			CAORLE			CAROLE		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	7	100,0%	0	6	85,7%	0	5	71,4%
1	0	0,0%	1	1	14,3%	1	2	28,6%
2	0	0,0%	2	0	0,0%	2	0	0,0%
3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%
7			7			7		

- Rank dei 7 indicatori STD Co-creating**
1. Creatività 100,0%
 2. Com. struttura organizzativa 100,0%
 3. Digitalizzazione 28,6%
 4. Climate-sensitive 14,3%
 5. Capitale umano 0,0%
 6. Social accountability 0,0%
 7. Comunicazione dati 0,0%

NB: i risultati di ricerca sui 7 indicatori STD Co-creating Paradigma sono pubblicati per ciascuna OGD allo scopo di apprendere in solo colpo d'occhio punti di forza e di debolezza.

CAVALLINO TREPORTI

4 URL

Creatività			Climate-sensitive			Digitalizzazione			Com. struttura organizzativa		
CAVALLINO-TREPORTI			CAVALLINO-TREPORTI			CAVALLINO-TREPORTI			CAVALLINO-TREPORTI		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	0	0,0%	0	0	0,0%	0	0	0,0%	0	0	0,0%
1	0	0,0%	1	4	100,0%	1	4	100,0%	1	0	0,0%
2	3	75,0%	2	0	0,0%	2	0	0,0%	2	4	100,0%
3	1	25,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%
	4			4			4			4	

VALUTAZIONE MEDIA
STD Co-creating Paradigma
Cavallino Treporti

0,96/3

Comunicazione dati			Capitale umano			Social accountability		
CAVALLINO-TREPORTI			CAVALLINO-TREPORTI			CAVALLINO-TREPORTI		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	4	100,0%	0	3	75,0%	0	3	75,0%
1	0	0,0%	1	1	25,0%	1	1	25,0%
2	0	0,0%	2	0	0,0%	2	0	0,0%
3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%
	4			4			4	

- Rank dei 7 indicatori STD Co-creating**
1. Creatività 100,0%
 2. Com. struttura organizzativa 100,0%
 3. Digitalizzazione 0,0%
 4. Climate-sensitive 0,0%
 5. Capitale umano 0,0%
 6. Social accountability 0,0%
 7. Comunicazione dati 0,0%

NB: i risultati di ricerca sui 7 indicatori STD Co-creating Paradigma sono pubblicati per ciascuna OGD allo scopo di apprendere in solo colpo d'occhio punti di forza e di debolezza.

CHIOGGIA

7 URL

Creatività			Climate-sensitive			Digitalizzazione			Com. struttura organizzativa		
CHIOGGIA			CHIOGGIA			CHIOGGIA			CHIOGGIA		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	0	0,0%	0	4	57,1%	0	2	28,6%	0	0	0,0%
1	0	0,0%	1	3	42,9%	1	4	57,1%	1	1	14,3%
2	6	85,7%	2	0	0,0%	2	1	14,3%	2	6	85,7%
3	1	14,3%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%
7			7			7			7		

VALUTAZIONE MEDIA
STD Co-creating Paradigma
Chioggia

0,78/3

Comunicazione dati			Capitale umano			Social accountability		
CHIOGGIA			CHIOGGIA			CHIOGGIA		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	7	100,0%	0	6	85,7%	0	7	100,0%
1	0	0,0%	1	1	14,3%	1	0	0,0%
2	0	0,0%	2	0	0,0%	2	0	0,0%
3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%
7			7			7		

- Rank dei 7 indicatori STD Co-creating**
1. Creatività 100,0%
 2. Com. struttura organizzativa 85,7%
 3. Digitalizzazione 14,3%
 4. Climate-sensitive 0,0%
 5. Capitale umano 0,0%
 6. Social accountability 0,0%
 7. Comunicazione dati 0,0%

NB: i risultati di ricerca sui 7 indicatori STD Co-creating Paradigma sono pubblicati per ciascuna OGD allo scopo di apprendere in solo colpo d'occhio punti di forza e di debolezza.

DOLOMITI

53 URL

Creatività			Climate-sensitive			Digitalizzazione			Com. struttura organizzativa		
DOLOMITI			DOLOMITI			DOLOMITI			DOLOMITI		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	0	0,0%	0	34	64,2%	0	15	28,3%	0	0	0,0%
1	3	5,7%	1	14	26,4%	1	36	67,9%	1	9	17,0%
2	37	69,8%	2	5	9,4%	2	2	3,8%	2	44	83,0%
3	13	24,5%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%
53			53			53			53		

VALUTAZIONE MEDIA
STD Co-creating Paradigma
Dolomiti

0,78/3

Comunicazione dati			Capitale umano			Social accountability		
DOLOMITI			DOLOMITI			DOLOMITI		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	52	98,1%	0	48	90,6%	0	48	90,6%
1	1	1,9%	1	5	9,4%	1	5	9,4%
2	0	0,0%	2	0	0,0%	2	0	0,0%
3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%
53			53			53		

Rank dei 7 indicatori STD Co-creating

1. Creatività 94,3%
2. Com. struttura organizzativa 83,0%
3. Climate-sensitive 9,4%
4. Digitalizzazione 3,8%
5. Capitale umano 0,0%
6. Social accountability 0,0%
7. Comunicazione dati 0,0%

NB: i risultati di ricerca sui 7 indicatori STD Co-creating Paradigma sono pubblicati per ciascuna OGD allo scopo di apprendere in solo colpo d'occhio punti di forza e di debolezza.

