

STRATEGIA DI SVILUPPO LOCALE 2014 – 2020 GAL TERRA DEI MESSAPI “ARTHAS”

INTERVENTO A REGIA DIRETTA GAL "TERRA DEI MESSAPI"

PSR PUGLIA 2014/2020 - MISURA 19 - Azione 19.2 - Strategia di Sviluppo Locale
(d'ora in avanti SSL) GAL Terra dei Messapi “Arthas” - Azione 2 “Qualificazione
di una offerta turistica per accrescere l’attrattività territoriale”

**SOTTOINTERVENTO 2.4.C – Sviluppo di soluzioni software che incentivino la
fruizione stagionale del territorio con nuove modalità di fruizione territoriale,
in piena autonomia e sicurezza, in linea con le ultime indicazioni OMS in tema
di turismo post COVID” – CUP: B59D20006880002 – CIG 93687801D6**

ALLEGATO 1 CAPITOLATO TECNICO

Approvato dal Consiglio di Amministrazione nella seduta del 01 Luglio 2022

Dott. Agr. Sergio Botrugno
Presidente Gal “Terra Dei Messapi”

Allegato 1 – Capitolato Tecnico

Sviluppo di soluzioni software per la fruizione stagionale del territorio

Sommario

1	Premessa	3
2	Oggetto della fornitura	3
3	Caratteristiche della fornitura	4
	3.1 L'APP	4
	3.2 PORTALE TURISTICO	7
	3.3 ATTIVITÀ DI MARKETING E COMUNICAZIONE	8
4	Durata del contratto	8
5	Corrispettivo e prezzo	8
6	Modalità di esecuzione	9
7	Obblighi e responsabilità	11
8	Titolarità del software, dei dati, obbligo di riservatezza e tutela della privacy	11
9	Obbligo di riservatezza	11

Allegato 1 – Capitolato Tecnico

Sviluppo di soluzioni software per la fruizione stagionale del territorio

1 Premessa

Con il presente intervento si chiude il ciclo di attività da cui prende vita lo Smart Land Terra dei Messapi. Un percorso complesso di migrazione da destinazione territoriale a destinazione turistica sostenibile e coordinata, in grado di offrire un servizio più completo al turista attraverso la messa in rete e la valorizzazione dell'offerta locale pubblica e privata, anche tramite l'uso di nuove tecnologie.

Tenendo presente le possibili modifiche che la pandemia ha portato sul mercato turistico globale, l'obiettivo è accrescere l'attrattività territoriale e l'accessibilità alle informazioni in chiave turistica. Da un lato valorizzando gli aspetti tradizionali e fisici, dall'altro, con lo sguardo rivolto verso l'innovazione e le tecnologie digitali, potenziale punto di differenziazione tra i competitor di settore.

Per l'implementazione dello Smart Land Terra dei Messapi il territorio sarà equipaggiato con soluzioni tecnologiche in grado di analizzare le esigenze del turista in tempo reale e metterle in contatto con l'offerta locale.

Il ruolo dominante che giocano gli smartphone nella nostra vita quotidiana spinge sempre più gli enti che si occupano di governance territoriale ad adottare soluzioni mobile friendly come canale preferito per interagire con gli utenti/turisti. In un paese come l'Italia, poi, dove circa il 12% del PIL viene dal settore turismo, le applicazioni software si rivelano strumenti fondamentali, sia in termini di ottimizzazione dei canali di comunicazione, sia in termini di ritorno economico.

2 Oggetto della fornitura

Con l'obiettivo di trasformare il territorio in Smart Land, attraverso lo **sviluppo di un nuovo ecosistema digitale** oggetto della presente procedura, il GAL intende promuovere l'offerta locale in un'ottica di Sistema Turistico Locale Sostenibile, la cui definizione prevede l'interazione tra operatori e fruitori.

In questo processo di valorizzazione del patrimonio turistico rurale, i Gruppi di Azione Locale sono chiamati a svolgere un ruolo di coordinamento e indirizzo dei processi di sviluppo del territorio rurale mediando tra esigenze degli operatori locali e linee di indirizzo strategico regionale e nazionale.

