



GIUNTA REGIONALE

DIPARTIMENTO TURISMO CULTURA E PAESAGGIO

PAR FSC ABRUZZO 2007-2013

Progetto “Gran Sasso d’Italia Experience” facente parte della Linea d’Azione I.3.3.a denominata “Elevare il grado di attrattività turistica territoriale mediante la realizzazione, conservazione e valorizzazione di hub culturali (aree archeologiche, musei, teatri e sale polivalenti in edifici monumentali o storici, beni storici ed architettonici) attrattori di domanda turistica e ad alto valore aggiunto nonché mediante azioni e interventi di valorizzazione della montagna e delle risorse naturali in genere”

BANDO DI GARA

PER L’AFFIDAMENTO DI SERVIZI PER

L’IMPLEMENTAZIONE DI UN ECOSISTEMA DIGITALE

DENOMINATO “DIGITAL GRAN SASSO”

NELL’AMBITO DEL

DISTRETTO TURISTICO DEL GRAN SASSO D’ITALIA

CUP: C19D15001480001

CIG: 6688905306

--CAPITOLATO TECNICO--



GIUNTA REGIONALE

OBIETTIVO DEL DOCUMENTO

Il presente documento ha come obiettivo quello di fornire alle Ditte concorrenti il riferimento per predisporre l'Offerta Tecnica e l'Offerta Economica richieste dal bando di gara.

L'insieme delle indicazioni fornite è da intendersi come minime. Le Ditte concorrenti, che sono invitate a predisporre l'Offerta con riferimento a quanto successivamente riportato, potranno individuare soluzioni migliorative a quanto proposto con il vincolo di non modificare il quadro architettuale generale ed applicativo ipotizzato.



GIUNTA REGIONALE

1. INTRODUZIONE: CONTESTO TERRITORIALE, PROGETTUALE E MACRO-OBIETTIVI DEL PROGETTO

Il presente intervento progettuale si colloca all'interno di un insieme di azioni finalizzate a rafforzare la competitività del territorio del Distretto Turistico del Gran Sasso come Destinazione Turistica.

Gli obiettivi generali che si intende perseguire sono:

- Sviluppo della cultura turistica e dell'accoglienza
- Sviluppo dell'offerta turistica
- Coordinamento delle politiche turistiche a livello locale e regionale
- Promozione e aumento delle relazioni commerciali
- Innovazione

Vi è la necessità di coordinare gli sforzi tra i vari soggetti deputati alla valorizzazione turistica del territorio e riprendere il percorso, già intrapreso negli anni passati, al fine di definire una politica di promozione e brand unitario del territorio dell'intero Distretto Turistico del Gran Sasso.

Il progetto è indirizzato a stimolare nuove forme di attività economiche e di servizi turistici a carattere creativo e innovativo, creando, al contempo, una comunicazione integrata del valore del patrimonio naturalistico, culturale, materiale e immateriale presso le popolazioni locali in grado di favorire una diffusa cultura dell'accoglienza.

Si intende promuovere il concetto di "Montagna da vivere" quale traino dello sviluppo sostenibile del territorio, per riorganizzare le identità locali e favorire la messa in rete delle eccellenze e delle tipicità.

L'area interessata, quella del "Distretto Turistico del Gran Sasso D'Italia", è caratterizzata da una storia produttiva significativa, da una eccellente qualità ambientale e naturalistica ed una densità di beni culturali e borghi rurali, da una storica produzione enologica di qualità. Si tratta dunque di un territorio che ha saputo dialogare storicamente tra conservazione di tradizioni rurali, attivismo produttivo e cultura del lavoro.

Lo sviluppo industriale degli anni Sessanta e Settanta del secolo scorso, ora in una fase di ridimensionamento, non ha avuto il tempo di obliterare una tradizione rurale e comunitaria di tipo tradizionale, non ha scardinato l'insediamento diffuso storico e ha consentito la sopravvivenza di contesti ambientali, protetti dal Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti Della Laga che, a sua volta, ha puntato a compenetrare salvaguardia e sviluppo sostenibile.

Le condizioni sociali ed economiche del territorio sono state tuttavia profondamente modificate e ciò ha necessariamente trasformato il rapporto delle comunità locali con il proprio territorio e il paesaggio, che invece oggi, in una fase di rilancio dell'economia del Terziario avanzato e del Turismo culturale innovativo, assumono un ruolo e un peso strategico per lo sviluppo.

1.1 LA CARTINA DEL DISTRETTO TURISTICO DEL GRAN SASSO



1.2 I COMUNI DEL DISTRETTO TURISTICO DEL GRAN SASSO

Comune	Prov.	Comune	Prov.
BARETE	AQ	CORVARA	PE
BARISCIANO	AQ	CUGNOLI	PE
CAGNANO AMITERNO	AQ	FARINDOLA	PE
CALASCIO	AQ	MONTEBELLO DI BERTONA	PE
CAMPOTOSTO	AQ	PENNE	PE
CAPESTRANO	AQ	PESCOSANSONESCO	PE
CAPITIGNANO	AQ	PIETRANICO	PE
CAPORCIANO	AQ	VICOLI	PE
CARAPELLE CALVISIO	AQ	VILLA CELIERA	PE
CASTEL DEL MONTE	AQ	ARSITA	TE
CASTELVECCHIO CALVISIO	AQ	BASCIANO	TE
COLLEPIETRO	AQ	BISENTI	TE
L'AQUILA	AQ	CAMPLI	TE
MONTEREALE	AQ	CASTEL CASTAGNA	TE
NAVELLI	AQ	CASTELLI	TE
OFENA	AQ	CIVITELLA DEL TRONTO	TE
PIZZOLI	AQ	COLLEDARA	TE
POGGIO PICENZE	AQ	CORTINO	TE
PRATA D'ANSIDONIA	AQ	CROGNALETO	TE



GIUNTA REGIONALE

SAN BENEDETTO IN PERILLIS	AQ	FANO ADRIANO	TE
SAN DEMETRIO NE' VESTINI	AQ	ISOLA DEL GRAN SASSO D'ITALIA	TE
SAN PIO DELLE CAMERE	AQ	MONTORIO AL VOMANO	TE
SANTO STEFANO DI SESSANIO	AQ	PENNA SANT'ANDREA	TE
SCOPPITO	AQ	PIETRACAMELA	TE
VILLA SANTA LUCIA DEGLI ABRUZZI	AQ	ROCCA SANTA MARIA	TE
BRITTOLI	PE	TERAMO	TE
BUSSI SUL TIRINO	PE	TORRICELLA SICURA	TE
CARPINETO DELLA NORA	PE	TOSSICIA	TE
CASTIGLIONE A CASAURIA	PE	VALLE CASTELLANA	TE
CIVITAQUANA	PE		
CIVITELLA CASANOVA	PE		