JESOLO ERACLEA

14 URL

Creatività			Climate-sensitive			Digitalizzazione			Governance		
JESOLO ERACLEA			JESOLO ERACLEA			JESOLO ERACLEA			JESOLO ERACLEA		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	0	0,0%	0	8	57,1%	0	6	42,9%	0	0	0,0%
1	3	21,4%	1	4	28,6%	1	6	42,9%	1	4	28,6%
2	7	50,0%	2	2	14,3%	2	2	14,3%	2	9	64,3%
3	4	28,6%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	1	7,1%
14			14			14			14		

VALUTAZIONE MEDIA
STD Co-creating Paradigma
Jesolo Eraclea

0,87/3

Dati			Capitale umano			Social accountability		
JESOLO ERACLEA			JESOLO ERACLEA			JESOLO ERACLEA		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	14	100,0%	0	10	71,4%	0	10	71,4%
1	0	0,0%	1	3	21,4%	1	4	28,6%
2	0	0,0%	2	1	7,1%	2	0	0,0%
3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%
14			14			14		

- Rank dei 7 indicatori STD Co-creating**
1. Creatività 78,6%
 2. Com. struttura organizzativa 71,4%
 3. Climate-sensitive 14,3%
 4. Digitalizzazione 14,3%
 5. Capitale umano 7,1%
 6. Social accountability 0,0%
 7. Comunicazione dati 0,0%

NB: i risultati di ricerca sui 7 indicatori STD Co-creating Paradigma sono pubblicati per ciascuna OGD allo scopo di apprendere in solo colpo d'occhio punti di forza e di debolezza.

LAGO DI GARDA

35 URL

Creatività			Climate-sensitive			Digitalizzazione			Com. struttura organizzativa		
LAGO DI GARDA			LAGO DI GARDA			LAGO DI GARDA			LAGO DI GARDA		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	0	0,0%	0	29	82,9%	0	6	17,1%	0	0	0,0%
1	0	0,0%	1	4	11,4%	1	27	77,1%	1	3	8,6%
2	30	85,7%	2	2	5,7%	2	1	2,9%	2	32	91,4%
3	5	14,3%	3	0	0,0%	3	1	2,9%	3	0	0,0%
35			35			35			35		

VALUTAZIONE MEDIA
STD Co-creating Paradigma
Lago di Garda

0,81/3

Comunicazione dati			Capitale umano			Social accountability		
LAGO DI GARDA			LAGO DI GARDA			LAGO DI GARDA		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	35	100,0%	0	24	68,6%	0	29	82,9%
1	0	0,0%	1	11	31,4%	1	6	17,1%
2	0	0,0%	2	0	0,0%	2	0	0,0%
3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%
35			35			35		

Rank dei 7 indicatori STD Co-creating

1. Creatività 100,0%
2. Com. struttura organizzativa 91,4%
3. Climate-sensitive 5,7%
4. Digitalizzazione 2,9%
5. Capitale umano 0,0%
6. Social accountability 0,0%
7. Comunicazione dati 0,0%

NB: i risultati di ricerca sui 7 indicatori STD Co-creating Paradigma sono pubblicati per ciascuna OGD allo scopo di apprendere in solo colpo d'occhio punti di forza e di debolezza.

MONTAGNA VENETA

4 URL

Creatività			Climate-sensitive			Digitalizzazione			Com. struttura organizzativa		
MONTAGNA VENETA			MONTAGNA VENETA			MONTAGNA VENETA			MONTAGNA VENETA		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	0	0,0%	0	3	75,0%	0	0	0,0%	0	0	0,0%
1	0	0,0%	1	1	25,0%	1	4	100,0%	1	0	0,0%
2	2	50,0%	2	0	0,0%	2	0	0,0%	2	4	100,0%
3	2	50,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%
4			4			4			4		

VALUTAZIONE MEDIA
STD Co-creating Paradigma
Montagna Veneta

0,82/3

Rank dei 7 indicatori STD Co-creating

1. Creatività 100,0%
2. Com. struttura organizzativa 100,0%
3. Climate-sensitive 0,0%
4. Digitalizzazione 0,0%
5. Capitale umano 0,0%
6. Social accountability 0,0%
7. Comunicazione dati 0,0%

Comunicazione dati			Capitale umano			Social accountability		
MONTAGNA VENETA			MONTAGNA VENETA			MONTAGNA VENETA		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	4	100,0%	0	4	100,0%	0	4	100,0%
1	0	0,0%	1	0	0,0%	1	0	0,0%
2	0	0,0%	2	0	0,0%	2	0	0,0%
3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%
4			4			4		

NB: i risultati di ricerca sui 7 indicatori STD Co-creating Paradigma sono pubblicati per ciascuna OGD allo scopo di apprendere in solo colpo d'occhio punti di forza e di debolezza.