Nell'ambito degli interventi a regia diretta, (2.4, 3.2 e 4.1) della Strategia di Sviluppo Locale 2014/2020, il GAL Terra dei Messapi Srl realizzerà strumenti innovativi a supporto della popolazione locale utili a migliorare l'esperienza di fruizione del territorio oltre che la

Allegato 1 – Capitolato Tecnico

Sviluppo di soluzioni software per la fruizione stagionale del territorio

diffusione di informazioni legate al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo territoriale da parte del GAL attraverso agli interventi finanziati dal programma LEADER e le politiche comunitarie.

In questo processo di trasformazione della destinazione in *Smartland*, gli attori locali (agriturismi, artigiani, ristoratori, attività commerciali, operatori della ricettività, negozianti, Pro Loco, musei, infopoint, associazioni, ...) sono chiamati a svolgere un ruolo attivo. Pensare a un territorio in ottica *Smartland* significa aprirlo alla sperimentazione di strategie di sviluppo che, a partire dalle singole specificità, siano capaci di promuovere rapporti innovativi, anche attraverso l'uso della tecnologia, tra le diverse realtà socio-economiche e culturali presenti, attivando processi di valorizzazione delle eccellenze produttive, del patrimonio culturale, gastronomico e paesaggistico affinché essi possano evolvere dispiegando il loro potenziale in termini di attrattività turistica.

L'infrastruttura digitale turistica della Terra dei Messapi intende raggiungere un duplice obiettivo. Da un lato, aggregare su un unico luogo l'offerta locale. Su un'unica piattaforma, il portale turistico precisamente, il turista potrà trovare tutte le informazioni – sempre aggiornate – su eventi, servizi, operatori, ed esperienze turistiche. Dall'altro, attraverso l'App, offrire al turista una soluzione di visita del territorio originale e immersiva che non trascuri l'aspetto fisico e tradizionale del territorio, anzi, che riesca a valorizzarne le peculiarità attraverso nuove tecnologie come la Realtà Aumentata e Virtuale.

Il nuovo ecosistema digitale della Terra dei Messapi sarà un punto di riferimento che funga da aggregatore per tutto ciò che di virtuoso il territorio ha da offrire. Un modo, in sostanza, per fornire visibilità e navigabilità a quelli che sono i nostri contenuti in modo tale che l'utente abbia tutto a portata di mano.

3 Caratteristiche della fornitura

3.1 L'App

È l'output principale su cui ruota l'intero intervento 2.4 con i relativi sotto interventi. L'applicazione mobile, per sistemi operativi Android e iOS, ha l'obiettivo di valorizzare il territorio puntando su uno storytelling coinvolgente e innovativo, sfruttando un sistema di **gamification** che permetta all'utente di accumulare **coupon** spendibili presso gli operatori privati della rete GAL Terra dei Messapi.

Tramite l'App i turisti avranno sempre a disposizione, gratuitamente, contenuti per scoprire il patrimonio turistico-culturale del territorio, tramite i loro dispositivi portatili (smartphone e tablet). Uno strumento a supporto del viaggio alla scoperta della Terra dei Messapi che offre

Allegato 1 – Capitolato Tecnico

Sviluppo di soluzioni software per la fruizione stagionale del territorio

un'esperienza turistica autonoma, originale, immersiva e, al tempo stesso sicura e in linea con i nuovi trend turistici post COVID.

Un supporto informativo digitale "sempre a portata di mano" dove trovare le informazioni più importanti sulla destinazione "Terra dei Messapi" e i servizi che essa offre. L'App, inoltre, in modalità gaming farà scoprire il territorio come se l'utente giocasse ad un video gioco. Percorsi narrati ed esperienziali attraverso cui si sbloccheranno contenuti e premi quando saranno raggiunti determinati luoghi e completati gli obiettivi di gioco. Attraverso logica della caccia al tesoro si darà un motivo in più all'utente di utilizzare l'App per completare missioni e aumentare la sua possibilità di ricevere premi o sconti che potranno essere conservati in un "Wallet" digitale. Questi coupon univoci saranno convertiti in promozioni, sconti e/o gadget da ritirare e beneficiare direttamente in loco incentivando una fruizione "sostenibile" di tutto il territorio.