Al fine del corretto inquadramento anche a livello di contesto progettuale, si riportano di seguito le macro-azioni del Progetto "Gran Sasso d'Italia Experience" a cura di questa Stazione Appaltante, al cui interno è incardinato il presente intervento:

1. **Definizione del BRAND della Destinazione Turistica "Gran Sasso d'Italia"**: intervento concluso con altra procedura di gara, per costruire l'immagine coordinata del Distretto. Si riporta di seguito il logotipo e payoff del Distretto:



2. **Promozione turistica e marketing territoriale**: intervento IN CORSO con altra procedura di gara, finalizzato alla predisposizione di un piano di marketing territoriale triennale per lo sviluppo turistico del "Distretto Turistico del Gran Sasso D'Italia", alla predisposizione del manuale di vendita e dei relativi pacchetti turistici, all'organizzazione di Workshop e convegnistica, alla organizzazione per la partecipazione del distretto turistico del Gran Sasso a Fiere, all'organizzazione di Service Tourist Point;



GIUNTA REGIONALE

3. Implementazione di un Ecosistema Digitale “Digital Gran Sasso”: **intervento oggetto del presente documento di gara i cui obiettivi in linea di massima sono:**

- *Progettare e implementare il portale della sentieristica del Distretto Turistico del Gran Sasso, con popolamento contenuti iniziale almeno in lingua italiana ed inglese (i contenuti in italiano saranno forniti a cura della Stazione Appaltante, la cui traduzione e successivo popolamento sul portale web, almeno anche in lingua inglese, sarà a cura della società aggiudicataria) prevedendo un’APP integrata ed omogenea, anch’essa in lingua italiana ed inglese; entrambi in coerenza con le strategie di marketing definite, e finalizzati a fornire anche servizi in mobilità, georeferenziati e geolocalizzati del territorio afferente al Distretto Turistico del Gran Sasso;*
- *Progettare ed implementare il Portale web turistico del distretto Turistico del Gran Sasso, finalizzato alla promozione del territorio raccogliere tutte le informazioni utili, le linee strategiche e gli eventi del progetto e dell’intero Distretto ed alla massima condivisione degli stessi, anche quale “luogo di incontro” e di condivisione verso i partner commerciali, gli operatori e con area privata destinata alla comunicazione, collaborazione, cooperazione tra tutti gli stakeholders del progetto ecc.*
- *Progettare ed implementare un portale web di e-commerce, integrato con l’ecosistema digitale di promozione del Distretto, per la commercializzazione delle tipicità del Distretto Turistico del Gran Sasso;*
- *Realizzare attività di Ufficio Stampa internazionale e di PR per produzione e divulgazione di comunicati stampa, creatività e progettazione di flyers, locandine e manifesti, cartelle stampa, grafica digitale e quanto necessario di supporto all’organizzazione di conferenze stampa, editoriali, eventi e PR on line ed off line; organizzare conferenze stampa e supportare, con comunicati ad hoc, eventi e manifestazioni del progetto; coinvolgere i giornalisti e offrire loro spunti per servizi e approfondimenti. Il Servizio Stampa lavorerà a stretto contatto con il coordinatore del progetto e contribuirà, anche attraverso la collaborazione di tutti i partner del progetto “Gran Sasso d’Italia Experience”, al reperimento di materiali, di programmi ed in genere di tutti i contenuti da comunicare, lavorando a stretto contatto anche con i professionisti della comunicazione e collaborando alla pianificazione della campagna promozionale, del brand della destinazione turistica; si dovranno prevedere almeno una conferenza stampa di “lancio” del progetto e del brand, conferenze stampa di presentazione delle singole iniziative, una visita guidata per*



GIUNTA REGIONALE

giornalisti, una conferenza stampa di chiusura ;comunicati per qualsiasi evento, progetto, riflessione o testimonianza legati al progetto;

- *Implementare ed alimentare quotidianamente con contenuti multimediali (testi, immagini e video) un ecosistema di account istituzionali del Distretto Turistico del Gran Sasso, almeno in lingua italiana ed inglese (tedesco opzionalmente) sui principali Social Network internazionali (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube e quanto altro ritenuto necessario da parte della società proponente) e progettare, implementare e sviluppare campagne cross-mediali internazionali, anche in ambito social media marketing, che siano indirizzate ai mercati di riferimento del Distretto Turistico del Gran Sasso, al fine di promuovere e valorizzare il brand della Destinazione e la commercializzazione delle tipicità del territorio del Distretto;*
- *Progettare e realizzare almeno 2 eventi internazionali (nel senso afferenti ai mercati obiettivo della promozione turistica regionale abruzzese: Germania, Inghilterra, Francia, Austria, Paesi Scandinavi) di natura promo-pubblicitaria e commerciali in ambito “web 2.0”, uno estivo ed uno invernale, quali ad esempio Social Tour, Blog Tour, Insta-Tour, Invasione Digitale, che prevedano la presenza per almeno due giorni sul territorio del Distretto di almeno 10 tra Bloggers e/o Instagramers e/o Internet Influencer specializzati nel racconto, storytelling e promozione/comunicazione delle Destinazioni Turistiche sul web;*
- *Organizzare e realizzare almeno 2 workshop/momenti formativi della durata di un giorno ciascuno, di formazione-informazione rivolte agli stakeholders del segmento turistico del Distretto, ivi inclusi Enti Locali, Pro Loco, Associazioni di Categoria e Strutture Ricettive, per diffondere la cultura dell’utilizzo degli strumenti “web 2.0” ed in ambito web e social media marketing;*
- *Realizzare almeno due momenti formativi sul web marketing destinati agli stakeholders del segmento turistico del territorio del Distretto Turistico del Gran Sasso.*

4. Ideazione, progettazione e realizzazione di materiali promozionali: intervento IN CORSO, con altra procedura di gara, finalizzato alla realizzazione di cartine tematiche e depliant del Distretto.



GIUNTA REGIONALE

2. ADAPTIVE MANAGEMENT

In considerazione della mutevolezza che caratterizza l'ambiente Internet, si rende necessaria una costante e continua valutazione delle opportunità, degli scenari e dei mercati che possono essere oggetto di interesse per il sistema turistico regionale dell'Abruzzo.

A tal fine, dunque, si richiede che la proposta tecnico-progettuale contempli anche l'elaborazione e la presentazione di un piano di adeguamento adattivo e innovativo (adaptive management) riferito agli eventuali cambiamenti possibili in ambito Internet in generale e di social media e social network in particolare che, nell'ambito delle opportunità individuate e proposte dal committente, renda attuabile l'adattamento strategico del servizio.