PADOVA

28 URL

Creatività			Climate-sensitive			Digitalizzazione			Com. struttura organizzativa		
PADOVA			PADOVA			PADOVA			PADOVA		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	0	0,0%	0	22	78,6%	0	3	10,7%	0	1	3,6%
1	4	14,3%	1	4	14,3%	1	21	75,0%	1	7	25,0%
2	17	60,7%	2	2	7,1%	2	4	14,3%	2	20	71,4%
3	7	25,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%
28			28			28			28		

VALUTAZIONE MEDIA
STD Co-creating Paradigma
Padova

0,85/3

Comunicazione dati			Capitale umano			Social accountability		
PADOVA			PADOVA			PADOVA		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	24	85,7%	0	20	71,4%	0	23	82,1%
1	4	14,3%	1	6	21,4%	1	2	7,1%
2	0	0,0%	2	1	3,6%	2	3	10,7%
3	0	0,0%	3	1	3,6%	3	0	0,0%
28			28			28		

Rank dei 7 indicatori STD Co-creating

1. Creatività 85,7%
2. Com. struttura organizzativa 71,4%
3. Digitalizzazione 14,3%
4. Social accountability 10,7%
5. Climate-sensitive 7,1%
6. Capitale umano 3,6%
7. Comunicazione dati 0,0%

NB: i risultati di ricerca sui 7 indicatori STD Co-creating Paradigma sono pubblicati per ciascuna OGD allo scopo di apprendere in solo colpo d'occhio punti di forza e di debolezza.

PEDEMONTANA VENETA E COLLI

12 URL

Creatività			Climate-sensitive			Digitalizzazione			Com. struttura organizzativa		
PEDEMONTANA VENETA			PEDEMONTANA VENETA			PEDEMONTANA VENETA			PEDEMONTANA VENETA		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	0	0,0%	0	10	83,3%	0	3	25,0%	0	0	0,0%
1	1	8,3%	1	2	16,7%	1	8	66,7%	1	2	16,7%
2	8	66,7%	2	0	0,0%	2	1	8,3%	2	10	83,3%
3	3	25,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%
12			12			12			12		

VALUTAZIONE MEDIA
STD Co-creating Paradigma
Pedemontana Veneta e Colli

0,77/3

Comunicazione dati			Capitale umano			Social accountability		
PEDEMONTANA VENETA			PEDEMONTANA VENETA			PEDEMONTANA VENETA		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	12	100,0%	0	10	83,3%	0	9	75,0%
1	0	0,0%	1	2	16,7%	1	3	25,0%
2	0	0,0%	2	0	0,0%	2	0	0,0%
3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%
12			12			12		

- Rank dei 7 indicatori STD Co-creating**
1. Creatività 91,7%
 2. Com. struttura organizzativa 83,3%
 3. Digitalizzazione 8,3%
 4. Social accountability 0,0%
 5. Climate-sensitive 0,0%
 6. Capitale umano 0,0%
 7. Comunicazione dati 0,0%

NB: i risultati di ricerca sui 7 indicatori STD Co-creating Paradigma sono pubblicati per ciascuna OGD allo scopo di apprendere in solo colpo d'occhio punti di forza e di debolezza.

PO E SUO DELTA

12 URL

Creatività			Climate-sensitive			Digitalizzazione			Com. struttura organizzativa		
PO E SUO DELTA			PO E SUO DELTA			PO E SUO DELTA			PO E SUO DELTA		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	0	0,0%	0	8	66,7%	0	6	50,0%	0	0	0,0%
1	1	8,3%	1	2	16,7%	1	5	41,7%	1	0	0,0%
2	8	66,7%	2	2	16,7%	2	1	8,3%	2	12	100,0%
3	3	25,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%
12			12			12			12		

VALUTAZIONE MEDIA
STD Co-creating Paradigma
Po e Suo Delta

0,87/3

Comunicazione dati			Capitale umano			Social accountability		
PO E SUO DELTA			PO E SUO DELTA			PO E SUO DELTA		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	10	83,3%	0	9	75,0%	0	9	75,0%
1	2	16,7%	1	2	16,7%	1	2	16,7%
2	0	0,0%	2	1	8,3%	2	1	8,3%
3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%
12			12			12		

- Rank dei 7 indicatori STD Co-creating**
1. Com. struttura organizzativa 100,0%
 2. Creatività 91,7%
 3. Climate-sensitive 16,3%
 4. Digitalizzazione 8,3%
 5. Social accountability 8,3%
 6. Capitale umano 8,3%
 7. Comunicazione dati 0,0%