L'app dovrà, dunque, essere utilizzata in due modalità differenti:

- profilo turista attraverso cui utilizzare scoprire, in modalità gaming, gli itinerari / punti di interesse della Terra di Messapi e "raccolgere" i premi (coupon);
- profilo operatore attraverso cui validare i coupon raccolti dal turista durante le "missioni" del gioco;

Gli itinerari tematici saranno indicati in una mappa interattiva che guiderà il visitatore lungo i percorsi, suggerendo attività ed esperienze da vivere nelle sue prossimità grazie alla localizzazione GPS. Ispirandosi al famoso gioco *Pokemon Go*, l'App dovrà permettere di percorrere gli itinerari in modalità **Caccia al tesoro**. L'utente, infatti, potrà collezionare dei **coupon** (alfanumerici o Qr Code, univoci) "catturandoli" tramite la fotocamera del proprio smartphone o tablet e conservarli in una sezione dedicata. Ad ogni coupon corrisponderà una promozione o un'offerta speciale messe a disposizione dagli operatori locali aderenti alla Rete del GAL TdM.

L'utilizzo dell'App da parte dell'utente dovrà consentire l'accesso a dati anonimi attraverso i quali il GAL potrà ottenere informazioni come, a titolo d'esempio: luoghi maggiormente visitati, presenze sul territorio, sistema operativo utilizzato dal turista, ecc. Tutte queste statistiche potranno essere utilizzate, nel rispetto della privacy degli utenti, come base per i futuri interventi di sviluppo territoriale da parte del GAL e utili alla programmazione dell'offerta turistica nelle quattro stagioni. Questi dati dovranno poter essere tradotti in formato open (secondo gli standard AGID) e dovranno poter implementare automaticamente anche i dataset del portale open data che il GAL sta realizzando su un altro intervento.

Allegato 1 – Capitolato Tecnico

Sviluppo di soluzioni software per la fruizione stagionale del territorio

L'app, dovrà prevedere almeno **8 livelli di gioco tradotti anche in lingua inglese**, uno per ciascun Comune del territorio GAL, che avranno inizio in un punto specifico.

L'esperienza di visita virtuale inizierà da questi punti specifici corrispondenti ad arredi urbani realizzati attraverso un altro intervento (2.4.B). Questi touchpoints (vedi Figura 1 di seguito) avranno la forma di una porta, alta circa tre metri, e saranno installati nelle piazze principali dei Comuni della Terra dei Messapi. La loro forma intende richiamare concettualmente "l'ingresso" nello Smartland e dovrà avviare l'esperienza virtuale dell'App. A titolo esemplificativo, scansionando un marker posizionato sull'arredo urbano, il visitatore accederà ai contenuti in **Realtà Aumentata** (un personaggio di fantasia che accoglie il turista nel mondo virtuale narrando la storia del luogo in cui si trova in quel momento e che lo introduca nell'avventura alla scoperta dell'itinerario). Questa virtualizzazione servirà ad introdurre il turista alla caccia al tesoro attraverso cui sbloccare contenuti multimediali (audio e video) e coupon regalo.

Nella progettazione sarà importante tener presente che l'app dovrà:

- essere altamente desiderabile dal turista;
- offrire un'ulteriore motivazione per scoprire il territorio;
- coinvolgere tutti e 8 i Comuni dell'area GAL rendendo unica ogni tappa;
- stimolare un coinvolgimento attivo stimolando un processo di content sharing;
- sviluppare percorsi personalizzati (ad esempio il "testimonial" in Realtà aumentata potrà presentarsi accogliendo il turista e chiamandolo per nome);



Figura 1 - Arredo urbano simile a quello che il GAL installerà nei Comuni e che sarà parte integrante dell'esperienza turistica che sarà progettata da quest'intervento.