Nota Bene

Sarà cura della Stazione Appaltante assicurare il coordinamento e la sincronizzazione tra le macro-azioni in corso al fine di garantire la massima efficienza e garantire il raggiungimento degli obiettivi generali dell'intero progetto "Gran Sasso d'Italia Experience".

Le attività relative al presente avviso saranno inoltre attuate in armonia anche con le azioni intraprese dalla Regione Abruzzo per la promozione turistica del territorio regionale.

Al fine di fornire al contraente la migliore informazione riguardo il contesto di riferimento relativo all'assetto attuale della Regione Abruzzo in ambito di promozione turistica digitale, si elencano di seguito i siti Internet istituzionali sotto il diretto controllo della redazione web della Regione Abruzzo:

www.abruzzoturismo.it sito istituzionale con sezioni dedicate a Operatori di Settore e stampa;

conoscere.abruzzoturismo.it sito istituzionale multiprodotto per i turisti;

neve.abruzzoturismo.it sito istituzionale prodotto montagna invernale per i turisti;

trekking.abruzzoturismo.it minisito istituzionale prodotto trekking;

cicloturismo.abruzzoturismo.it minisito istituzionale prodotto cicloturismo per i turisti;

www.bloggingabruzzo.it minisito istituzionale per la descrizione ed i racconti di viaggio di bloggers in visita in Abruzzo;

www.visitabruzzo.co.uk minisito istituzionale per il mercato Gran Bretagna;

www.besuchabruzzo.de e www.visitabruzzo.de minisito istituzionale per il mercato Germania;

www.bezoekabruzzo.nl e www.visitabruzzo.nl minisito istituzionale per il mercato Olanda;



GIUNTA REGIONALE

www.visiteabruzzo.fr e www.visitabruzzo.fr minisito istituzionale per il mercato Francia;

www.visitabruzzo.no minisito istituzionale per il mercato Norvegia;

www.visitabruzzo.se minisito istituzionale per il mercato Svezia.

Spazi Web Semi-Ufficiali

Account Social attivi della Regione Abruzzo - Turismo:

Instagram <http://instagram.com/yourabruzzo>

Youtube <http://www.youtube.com/user/abruzzoturismo/videos>

Foursquare <https://it.foursquare.com/yourabruzzo>

Pinterest Yourabruzzo <http://pinterest.com/yourabruzzo/>

Tumblr Visitabruzzo <http://visitabruzzo.tumblr.com/>

Issuu aptrdepliant <http://issuu.com/aptrdepliant>

Lingua italiana account social attivi:

Facebook Visit Abruzzo <https://www.facebook.com/visit.abruzzo>

Twitter @Yourabruzzo <https://twitter.com/YourAbruzzo>

Google+ Yourabruzzo <https://plus.google.com/u/0/112181104363567353024/posts>

Lingua inglese account social attivi:

Facebook Your Abruzzo <https://www.facebook.com/visitabruzzo.co.uk>

Twitter @VisitAbruzzo_uk https://twitter.com/VisitAbruzzo_uk

Lingua olandese account social attivi:

Facebook Bezoek Abruzzo <https://www.facebook.com/visitabruzzo.nl>

Twitter @VisitAbruzzo_nl https://twitter.com/VisitAbruzzo_nl

Hyves | Bezoek Abruzzo <http://bezoekabruzzo.hyves.nl/>



GIUNTA REGIONALE

Lingua francese account social attivi:

Facebook Visitez les Abruzzes <https://www.facebook.com/visitabruzzo.fr>

Twitter @VisitAbruzzo_fr https://twitter.com/VisitAbruzzo_fr

Netlog Visitez les Abruzzes http://fr.netlog.com/visitez_les_Abruzzes

Skyrock Visitez les Abruzzes <http://visitez-les-abruzzes.skyrock.com/profil>

Lingua tedesca account social attivi:

Facebook Besuch Abruzzo <https://www.facebook.com/visitabruzzo.de>

Twitter @VisitAbruzzo_de https://twitter.com/VisitAbruzzo_de

StudiVZ Besuch Abruzzo

http://www.studivz.net/Profile/IPZEZtTxD_Q4rFSUr2MybVaTQvPJJu147Zvo6jCopF1w/tid/102

Wer Kennt Wen <http://www.wer-kennt-wen.de/person/tssz7ak6>

Sono state inoltre REALIZZATE da parte della Regione Abruzzo le seguenti Applicazioni turistiche per smartphone:

- market Apple e Android, applicazione “Ski Abruzzo” relativa al mondo della neve abruzzese, in cui è possibile ricevere informazioni dettagliate su Località, Impianti, Mappe e Piste e servizi turistici;
- market Apple e Android, applicazione “Abruzzo Events” relativa agli eventi e manifestazioni che si svolgono in Abruzzo;
- market Apple e Android, applicazione “Railocal”, ecosistema basato su un portale web e applicazioni Mobile, che ha l'obiettivo di migliorare la conoscenza e la fruizione turistica della Destinazione Turistica Abruzzo, integrando informazioni turistiche istituzionali con contenuti multimediali UCG e con filmati provenienti dalla teca RAI (<http://www.railocal.rai.it>).



GIUNTA REGIONALE

3. GLI OBIETTIVI DI PROGETTO

Il progetto si pone l'obiettivo della promozione turistica del Distretto Turistico del Gran Sasso e commercializzazione delle sue tipicità, fornendo al potenziale turista le informazioni necessarie al processo di scelta di visita e, successivamente, al turista in visita nel territorio del Distretto Turistico del Gran Sasso uno strumento di pianificazione delle proprie attività di visita, soprattutto outdoor, con particolare attenzione alle "emergenze" presenti sul territorio.

La definizione degli itinerari turistici contribuisce a caratterizzare l'offerta locale. A differenza dei pacchetti di soggiorno, che sono operazioni strettamente commerciali e con una periodicità contingente, gli itinerari costituiscono i veri prodotti turistici del territorio, permanenti realizzati con la messa in rete dei servizi turistici pubblici e privati. Questi possono essere realizzati e resi funzionali solamente con l'adesione degli operatori privati che forniscono servizi in merito a quella particolare tipologia di turismo a cui si fa riferimento.

L'attività consiste nella raccolta del materiale e nella definizione grafica e testuale di itinerari, fruibili in modalità desktop e mobile, e pacchetti, di itinerari da percorrere sul territorio in varie modalità (a piedi, in bicicletta, in mountain bike, a cavallo, etc.. etc, di un calendario di eventi escursionistici, di informazioni utili al soggiorno (soluzioni di alloggio, info meteo, guide, accompagnatori etc.. etc...)) che saranno pubblicate e distribuite soprattutto tramite web e mobile.