RIVIERA DEL BRENTA E TERRA DEI TIEPOLO

4 URL

Creatività			Climate-sensitive			Digitalizzazione			Com. struttura organizzativa		
RIVIERA DEL BRENTA			RIVIERA DEL BRENTA			RIVIERA DEL BRENTA			RIVIERA DEL BRENTA		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	0	0,0%	0	2	50,0%	0	1	25,0%	0	0	0,0%
1	1	25,0%	1	1	25,0%	1	0	0,0%	1	0	0,0%
2	1	25,0%	2	1	25,0%	2	3	75,0%	2	4	100,0%
3	2	50,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%
4			4			4			4		

VALUTAZIONE MEDIA
STD Co-creating Paradigma
Riviera del Brenta e Terra dei Tiepolo

0,93/3

Comunicazione dati			Capitale umano			Social accountability		
RIVIERA DEL BRENTA			RIVIERA DEL BRENTA			RIVIERA DEL BRENTA		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	4	100,0%	0	4	100,0%	0	4	100,0%
1	0	0,0%	1	0	0,0%	1	0	0,0%
2	0	0,0%	2	0	0,0%	2	0	0,0%
3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%
4			4			4		

Rank dei 7 indicatori STD Co-creating

1. Com. struttura organizzativa 100,0%
2. Creatività 75,0%
3. Digitalizzazione 75,0%
4. Climate-sensitive 25,0%
5. Social accountability 0,0%
6. Capitale umano 0,0%
7. Comunicazione dati 0,0%

NB: i risultati di ricerca sui 7 indicatori STD Co-creating Paradigma sono pubblicati per ciascuna OGD allo scopo di apprendere in solo colpo d'occhio punti di forza e di debolezza.

TERME E COLLI

27 URL

Creatività			Climate-sensitive			Digitalizzazione			Com. struttura organizzativa		
TERME E COLLI			TERME E COLLI			TERME E COLLI			TERME E COLLI		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	0	0,0%	0	19	70,4%	0	6	22,2%	0	0	0,0%
1	1	3,7%	1	7	25,9%	1	20	74,1%	1	2	7,4%
2	20	74,1%	2	1	3,7%	2	1	3,7%	2	25	92,6%
3	6	22,2%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%
27			27			27			27		

VALUTAZIONE MEDIA
STD Co-creating Paradigma
Terme e Colli

0,79/3

Comunicazione dati			Capitale umano			Social accountability		
TERME E COLLI			TERME E COLLI			TERME E COLLI		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	27	100,0%	0	23	85,2%	0	24	88,9%
1	0	0,0%	1	3	11,1%	1	3	11,1%
2	0	0,0%	2	1	3,7%	2	0	0,0%
3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%
27			27			27		

- Rank dei 7 indicatori STD Co-creating**
1. Creatività 96,3%
 2. Com. struttura organizzativa 92,6%
 3. Digitalizzazione 3,7%
 4. Climate-sensitive 3,7%
 5. Capitale umano 3,7%
 6. Social accountability 0,0%
 7. Comunicazione dati 0,0%

NB: i risultati di ricerca sui 7 indicatori STD Co-creating Paradigma sono pubblicati per ciascuna OGD allo scopo di apprendere in solo colpo d'occhio punti di forza e di debolezza.

CITTA' D'ARTE E VILLE VENETE DEL TERRITORIO TREVIGIANO

38 URL

Creatività			Climate-sensitive			Digitalizzazione			Com. struttura organizzativa		
TERRITORIO TREVIGIANO			TERRITORIO TREVIGIANO			TERRITORIO TREVIGIANO			TERRITORIO TREVIGIANO		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	0	0,0%	0	26	68,4%	0	7	18,4%	0	0	0,0%
1	3	7,9%	1	11	28,9%	1	26	68,4%	1	10	26,3%
2	23	60,5%	2	1	2,6%	2	5	13,2%	2	28	73,7%
3	12	31,6%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%
38			38			38			38		

VALUTAZIONE MEDIA
STD Co-creating Paradigma
Città d'arte e ville venete del
territorio trevigiano

0,80/3

- Rank dei 7 indicatori STD Co-creating**
1. Creatività 92,1%
 2. Com. struttura organizzativa 73,7%
 3. Digitalizzazione 13,2%
 4. Climate-sensitive 2,6%
 5. Capitale umano 2,6%
 6. Social accountability 2,6%
 7. Comunicazione dati 0,0%

Comunicazione dati			Capitale umano			Social accountability		
TERRITORIO TREVIGIANO			TERRITORIO TREVIGIANO			TERRITORIO TREVIGIANO		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	38	100,0%	0	33	86,8%	0	31	81,6%
1	0	0,0%	1	4	10,5%	1	6	15,8%
2	0	0,0%	2	1	2,6%	2	1	2,6%
3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%
38			38			38		

NB: i risultati di ricerca sui 7 indicatori STD Co-creating Paradigma sono pubblicati per ciascuna OGD allo scopo di apprendere in solo colpo d'occhio punti di forza e di debolezza.