Al fine di puntare su un turismo di tipo esperienziale, potranno essere creati collegamenti tra i luoghi visitati e prodotti ad esso collegati (ad esempio, la visita di un frantoio ipogeo potrà sbloccare un coupon che dà diritto alla degustazione gratuita di olio o allo sconto per il suo acquisto in un oleificio convenzionato). In alternativa altre esperienze potranno riguardare corsi di cucina di piatti tipici, laboratori esperienziali di artigianato locale, degustazioni o altre attività strettamente connesse al territorio e volte a offrire al visitatore un'esperienza di viaggio coinvolgente ed emozionante, tesa a creare un legame più intimo e personale con le persone, la storia e le tradizioni di un luogo.

Allegato 1 – Capitolato Tecnico

Sviluppo di soluzioni software per la fruizione stagionale del territorio

Gli operatori locali, invece, avranno accesso ad un'area a loro dedicata in cui potranno convalidare i coupon catturati dai turisti, contribuendo così ad implementare le statistiche sui flussi del turismo rurale tutto l'anno.

Tutte le informazioni sui punti di interesse e gli operatori saranno contenute nel **sito web** dedicato all'offerta turistica locale e dove il turista potrà, ancor prima di arrivare a destinazione, consultare l'offerta e selezionare in un proprio profilo le attività preferite salvandole in una "wish list". Nel sito ogni operatore avrà una vetrina con descrizione testuale e file multimediali oltre ai link ai propri canali personali e profili social.

3.2 Portale turistico

L'App mobile iOS e Android sarà accompagnata da un sito web responsive che agevoli la prima parte della Tourist Customer Journey (dove il turista sviluppa il sentimento di consapevolezza, considerazione interesse verso la meta del viaggio). Consultazione dei contenuti anche da parte degli utenti e sostenga le attività di marketing digitale (campagne promozionali, DEM, ecc.). Oltre ad essere un insostituibile biglietto da visita on line, un sito è uno strumento indispensabile per rafforzare la brand identity, agevolare le attività di posizionamento dell'App sugli store e nella mente del potenziale fruitore.

Il sito raccoglierà le informazioni turistiche principali già contenute nella sezione "turismo" del portale www.terradeimessapi.it e di seguito riportate:

- Dove Dormire
- Dove Mangiare
- Cosa Visitare
- Prodotti Locali
- Da Non Perdere
- Servizi

Il sito, inoltre, conterrà tutte le proposte di itinerari ed esperienze turistiche con le relative mappe e i punti di interesse, filtrabili in base a categorie, tempo che il turista intende dedicare alla visita, giorno della settimana, tempo e modalità di percorrenza, ecc.

I testi già presenti nell'attuale sezione "Turismo" del portale GAL TdM dovranno essere riscritti al fine di rendere i contenuti più leggibili e le proposte turistiche più appetibili.

Il sito dovrà inoltre contenere una sezione dedicata ad informare l'utenza dell'esistenza dell'App e fornire le istruzioni sul suo utilizzo (a titolo esemplificativo, video informativi promozionali, grafiche e video in motion graphic che potranno essere anche utilizzati nella comunicazione per promuovere il download dell'App).

Allegato 1 – Capitolato Tecnico

Sviluppo di soluzioni software per la fruizione stagionale del territorio

Tutti gli output del presente intervento sono orientati principalmente a turisti, anche stranieri. Per questo motivo nella formulazione dell'offerta l'azienda dovrà prevedere la realizzazione e la traduzione di contenuti (testuali e audio) anche in lingua inglese.

3.3 Attività di marketing e comunicazione

Per incentivare il download e l'utilizzo dell'App si dovrà studiare un apposito **Piano di comunicazione e marketing** per la fase di lancio e lo start-up.