Al fine di promuovere azioni in linea con le evoluzioni del web 2.0 saranno coinvolti gli operatori turistici per dare così supporto fisico alla rete di servizi da costituire al fine di realizzare gli itinerari tematici.

Infine, saranno prodotte proposte specifiche ed itinerari confezionati esclusivamente per un turismo accessibile rivolto ai diversamente abili.



GIUNTA REGIONALE

4. NORMATIVA DI RIFERIMENTO

Di seguito vengono riportati i principali riferimenti normativi a cui il presente intervento progettuale è allineato:

- Agenda Digitale Regione Abruzzo (DGR n.471 del 15/07/2014)
- Servizio Pubblico d'Identità Digitale (SPID) (D.Lgs. 82/2005, art. 64, comma 2-sexies - DECRETO DEL PRESIDENTE DEL CONSIGLIO DEI MINISTRI 24 ottobre 2014 - GU Serie Generale n.285 del 9-12-2014).
- ANPR - Anagrafe Popolazione Residente (L.221/2012 art. 2 art. e D. Lgs. 82/2005 art. 62).
- Pagamenti elettronici (L.221/2012 art. 15 e D. Lgs. 82/2005 art. 5).
- Adempimenti legati al Codice dell'Amministrazione Digitale (art. 50 bis – Continuità Operativa e Disaster Recovery).
- Adempimenti legati alla prevenzione contro i reati sulla Criminalità informatica (riepilogati nella L. 48/2008).



GIUNTA REGIONALE

5. AMBIENTE OPERATIVO

Sarà cura di ciascuna società proponente individuare, illustrare e proporre la soluzione di hosting e housing ritenuta più idonea in termini di spazio, velocità, disponibilità di banda, continuità operativa, disaster recovery, scalabilità, sicurezza, caselle di posta elettronica etc.. etc.. per il funzionamento delle risorse del progetto.

Ciascuna Società proponente, al fine di rendere tutta la piattaforma realizzata con il presente progetto affidabile ed evitare il prolungarsi di eventuali periodi di disservizio, dovrà garantire SLA e supporto professionale, sistemistico, di webmaster e di tutte le competenze in grado di intervenire rapidamente soprattutto in situazioni critiche con una copertura H24, 7 giorni su 7 giorni, prevedendo nella propria proposta progettuale la copertura di tutti i costi relativi al funzionamento per cinque anni dalla data di collaudo di ciascuna componente informatica del progetto.

La proposta progettuale dovrà includere altresì includere i costi relativi alla registrazione e mantenimento per cinque anni a decorrere dalla data di collaudo dei nomi di dominio (tutti domini di primo livello) dei portali web richiesti.

Le soluzioni tecniche proposte dovranno essere conformi alle specifiche tecniche per la Pubblica Amministrazione ed alle direttive ministeriali relative al riuso ed all'utilizzo quando possibile di prodotti open source.



GIUNTA REGIONALE

6. LA SOLUZIONE PROGETTUALE: IL PORTALE E L'APP DELLA SENTIERISTICA DEL DISTRETTO TURISTICO DEL GRAN SASSO.

Lo sviluppo del sistema da proporre implicherà necessariamente la realizzazione di tutte le componenti necessarie alla corretta erogazione del servizio.

I servizi da realizzare sono:

- Una volta individuati i sentieri (i sentieri saranno forniti dalla Stazione Appaltante), dovrà essere effettuato sugli stessi uno studio e messa in rete per la creazione di sentieri tematici (culturali, enogastronomici, terre alte, ecc.) oltre che ad essere individuate le tipologie di attività possibili (escursionismo, mountain bike, ecc.);
- Creazione di un portale WEB responsive per la consultazione delle informazioni;
 - progettazione tecnico/strutturale del nuovo portale, inclusa quella del modello di organizzazione della redazione e del sistema editoriale per l'alimentazione, gestione e pubblicazione dei contenuti;
 - Sviluppo di un'Application Software (APP) per dispositivi mobile su piattaforma ANDROID, IOS nativa;
 - progettazione grafica integrata del portale e dell'APP per smartphone e tablet;
 - Progettazione ed implementazione di un Content Management System (di seguito CMS);
 - Inserimento di immagini fotografiche digitali già esistenti nell'archivio regionale, ovvero eventualmente da produrre nel caso non siano esistenti;
 - progettazione e realizzazione di una infrastruttura di geodati e di un motore cartografico (con uscita web) per la gestione spaziale dei dati geografici (ad es. itinerari e POI - Point Of Interest) del Distretto Turistico per la fruibilità degli stessi durante il soggiorno dei visitatori;
 - Acquisizione dei dati georeferenziati nella disponibilità della stazione Appaltante e porting sul sistema del D.T.;
 - Georeferenziazione dei percorsi eventualmente non già georeferenziati;
 - Integrazione nel sito dei testi in italiano e tradotti almeno anche in lingua inglese (opzionalmente anche la lingua tedesca);
 - Pubblicazione definitiva del sito completo delle versioni nelle lingua previste;
 - Training on the job del personale individuato dalla Stazione Appaltante e manuali utente.
- Utilizzo di smartphone per la navigazione assistita dei sentieri e delle risorse del territorio;
- Capacità propositiva di servizi e contenuti, sia nei confronti dei soggetti operanti sul



GIUNTA REGIONALE

territorio, sia nei confronti del mercato turistico e di soggetti nazionali ed internazionali;

- Visualizzazione di pacchetti turistici organizzati da soggetti operanti sul territorio;
- Coinvolgimento delle PPAA e degli enti istituzionali di promozione turistica nella visibilità del territorio tramite questi strumenti;
- La promozione del portale stesso all'interno del territorio.

MACROVOCE 1 - PORTALE

6.1 PROGETTAZIONE TECNICO – STRUTTURALE DEL PORTALE WEB DELLA SENTIERISTICA DEL DISTRETTO TURISTICO DEL GRAN SASSO

La progettazione tecnica-strutturale comprende:

- Il supporto tecnologico alla definizione di un piano di organizzazione della redazione, in grado di permettere le modalità di aggiornamento e gestione dei contenuti informativi e argomenti le linee guida del nuovo sistema editoriale in rapporto agli obiettivi progettuali;
- la definizione dell'architettura funzionale, che dovrà prevedere il rispetto dei seguenti requisiti:
 - GENERALI:
 - definizione di un sistema di accesso e gestione utenti a policy di ruolo multilivello e multisezione, per permettere a soggetti diversi di aggiornare le informazioni di competenza, con profilo di contribuente, redattore, decisore o amministratore; la prima configurazione delle policy di accesso deve essere effettuata dall'aggiudicatario;
 - Possibilità per l'utilizzatore finale, di autenticarsi al sito o alla APP tramite i principali social network;
 - definizione di un sistema di rilevazione e visualizzazione delle statistiche di accesso al sito ed alle APP;
 - eventuale accesso differenziato dai dispositivi mobili;
 - DI FUNZIONAMENTO E INTERAZIONE:
 - funzionalità di ricerca full-text o per approssimazione su tutte le risorse del CMS (inclusi i file), consultabilità della mappa del sito, presenza della barra del percorso;
 - modelli e funzioni per la stampabilità di pagine e/o aree e/o documenti del sito, per consentire agli utenti di scaricare su supporto cartaceo alcuni materiali promozionali;