TERRE VICENTINE

33 URL

Creatività			Climate-sensitive			Digitalizzazione			Com. struttura organizzativa		
TERRE VICENTINE			TERRE VICENTINE			TERRE VICENTINE			TERRE VICENTINE		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	1	3,0%	0	31	93,9%	0	5	15,2%	0	1	3,0%
1	3	9,1%	1	2	6,1%	1	21	63,6%	1	3	9,1%
2	17	51,5%	2	0	0,0%	2	5	15,2%	2	28	84,8%
3	12	36,4%	3	0	0,0%	3	2	6,1%	3	1	3,0%
33			33			33			33		

VALUTAZIONE MEDIA
STD Co-creating Paradigma
Terre vicentine

0,84/3

Comunicazione dati			Capitale umano			Social accountability		
TERRE VICENTINE			TERRE VICENTINE			TERRE VICENTINE		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	32	97,0%	0	25	75,8%	0	24	72,7%
1	1	3,0%	1	5	15,2%	1	8	24,2%
2	0	0,0%	2	3	9,1%	2	1	3,0%
3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%
33			33			33		

- Rank dei 7 indicatori STD Co-creating**
1. Creatività 87,9%
 2. Com. struttura organizzativa 87,8%
 3. Digitalizzazione 21,3%
 4. Capitale umano 9,1%
 5. Climate-sensitive 6,1%
 6. Social accountability 3,0%
 7. Comunicazione dati 0,0%

NB: i risultati di ricerca sui 7 indicatori STD Co-creating Paradigma sono pubblicati per ciascuna OGD allo scopo di apprendere in solo colpo d'occhio punti di forza e di debolezza.

VENEZIA

58 URL

Creatività			Climate-sensitive			Digitalizzazione			Com. struttura organizzativa		
VENEZIA			VENEZIA			VENEZIA			VENEZIA		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	0	0,0%	0	50	86,2%	0	9	15,5%	0	0	0,0%
1	1	1,7%	1	6	10,3%	1	38	65,5%	1	3	5,2%
2	46	79,3%	2	2	3,4%	2	10	17,2%	2	55	94,8%
3	11	19,0%	3	0	0,0%	3	1	1,7%	3	0	0,0%
58			58			58			58		

VALUTAZIONE MEDIA
STD Co-creating Paradigma
Venezia

0,88/3

Comunicazione dati			Capitale umano			Social accountability		
VENEZIA			VENEZIA			VENEZIA		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	55	94,8%	0	28	48,3%	0	48	82,8%
1	3	5,2%	1	24	41,4%	1	9	15,5%
2	0	0,0%	2	6	10,3%	2	1	1,7%
3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%
58			58			58		

- Rank dei 7 indicatori STD Co-creating**
1. Creatività 98,3%
 2. Com. struttura organizzativa 94,8%
 3. Digitalizzazione 17,2%
 4. Capitale umano 10,3%
 5. Climate-sensitive 3,4%
 6. Social accountability 1,7%
 7. Comunicazione dati 0,0%

NB: i risultati di ricerca sui 7 indicatori STD Co-creating Paradigma sono pubblicati per ciascuna OGD allo scopo di apprendere in solo colpo d'occhio punti di forza e di debolezza.

VERONA

41 URL

Creatività			Climate-sensitive			Digitalizzazione			Com. struttura organizzativa		
VERONA			VERONA			VERONA			VERONA		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	0	0,0%	0	33	80,5%	0	6	14,6%	0	0	0,0%
1	3	7,3%	1	7	17,1%	1	27	65,9%	1	9	22,0%
2	27	65,9%	2	1	2,4%	2	8	19,5%	2	32	78,0%
3	11	26,8%	3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%
41			41			41			41		

VALUTAZIONE MEDIA
STD Co-creating Paradigma
Verona

0,83/3

Comunicazione dati			Capitale umano			Social accountability		
VERONA			VERONA			VERONA		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	40	97,6%	0	34	82,9%	0	29	70,7%
1	1	2,4%	1	5	12,2%	1	11	26,8%
2	0	0,0%	2	2	4,9%	2	1	2,4%
3	0	0,0%	3	0	0,0%	3	0	0,0%
41			41			41		

- Rank dei 7 Indicatori STD Co-creating**
1. Creatività 92,7%
 2. Com. struttura organizzativa 78,0%
 3. Digitalizzazione 19,5%
 4. Capitale umano 4,9%
 5. Climate-sensitive 2,4%
 6. Social accountability 2,4%
 7. Comunicazione dati 0,0%

NB: i risultati di ricerca sui 7 indicatori STD Co-creating Paradigma sono pubblicati per ciascuna OGD allo scopo di apprendere in solo colpo d'occhio punti di forza e di debolezza.