Questo strumento rappresenta uno strumento indispensabile nella fase di lancio dell'App contenente metodologie, strumenti e attività, ai fini di promuovere efficacemente l'utilizzo da parte di operatori e turisti. Il piano di comunicazione e marketing consente di avere dei punti di riferimento da seguire in tutte le attività di comunicazione e promozione e di conoscere il mercato di riferimento e i propri competitors, definendo i punti di forza su cui puntare e differenziarsi. Le attività di comunicazione dovranno puntare sulla creazione della brand awareness, brand reputation e customizzare contenuti e servizi erogati tramite l'App per una comunicazione efficace.

Il Piano dovrà:

- Promuovere il download e l'utilizzo dell'app da parte dei turisti;
- promuovere la consultazione dei contenuti del portale (nella fase di ideazione e programmazione del viaggio);
- ideare strumenti operativi che incentivino l'utilizzo dell'ecosistema digitale "Smartland TDM" da parte delle attività aderenti alla Carta Servizi Turistici di Qualità del GAL TdM;

Tutti le soluzioni proposte dovranno anche essere sostenute economicamente dall'azienda offerente;

4 Durata del contratto

Il contratto decorrerà dalla relativa data di sottoscrizione fino al completamento del servizio da eseguirsi, comunque, entro la data del **30/06/2023**, salvo eventuali proroghe o diverse esigenze del GAL che saranno tempestivamente comunicate alla ditta/società appaltatrice.

5 Corrispettivo e prezzo

L'importo dell'appalto a base di gara è pari a **€ 125.000,00** (oltre IVA come per legge, ove dovuto).

Allegato 1 – Capitolato Tecnico

Sviluppo di soluzioni software per la fruizione stagionale del territorio

Tale importo è comprensivo di tutte le spese occorrenti per l'erogazione dei servizi, nonché di tutti gli oneri, spese e prestazioni ad essa inerenti.

Risorse FEASR – PSR Puglia 2014/2020 - Misura 19 “Sostegno allo sviluppo locale LEADER” - Sottomisura 19.2 “Sostegno all'esecuzione degli interventi nell'ambito degli interventi della Strategia di Sviluppo Locale di tipo partecipativo”.

6 Modalità di esecuzione

La realizzazione dell'App e delle relative attività di marketing dovrà tener conto di fasi propedeutiche all'implementazione dello stesso contenitore virtuale di dati. Sarà indispensabile prevedere il coinvolgimento diretto, come nella natura stessa delle politiche LEADER attuate dal GAL, della popolazione locale a più livelli (cittadinanza attiva, associazioni, operatori economici, Istituzioni Pubbliche e altri stake holders territoriali).

FASE 1 – Analisi del contesto di riferimento e definizione della strategia di marketing;

FASE 2 – Sviluppo dell'App e del sito contenuti multimediali;

FASE 3 – Pubblicazione dell'App e del sito on line e bug fixing;

FASE 4 – Lancio ufficiale di App e sito web e attività di promozione e comunicazione;

FASE 5 – Monitoraggio e controllo del software,

Prima fase – Analisi del contesto di riferimento e definizione della strategia di marketing

Attraverso il supporto del GAL, in qualità di conoscitore dell'offerta territoriale dell'area Terra dei Messapi, l'azienda aggiudicataria dovrà supportare le attività di marketing strategico come l'identificazione dei target di turisti/cittadini attraverso un'analisi di mercato per identificare e profilare la domanda turistica.

In questa fase verranno sviluppate attività propedeutiche allo sviluppo dell'app e del sito come l'analisi del contesto di riferimento, identificazione degli obiettivi e definizione delle strategie di marketing.

Oltre a queste attività partiranno anche altre azioni che accompagneranno l'intera durata dello sviluppo dell'App, la sua implementazione, lancio e start-up quali l'attuazione del piano marketing, il monitoraggio e analisi dei risultati.