GIUNTA REGIONALE

- inclusione di barre social per lo sharing dei contenuti sui principali social network e per l'invio di feedback immediati da parte dell'utenza;
 - definizione dei protocolli e dei formati standard ammessi per il collegamento a servizi e fonti di dati esterni
 - ove necessario, rispetto delle Specifiche delle componenti tecniche, funzionali e di comunicazione per l'integrazione di siti esterni al portale.
- DI REDAZIONE:
- Modulo di inserimento ed editing dei testi WYSIWYG (What You See Is What You Get "quello che vedi è quello che è" o "ottieni quanto vedi") usabile senza la conoscenza dei comandi HTML e configurato in modo da:
 - poter utilizzare per la formattazione del testo le caratteristiche specifiche del foglio di stile proprie della classificazione e tipologia scelta per tale tipo di contenuto;
 - poter associare per la gestione dell'ipertesto le risorse presenti nel sistema o esterne, siano essi altri contributi editoriali, immagini, file audio, video o documenti; qualora i file debbano essere inseriti ex novo si deve poter operare senza perdere il contesto di editing di partenza.
 - Modulo di inserimento e gestione risorse informative generiche (tutti i tipi di contenuti: contributi editoriali, file multimediali, documenti):
 - inserimento singolo e multiplo dei file;
 - possibilità di associare le risorse tra loro (gallerie) e alla tassonomia del sistema con possibilità di più assegnazioni per elemento;
 - impossibilità di eliminare le risorse informative qualora utilizzate o correlate, a garanzia dell'integrità referenziale delle associazioni;
 - Modulo di inserimento e gestione di immagini:
 - inserimento singolo e multiplo delle immagini con adattamento del formato alle dimensioni previste dai template sia mediante ridimensionamento proporzionale dell'intera immagine sia mediante porzione di immagine ottenuta con taglio automatico predefinito o manuale;
 - Modulo di inserimento e gestione di audio-video:
 - inserimento singolo e multiplo dei file multimediali (audio e video) nei più comuni formati con, ove necessario, conversione automatica nel formato che offra maggiori



GIUNTA REGIONALE

garanzie di accessibilità;

- funzione di inclusione di video tramite codice embedded per audiovisivi presenti su risorse esterne, a partire da <http://www.youtube.com>.
- Modulo di cartografia web:
 - consente al redattore di eseguire l'aggiornamento dei POI del distretto turistico, l'aggiornamento della sentieristica.

Dovranno inoltre essere evidenziate le scelte riguardanti:

- la definizione dell'architettura tecnologica del nuovo sistema, che dovrà prevedere il rispetto dei seguenti requisiti:
 - sviluppo su strumenti a codice aperto, disponibili attraverso licenza copyleft, da ospitarsi sui server di housing proposti;
 - implementazione sistema CMS, ove necessario comprensivo di RDBMS, web based accessibile attraverso i più comuni browser (Ms Internet Explorer, Mozilla Firefox, Google Chrome, ecc.) da diversi dispositivi di accesso, sia fissi che mobili;
 - rispetto standard raccomandati del W3C (HTML, XHTML, CSS, ecc.):
 - rispetto, ove necessario, degli standard di cooperazione applicativa (Url nazionali, regionali, provinciali e locali) e delle specifiche delle componenti tecniche, funzionali e di comunicazione per l'integrazione di siti esterni al portale;
- la info architettura generale che dovrà prevedere una pagina di presentazione generale (homepage) da cui il visitatore, scegliendo tra una delle lingue opzionabili ove NON proposta automaticamente in funzione della geolocalizzazione dell'IP del visitatore, potrà accedere alle varie informazioni presenti sul sito.

Si illustra di seguito una traccia da seguire per la definizione della sezione (canali) della home page del sito della sentieristica del Distretto:

PERCORSI

- Il Distretto del Gran Sasso a piedi ---> Mappa dei sentieri da percorrere a piedi --> elenco --> accesso alla mappa con descrizioni, punti di interesse, informazioni e foto per ciascun sentiero e servizi;
- Il Distretto del Gran Sasso in bicicletta ---> Mappa dei sentieri da percorrere in bicicletta --> elenco --> accesso alla mappa con descrizioni, punti di interesse, informazioni e foto per ciascun sentiero e servizi;



GIUNTA REGIONALE

- Il Distretto del Gran Sasso in mountain bike ---> Mappa dei sentieri da percorrere in mountain bike - --> elenco --> accesso alla mappa con descrizioni, punti di interesse, informazioni, foto per ciascun sentiero e servizi e servizi;
- Il Distretto del Gran Sasso a cavallo---> Mappa dei sentieri da percorrere a cavallo ---> elenco --> accesso alla mappa con descrizioni, punti di interesse, informazioni e foto per ciascun sentiero e servizi;
- Il Distretto del Gran Sasso con gli sci (*outdoor/invernali*)---> Mappa delle piste...--> elenco --> accesso alla mappa con descrizioni, punti di interesse, informazioni e foto per ciascuna pista e servizi;
- Il Distretto del Gran Sasso--> Mappa dei sentieri da percorrere ...--> elenco --> accesso alla mappa con descrizioni, punti di interesse, informazioni e foto per ciascun sentiero e servizi;
- Tracce GPS;
- ...

INFORMAZIONI

Previsioni Meteo;
Bollettino neve;
Eventi escursionistici;
La rete dei sentieri;
Segnaletica;
Regole di comportamento e consigli;
Scarica l'APP dei Sentieri del Distretto;
Tutto sul Distretto Turistico del Gran Sasso
Contatti;
.....
.....

SERVIZI

Escursioni prenotabili;
Dove alloggiare;
Guide, Mappe;
Le località del Distretto
Suggerimenti;
.....
.....

Dovrà in ogni caso essere possibile da parte dell'amministratore di sistema la modifica diretta sulla strutturazione ad albero del sito.

Le sezioni del sito saranno articolate in "pagine standard", integralmente di tipo informativo (ovvero pagine contenenti documenti web) e "pagine miste", contenenti sia pagine standard che "sezioni speciali", che presuppongono la presenza di data-base e/o un'interazione con l'utente finale o con altri soggetti. Tutte le sezioni presenti nel sito dovranno essere create almeno in lingua Italiana ed Inglese, (opzionalmente su proposta dell'offerente, anche in lingua tedesca).