ECOSISTEMA DIGITALE VENETO

410 URL

Creatività			Climate-sensitive			Digitalizzazione			Com. struttura organizzativa		
TOTALE			TOTALE			TOTALE			TOTALE		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	1	0,2%	0	313	76,3%	0	85	20,7%	0	3	0,7%
1	29	7,1%	1	76	18,5%	1	269	65,6%	1	60	14,6%
2	280	68,3%	2	21	5,1%	2	52	12,7%	2	345	84,1%
3	100	24,4%	3	0	0,0%	3	4	1,0%	3	2	0,5%
410			410			410			410		

VALUTAZIONE MEDIA
STD Co-creating Paradigma
Ecosistema Digitale Veneto

0,82/3

Comunicazione dati			Capitale umano			Social accountability		
TOTALE			TOTALE			TOTALE		
Score	N.	%	Score	N.	%	Score	N.	%
0	398	97,1%	0	316	77,1%	0	337	82,2%
1	12	2,9%	1	77	18,8%	1	65	15,9%
2	0	0,0%	2	16	3,9%	2	8	2,0%
3	0	0,0%	3	1	0,2%	3	0	0,0%
410			410			410		

- Rank dei 7 indicatori STD Co-creating**
1. Creatività 92,7%
 2. Com. struttura organizzativa 84,6%
 3. Digitalizzazione 13,7%
 4. Climate-sensitive 5,1%
 5. Capitale umano 4,1%
 6. Social accountability 2,0%
 7. Comunicazione dati 0,0%

NB: i risultati di ricerca sui 7 indicatori STD Co-creating Paradigma sono pubblicati per ciascuna OGD allo scopo di apprendere in solo colpo d'occhio punti di forza e di debolezza.

QUADRO DI SINTESI E RANK DELLE METRICHE D'IMPATTO STD Co-creating PARADGIMA PER LE 17 OGD

METRICHE

0=assenza indicatore | 1=indicatore presente ma in modo insufficiente | 2=indicatore presente | 3=indicatore ben rappresentato

	OGD	URL	Creatività (0-3)	Climate-sensitive (0-3)	Digitalizzazione (0-3)	Comunicazione struttura organizzativa (0-3)	Comunicazione Dati (0-3)	Capitale umano (0-3)	Social accountability (0-3)	MEDIA
1	Verona	https://www.visitverona.it	3	2	2	2	0	0	1	1,43
2	Jesolo Eraclea	https://jesolo.it	2	1	2	2	0	1	1	1,29
3	Riviera del Brenta	https://www.larivieradelbrenta.it/	3	2	2	2	0	0	0	1,29
4	Bibione e San Michele al Tagliamento	https://www.bibione.com	3	0	1	2	0	0	1	1,00
5	Cavallino-Treporti	https://www.visitcavallino.com	2	1	1	2	0	0	1	1,00
6	Dolomiti	https://www.visitdolomitibellunesi.com/it	2	1	1	2	0	0	1	1,00
7	Po e suo Delta	https://www.visitdeltapo.it/	2	0	1	2	0	1	1	1,00
8	Padova	https://www.turismopadova.it/	2	2	1	1	0	0	1	1,00
9	Vicenza	https://www.vicenzae.org	1	0	1	2	0	1	2	1,00
10	Venezia	https://www.veneziaunica.it/	2	1	1	2	0	0	1	1,00
11	Caorle	https://caorle.eu	2	0	1	2	0	0	1	0,86
12	Pedemontana Veneta e Colli	http://visitpedemontana.com	3	0	1	2	0	0	0	0,86
13	Chioggia	https://www.visitchioggia.com	3	1	0	1	0	0	0	0,71
14	Lago di Garda	https://lagodigardaveneto.com/	2	0	1	2	0	0	0	0,71
15	Terme e Colli	https://www.visitabanomontegrotto.com	3	0	0	2	0	0	0	0,71
16	Città d'arte e ville venete del territorio trevigiano	https://visittreviso.it	3	0	0	2	0	0	0	0,71