Seconda fase – Sviluppo dell'App e dei contenuti multimediali

Allegato 1 – Capitolato Tecnico

Sviluppo di soluzioni software per la fruizione stagionale del territorio

1. **Creazione di un prototipo:** prima di passare allo sviluppo vero e proprio, gli sviluppatori creano un prototipo per capire quale sarà l'interfaccia dell'App e del Sito, quale esperienza utente regalerà agli utilizzatori, quali saranno i colori, i font e lo stile;
2. **Sviluppo dell'App:** se il prototipo viene approvato dal committente (GAL), si passa allo sviluppo vero e proprio con la scrittura del codice, la creazione di back-end (database e lato server) e front-end (ciò che vedrà l'utente);
3. **Test:** la fase conclusiva dello sviluppo è il test prima della diffusione per capire se ci sono degli errori in fase di esecuzione, eliminando i malfunzionamenti prima di lanciarla sul mercato che possono riguardare funzionalità, esperienza utente o prestazioni;

Terza fase – Pubblicazione dell'App on line e bug fixing

In questa fase l'App potrà essere distribuita attraverso gli store contestualmente all'attività di marketing che ne promuoverà l'utilizzo e quindi il download permettendo agli utenti di venirne a conoscenza. Contestualmente il sito sarà testato in modalità off line e riempito di tutti i contenuti già presenti nella sezione turismo del sito www.terradeimessapi.it;

Quarta fase – Lancio ufficiale e attività di promozione e comunicazione interna

L'App e il sito sono state già testate in versioni beta e hanno superato il controllo funzionale. Possono a questo punto essere promosse dalle attività di comunicazione e marketing che prenderanno il via in questa fase.

Quinta fase – Monitoraggio e controllo del software, e verifica delle funzionalità

Dopo circa un mese dal lancio ufficiale dell'App e del sito il committente, in condivisione con l'azienda appaltante, definirà i KPI (Key Performance Indicators) più idonei per capire se l'App sta raggiungendo gli obiettivi previsti a livello strategico. Sarà importante l'implementazione di un cruscotto grafico che aiuti l'interpretazione dei dati anche da parte del personale del GAL. Questo strumento di controllo dovrà consentire la verifica dei seguenti parametri minimi:

- Numero di download;
- Punteggio sui marketplace;
- Utenti attivi mensili, settimanali e giornalieri
- Durata delle sessioni
- Flusso di comportamento (google analytics)
- Utilizzo di coupon medio per utente
- Quota di mercato (rispetto alle app della stessa categoria)

Allegato 1 – Capitolato Tecnico

Sviluppo di soluzioni software per la fruizione stagionale del territorio

7 Obblighi e responsabilità

L'aggiudicatario si obbliga:

- ad erogare il servizio nel rispetto delle prescrizioni stabilite dal presente capitolato;
- a eseguire, con tempestività, ogni intervento richiesto dal GAL al fine di garantire la sua normale attività lavorativa;
- ad assumere in proprio ogni responsabilità in caso di infortuni o di danni arrecati eventualmente a persone o cose tanto del GAL che di terzi, a causa di manchevolezze o trascuratezze nell'esecuzione delle prestazioni oggetto dell'appalto;
- ad accettare tutte le condizioni previste dal presente capitolato.

8 Titolarità del software, dei dati, obbligo di riservatezza e tutela della privacy

Ai sensi dell'articolo 69 del Codice dell'Amministrazione digitale, al termine del contratto la proprietà intellettuale sulla soluzione informatica oggetto di sviluppo competerà all'amministrazione committente; tutti i diritti d'autore sul software sviluppato verranno trasferiti, a seguito del completamento dell'opera, all'amministrazione committente che ne diverrà titolare; tutti i diritti di sfruttamento economico sul software oggetto del contratto competono all'amministrazione committente (GAL Terra dei Messapi).

9 Obbligo di riservatezza

La Ditta aggiudicataria si impegna a rispettare e a far rispettare ai propri dipendenti il vincolo di riservatezza su tutte le informazioni, i dati, le documentazioni e le notizie, in qualunque forma acquisite, che non siano di pubblico dominio o che siano ritenute dall'Ente non finalizzate alla pubblica diffusione.

La Ditta è tenuta al vincolo di riservatezza di cui al presente articolo anche successivamente alla conclusione del rapporto derivante dal contratto, e comunque finché le informazioni riservate non diventino di pubblico dominio.