Ogni pagina dovrà avere una struttura standard. In generale, la struttura dei percorsi di navigazione dovrà essere semplificata al massimo, riducendo al minimo i livelli gerarchici e



GIUNTA REGIONALE

privilegiando la presentazione in forma scalare (con link per approfondimenti) di tutte le informazioni appartenenti ad una medesima categoria all'interno di un'unica pagina.

Dovranno essere previste interazioni:

- con i portali della Regione Abruzzo - Turismo anche per un eventuale accesso agli elenchi delle strutture ricettive;
- con i portali dei Comuni, dei Parchi Nazionali, dei sistemi museali del territorio ed in generale della rete di servizi afferenti all'ambito turistico;
- con gli ulteriori portali per l'accesso mirato alle relative banche dati;
- Dovrà essere anche assicurata la possibilità dell'interazione grafica e funzionale con sistemi di "booking" regionali per l'accesso al sistema di prenotazione diretta delle strutture ricettive.
- **SERVIZI, MODULI E COMPONENTI DI INTERAZIONE 2.0:** relativamente alla ideazione e realizzazione di moduli e componenti di interazione sociale, l'aggiudicatario dovrà garantire l'integrazione di moduli per l'interazione 2.0, tra cui si possono identificare i social media su cui sarà attivo il Distretto, sistemi di community e di condivisione, strumenti di costruzione di percorsi personalizzati basati su cartografia. Relativamente alle attività di Webmarketing (Social Media Strategy), dovranno essere garantiti gli strumenti che permettano una stretta integrazione tra la comunicazione istituzionale e social.
- **NEWSLETTER:** il portale dovrà supportare e integrare in maniera nativa un sistema di newsletter esterno secondo le interfacce standard di mercato.
- **PROGETTAZIONE GRAFICA**

La progettazione grafica deve prevedere il rispetto dei seguenti requisiti:

- presentazione di almeno 2 bozze di layout grafico e la selezione, a cura della stazione appaltante, del layout più idoneo;
- utilizzo del nuovo logotipo, del logotipo regionale e dei domini Internet da registrare a cura del contraente;
- predisposizione alla localizzazione multilingue, con la possibilità di inserire testi almeno in versione italiana ed inglese (opzionalmente su proposta dell'offerente, lingua tedesca);
- approccio informativo con ricerca testuale e cartografica;
- articolazione degli spazi in modo da favorire la documentazione fotografica e video, con lunghezza ridotta delle parti testuali;
- progettazione modulare della grafica delle pagine in base a dimensione e contenuti;



GIUNTA REGIONALE

- definizione di un numero minimo di contenuti digitali per pagina;
- definizione di un modulo per i contenuti costantemente in evidenza;
- gestione di un modulo per campagne con banner multiformato schedulabili per inizio e durata di pubblicazione. Visualizzazioni contestualizzabili alla navigazione;
- rispetto delle norme e delle direttive sulla realizzazione, accessibilità e usabilità dei siti Internet secondo quanto definito da:
 - Legge 9 gennaio 2004, n. 4 (Legge Stanca), D.P.R. 1 marzo 2005, n. 75, Decreto Ministero Innovazione e Tecnologie dell'8 luglio 2005, ed ogni altro provvedimento loro collegato. Si ricorda che il non rispetto della Legge 4/2004 nello sviluppo di applicazioni Web per la Pubblica Amministrazione è motivo di nullità dei contratti (cfr. art.4 c.2);
 - Linee guida per l'accessibilità dei contenuti Web (WCAG) 2.0
 - <http://www.w3.org/Translations/WCAG20-it/>;
 - Mobile Web Best Practices 1.0
 - <http://www.w3.org/TR/mobile-bp/>;
 - Direttiva della Presidenza del Consiglio dei Ministri - Dipartimento per l'innovazione e le tecnologie del 27 luglio 2005 recante "Qualità dei servizi online e misurazione della soddisfazione degli utenti".

MACROVOCE 2 - APP

6.2 APPLICATION SOFTWARE (APP) PER DISPOSITIVI MOBILE RELATIVA ALLA SENTIERISTICA DEL DISTRETTO TURISTICO DEL GRAN SASSO

L'applicazione sarà obbligatoriamente di default almeno in lingua italiana ed inglese (opzionalmente, a cura della società proponente ed in omogeneità con tutte le altre componenti del progetto in lingua tedesca), scaricata sul proprio smartphone, **la cui pubblicazione e mantenimento in linea sui market di riferimento sarà a cura dell'aggiudicatario per tutto il periodo contrattuale**, dovrà fornire agli utenti funzionalità di natura partecipativa relativamente agli "oggetti multimediali" che questi stessi andranno ad inserire. La APP, che costituirà di fatto la versione mobile del sito, consentendo però in aggiunta, la possibilità di seguire le tracce dei sentieri proposte, dovrà altresì consentire agli utenti la funzione partecipativa del viaggio attraverso il tracciamento della mappa dell'itinerario percorso. Ogni mappa sarà fruibile direttamente dal proprio smartphone e dovrà poter essere esportata sulla piattaforma web per condividerla con i propri amici. Ogni percorso creato dovrà essere suddiviso per tappe e ad ognuna di esse dovranno



GIUNTA REGIONALE

poter essere associati contenuti georeferenziati (foto scattate direttamente dallo smartphone, testi o immagini scelte dal proprio archivio, commenti, tag, eccetera). Nel dettaglio dovrà essere possibile per ogni utente taggare i contenuti inseriti con le seguenti caratteristiche:

- Visualizzare e seguire gli itinerari proposti a menù (conformemente alla versione desktop)
- inserire POI (point of interest, punti di interesse) completi di informazioni testuali ed immagini - condividere con altri utenti i contenuti inseriti (funzione privato/pubblico)
- commentare i contenuti degli altri utenti
- georeferenziare i contenuti
- visualizzare su Google Maps i POI, gli itinerari esistenti e gli itinerari inseriti
- inviare ai propri amici segnalazioni su nuovi itinerari o POI inseriti

Le mappe create dovranno essere fruibili tramite la tipica visualizzazione dello smartphone a livelli oppure direttamente interagendo con i nodi creati nella mappa stessa. Ogni contenuto dovrà essere modificabile in qualsiasi momento. Tutti i percorsi resi pubblici dagli utenti dovranno essere ricercabili e visibili sia sui social media che sul sito web dedicato e dovrà essere preferibilmente presente una funzionalità di ricerca per prossimità rispetto alla posizione corrente di ogni utente (e comunque sviluppata in seguito all'immissione in commercio).