L'OGD Montagna Veneta non ha online, per il momento, un portale di destinazione

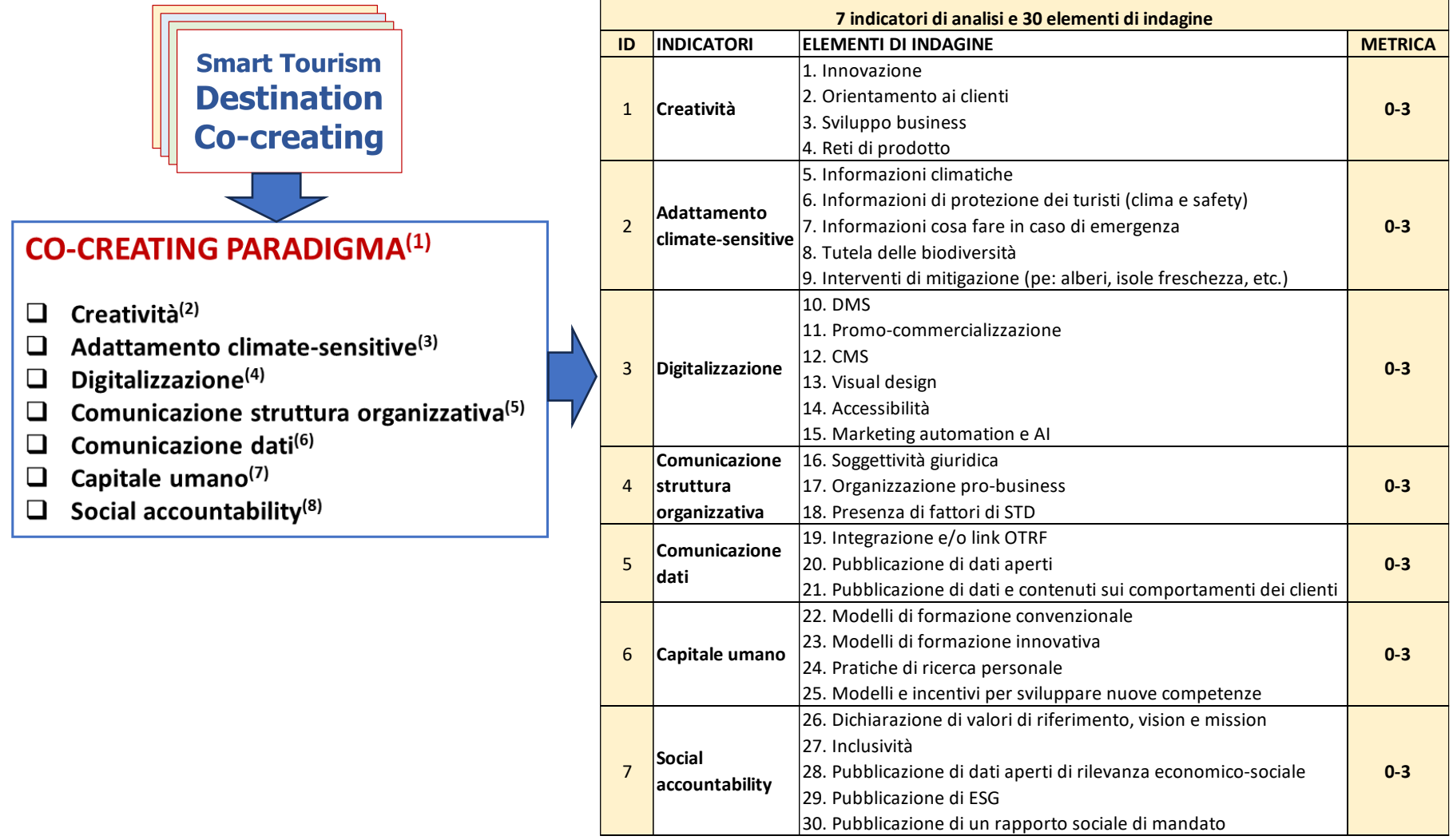


**SMART
TOURISM
DESTINATIONS**

**Ecosistema Digitale
dell'offerta turistica
del Veneto**

HIGHLIGHTS

RISULTATI DI RICERCA



SEO Authority dell'ecosistema digitale 32/100

Cluster con punteggio più elevato di SEO Authority

1. Miti (42/100)
2. MICE & Sistemi (38/100)
3. Mare (38/100)

Cluster con punteggio meno elevato di SEO Authority

1. Cicloturismo (20/100)
2. Enogastronomia (28/100)
3. Hospitality (28/100)

Cluster con la maggior crescita nel 2023

1. Città d'arte (+4)
2. Verde (+4)
3. Lago e Mare (+1)

Cluster con il calo più elevato nel 2023

1. Venezia (-3)
2. Cicloturismo (-3)
3. MICE & Sistemi (-2)

Analisi SWOT

Punti di forza

- Buone performance tecniche da desktop e mobile
- Buon punteggio di SEO Authority
- Buon punteggio di accessibilità per i soggetti fragili

Punti di debolezza

- Scarso engagement sui social network (Facebook e Instagram)
- Scarsa pubblicazione di riferimenti al territorio
- Siti web nella maggior parte dei casi solo in italiano e in inglese
- Assenza di tool di marketing automation
- Assenza di sistemi di commercializzazione

Cluster con più punti di forza

1. Venezia
2. Montagna
3. Mare

Cluster con più punti di debolezza

1. Città d'arte
2. Enogastronomia
3. Cicloturismo
4. Hospitality

I 7 indicatori STD Co-creating Paradigma applicati alle 410 URL dell'Ecosistema Digitale turistico del Veneto

1. **Creatività 2,17/3**

2. **Comunicazione struttura organizzativa 1,85/3**

3. **Digitalizzazione 0,93/3**

4. **Adattamento Climate-sensitive 0,29/3**

5. **Capitale umano 0,27/3**

6. **Social accountability 0,19/3**

7. **Comunicazione dati 0,02/3**

STD Co-creating Paradigma POSITIVO per

- «Creatività» grazie a capacità visibile di innovazione, orientamento ai clienti e sviluppo business
- «Comunicazione struttura organizzativa» perché in media dati e informazioni sull'organizzazione sono comunicati in modo chiaro

STD Co-creating Paradigma SUFFICIENTE per

- «Digitalizzazione» grazie a presenza di sistemi di promo-commercializzazione, integrazione con DMS, CMS utilizzati e visual design. Si registra anche assenza di tool di marketing automation e AI e un livello di accessibilità non ottimale

STD Co-creating Paradigma INSUFFICIENTE per

- «Comunicazione dati» perché in media dati e informazioni dei soggetti pubblici e privati della OGD sulle performance turistiche sono comunicati poco o per niente, forse delegando solo all'Osservatorio Turistico Regionale Federato
- «Social accountability» a causa di una mancanza generale di rendiconti o bilanci sociali di mandato
- «Capitale umano» a causa dell'assenza di policy comunicate per valorizzazione del capitale umano
- «Adattamento Climate-sensitive» a causa di assenza di informazioni climatiche e di protezione dei turisti o delle istruzioni in caso di avvenimenti estremi.

STD Co-creating Paradigma Veneto 0,82/3

Indicatori STD Co-creating performanti

1. Creatività 2,17/3
2. Governance 1,85/3
3. Digitalizzazione 0,93/3

Indicatori STD Co-creating da migliorare

1. Dati 0,02/3
2. Social accountability 0,19/3
3. Capitale umano 0,27/3
4. Adattamento climate-sensitive 0,29/3

I 3 portali OGD più performanti

1. Visitverona.it 1,43
2. Jesolo.it 1,29
3. Larivieradelbrenta.it 1,29

I 4 portali OGD meno performanti

1. Visittreviso.it 0,71
2. Visitabanomontegrotto.it 0,71
3. Lagodigardaveneto.com 0,71
4. Visitchioggia.com 0,71

RANKING STD Co-creating Paradigma

Rank	CLUSTER	Es* / Ps**	MEDIA
1	MICE & Sistemi	Ps**	0,97/3
2	Mare	Es*	0,94/3
3	Venezia	Es*	0,90/3
4	Montagna	Es*	0,88/3
5	Miti	Ps**	0,87/3
6	Enogastronomia	Ps**	0,87/3
7	Città d'arte	Es*	0,86/3
8	Lago	Es*	0,84/3
9	Verde	Es*	0,84/3
10	Hospitality	Ps**	0,76/3
11	Terme	Es*	0,76/3
12	Cicloturismo	Ps**	0,62/3

*Cluster esperienza ** Cluster prodotto-servizio

STD Co-creating Paradigma Veneto 0,82/3

Indicatori STD Co-creating performanti nelle OGD

1. Creatività 2,17/3
2. Governance 1,85/3
3. Digitalizzazione 0,93/3

Indicatori STD Co-creating da migliorare nelle OGD

1. Dati 0,02/3
2. Social accountability 0,19/3
3. Capitale umano 0,27/3
4. Adattamento climate-sensitive 0,29/3

I 3 OGD più performanti

1. Visitverona.it 1,43
2. Jesolo.it 1,29
3. Larivieradelbrenta.it 1,29

I 4 portali OGD meno performanti

1. Visittreviso.it 0,71
2. Visitabanomontegrotto.it 0,71
3. Lagodigardaveneto.com 0,71
4. Visitchioggia.com 0,71

RANKING STD Co-creating Paradigma PER OGD

Rank	OGD	MEDIA	Rank	OGD	MEDIA
1	Cavallino-Treporti	0,96/3	13	Terre trevigiane	0,80/3
2	Riviera del Brenta	0,93/3	14	Terme e Colli	0,79/3
3	Venezia	0,88/3	15	Chioggia	0,78/3
4	Jesolo Eraclea	0,87/3	16	Dolomiti	0,78/3
5	Po e Suo Delta	0,87/3	17	Bibione e San Michele	0,78/3
6	Caorle	0,86/3	18	Pedemontana Veneta	0,77/3
7	Padova	0,85/3			
8	Terre vicentine	0,84/3			
9	Verona	0,83/3			
10	Montagna Veneta	0,82/3			
11	Veneto	0,82/3			
12	Lago di Garda	0,81/3			

METRICHE INDICATORI

- 0=assenza indicatore
 1=indicatore presente ma insufficiente
 2=indicatore presente
 3=indicatore ben rappresentato

Le tre OGD più vicine al STD Co-creating Paradigma sono Cavallino Treporti, Riviera del Brenta e Venezia.

Le quattro OGD al momento più distanti da STD Co-creating Paradigma sono Chioggia, Dolomiti, Bibione e San Michele al Tagliamento e Pedemontana Veneta.

Il miglioramento sembra necessario soprattutto per gli indicatori con metrica più bassa in particolare:

- Adattamento-climate sensitive
- Comunicazione dati
- Capitale umano
- Social accountability.

Team di lavoro



Marco Antonioli
Sociologo, capo analista
in small e big data



Emanuela Bussu
Digital advisor e
data analyst



Giuseppe Giaccardi
Consulente di strategia e
organizzazione



Maddalena Penna
Economista, analista in
destinazioni e imprese turistiche

Grazie per l'attenzione

SGA Studio
Giaccardi
& Associati
Consulenti di Direzione e Data Analyst

Founded
1999



311

Ricerche economiche, sociali
e di mercato per progetti di
sviluppo di imprese e territori

Questo elaborato è un prodotto originale dello
Studio Giaccardi & Associati – Consulenti di Direzione e Data Analyst
© All Rights Reserved, Ravenna 21 settembre 2023.

+39 335 7368151 | +39 335 7368152 | +39 335 7368153
info@giaccardiassociati.it

www.giaccardiassociati.it