Servizio principale:

- realizzazione di n. 1 Application Software (APP) per dispositivi mobile relativa alle sentieristica del territorio del Distretto turistico:

In corrispondenza delle fasi relative allo stato di avanzamento e, in ogni caso, entro la scadenza del termine contrattuale, verranno acquisite/i:

- licenza di utilizzo, in via esclusiva illimitata nel tempo, dell'APP, comprensiva delle risultanze/migliorie determinatesi a fronte degli interventi (eventuali) relativi sia alle attività che compongono il "servizio principale" sia a quelle inerenti gli interventi di manutenzione correttiva e/o evolutiva;
- La Stazione appaltante si riserva, altresì, di fornire al Contraente precise indicazioni vincolanti, anche in corso d'opera, relative a eventuali integrazioni e modifiche dell'oggetto e delle caratteristiche tecniche dell'appalto, che sono indicati nel presente capitolato speciale e nello schema di contratto.

L' APP da realizzarsi dovrà presentare le seguenti caratteristiche tecniche:

- essere "nativa", ovvero compilata in codice specifico per il dispositivo; non è ammesso l'utilizzo di framework che integrino codice html 5;
- essere dotate di layout grafico progettato e realizzato per dispositivi mobile sia di tipo smartphone sia di tipo tablet;



GIUNTA REGIONALE

- essere fruibile secondo modalità “cross-platform”, funzionando correttamente su dispositivi basati sia su iOS (versione 6 o superiore) sia su Android (versione 4 o superiore); •
- garantire l’ottimale funzionamento mediante utilizzo nei seguenti dispositivi, a titolo esemplificativo e non esaustivo: iPhone 3GS e successivi modelli, iPad e successive versioni; i brand con sistema operativo android; ecc.;
- consentire la fruizione di contenuti statici precaricati e dinamici, prelevati direttamente da risorse presenti sul web o appositamente creati;
- consentire la piena integrazione con i moduli cartografici nativi presenti nei diversi tipi di device;
- prevedere l'utilizzo di GPS, bussola, accelerometro, fotocamera, ecc.;
- assicurare il massimo grado di interoperabilità con il mondo dei social network, garantendo la possibilità di interazione con le APP social presenti sui device, all’interno delle community di appassionati;
- consentire il pieno supporto alle visualizzazioni in 3D real-time, che sfruttino appieno le potenzialità delle CPU presenti a bordo dei vari dispositivi.



GIUNTA REGIONALE

MACROVOCE 3 - EXTRANET

7. LA SOLUZIONE PROGETTUALE: IL PORTALE TURISTICO DEL DISTRETTO TURISTICO DEL GRAN SASSO D'ITALIA

Ciascun proponente dovrà inoltre illustrare la propria proposta progettuale riguardo l'implementazione del portale web turistico responsive del Distretto Turistico del Gran Sasso che dovrà rispettare i seguenti requisiti di massima:

Requisiti funzionali

- Fornire informazioni per la promozione e l'accoglienza, con particolare attenzione alla possibilità di programmare soggiorni di visita personalizzati: fornire al visitatore informazioni utili per rendere più semplice pianificare e vivere il proprio soggiorno nel territorio del Distretto Turistico del Gran Sasso. Tra queste devono rientrare: informazioni (foto, video, testo, audio) sul territorio, come guide (testuali, audioguide, filmati), reportage, notizie, approfondimenti, eventi, informazioni di pubblica utilità (avvisi, numeri utili). Inoltre devono essere inserite informazioni aggiornate sulle condizioni del traffico, del meteo, della qualità dell'aria e streaming video in tempo reale (webcam). Le informazioni devono poter essere categorizzate per località o tematismo al fine di permettere al turista di reperire facilmente le informazioni in base ai propri interessi. Unitamente alle informazioni di cui sopra, il portale web turistico deve offrire anche uno strumento di pianificazione del soggiorno. In tal modo il turista può personalizzare la propria visita in base ai propri interessi;
- Offrire news e suggerimenti: fatti ed eventi di rilevanza turistica;
- Essere uno strumento di raccolta dati finalizzata alla funzione di marketing intelligence: tutti i componenti del portale devono essere predisposti per tale raccolta;
- Essere una piattaforma di condivisione dell'esperienza di visita del turista: prevedere una sezione in cui i visitatori possono caricare contenuto autogenerato (testo, foto, filmati) dando la possibilità ad altri utenti di interagire mediante commenti, valutazioni e condivisioni. Devono essere previste integrazioni con i principali social media;
- Essere una piattaforma di condivisione e co-creazione di contenuti per gli stakeholder per la pianificazione efficace di campagne ed eventi: il portale deve essere uno strumento in grado di permettere, ai vari stakeholder e alle redazioni di collaborare e discutere mediante un'opportuna area del portale;
- Essere accessibile sia da dispositivi desktop sia da dispositivi mobile;
- Prevedere il supporto multilingua/localizzazione;
- Prevedere un backoffice amministrativo con modalità unificata di inserimento dei contenuti



GIUNTA REGIONALE

da parte della redazione: Quest'area amministrativa deve essere fruibile in tutte le sue funzioni senza richiedere competenze informatiche specifiche;

- Prevedere un database anagrafico degli stakeholder contenente informazioni di base e lo stato relazionale di ciascuno stakeholder;
- Supportare e integrare in maniera nativa un sistema di newsletter esterno secondo le interfacce standard di mercato.
- Essere accessibile, ovvero ottimizzato anche per utenti diversamente abili sia per il frontend che per la sezione amministrativa: Legge n. 4 del 9 gennaio 2004 “Disposizioni per favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici”; • Decreto Ministeriale 8 luglio 2005 “Requisiti tecnici e i diversi livelli per l'accessibilità agli strumenti informatici” • Decreto 20 Marzo 2013 “Modifiche all'allegato A del decreto 8 luglio 2005 del Ministro per l'innovazione e le tecnologie recante: «Requisiti tecnici e i diversi livelli per l'accessibilità agli strumenti informatici»” (Prot. 195/Ric)

Requisiti non funzionali

- Essere uno strumento in grado di coinvolgere gli utenti dei principali social media: Il portale deve invogliare l'utente a spendere il proprio tempo nella crescita della community;
- Essere progettato secondo una visione customer centric : Il portale deve essere pensato focalizzando l'attenzione sulla soddisfazione dell'utente;
- Rendere unica l'esperienza territoriale dell'ospite: questo obiettivo può essere raggiunto mediante l'utilizzo massiccio di contenuti multimediali (video, audio), strumenti di pianificazione itinerari, strumenti di consulenza turistica, modalità di interazione tra gli utenti;
- Prevedere particolare attenzione all'usabilità del portale: si raccomanda l'implementazione di pagine coerenti nell'organizzazione e nella presentazione delle informazioni, nonché di porre in essere soluzioni atte a facilitare la ricerca degli argomenti attraverso, ad esempio, strumenti di ricerca semantica;
- Essere di semplice manutenibilità;
- Essere progettato con struttura modulare;
- Essere ottimizzato per la visualizzazione dei contenuti per lo storytelling basato su foto e immagini piuttosto che per le informazioni testuali: La comunicazione con prevalenza di immagini e filmati, piuttosto che contenuto testuale, risulta molto efficace. Per cui, devono essere progettati componenti software che garantiscano facilità di caricamento e gestione di contenuti multimediali oltre che strumenti di visualizzazione adeguati e coinvolgenti



GIUNTA REGIONALE

STRUTTURA DEL PORTALE

In questa sezione si riporta la struttura dell'intero portale web turistico.

La struttura raccomandata è composta di due macro aree: frontend e backend.

Il frontend è destinato all'utente finale e presenta il contenuto informativo, mentre il backend è riservato allo "staff" del portale ed è necessario per la gestione dei contenuti e della struttura stessa. Si riportano gli schemi ad albero di massima relativi ad entrambe le macroaree, che ne raffigurano l'organizzazione e la gerarchia delle varie sezioni che li compongono.

7.1 FRONTEND

La figura 1, di seguito riportata, presenta lo schema del frontend – non esaustivo- del portale.

Il Frontend si presenta come un "contenitore" di tutte le aree dedicate ai visitatori e agli utenti.

La Sezione Utente è quella dedicata alla discussione tra gli utenti e alla condivisione di contenuto multimediale da essi generato. Infine, presenta l'area personale di ciascun utente che contiene una serie di strumenti utili per gestire la propria esperienza e presenza sul portale (Gestione profilo).

L'area dei Servizi al turista contiene i vari strumenti avanzati dedicati al visitatore. In figura sono indicati alcuni dei servizi raccomandati per ottimizzare l'esperienza utente sul portale e per migliorare la qualità della visita nel territorio del Distretto.

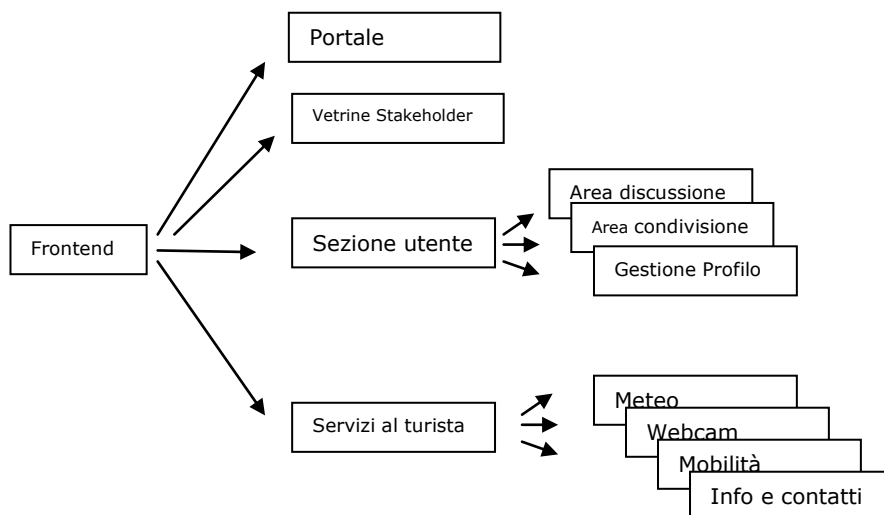


Figura 1: Struttura ad albero del Frontend



GIUNTA REGIONALE

7.2 BACKEND

La figura 2, di seguito riportata, mostra la struttura – non esaustiva- ad albero del backend del portale.

Questa sezione è dedicata agli attori con privilegi amministrativi. Non è visibile all'utente e al visitatore ed è accessibile solo previa autenticazione.

L'area Analytics deve contenere le informazioni e le statistiche relative all'utilizzo del portale e dei suoi servizi.

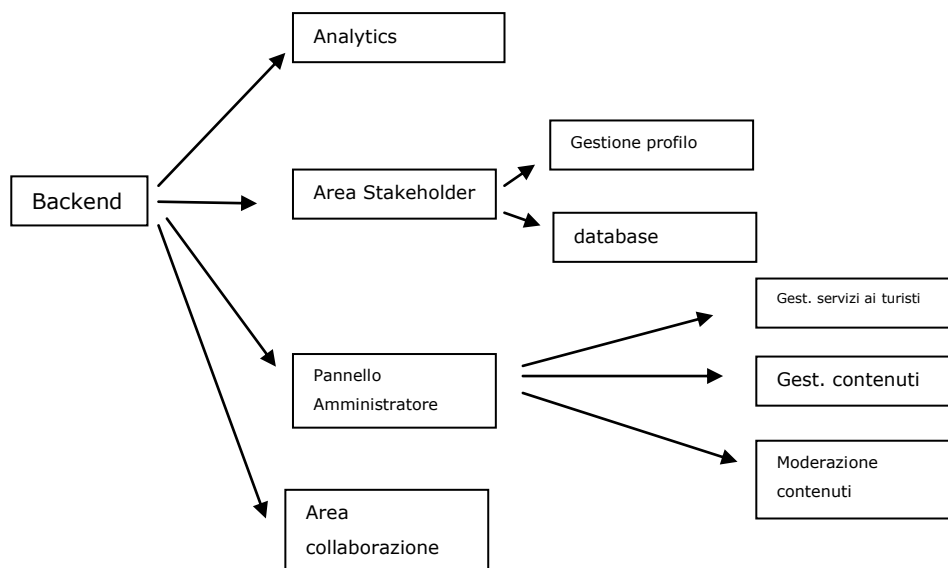


Figura 2: Struttura ad albero del Backend

L'area collaborazione è una sezione del backend dedicata alla collaborazione tra redazioni, stakeholders del territorio del Distretto Turistico del Gran Sasso ed esperti di Analytics. Deve essere una sezione in cui scambiare idee e contenuti per stabilire efficaci campagne promozionali. Il Pannello di amministrazione raccoglie tutti gli strumenti per le redazioni necessari per produrre, correggere e moderare il contenuto redazionale (statico e dinamico), amministrare le funzionalità offerte dai servizi al turista oltre che gestire e moderare il contenuto generato dagli utenti. Infine, l'area Stakeholder è pensata per gli stakeholder che intendono gestire online il proprio profilo; questo per permettere sia agli utenti amministratori di conoscerne lo “stato relazionale” sia per curare la propria vetrina digitale da mostrare agli utenti visitatori del frontend.

7.3 POSIZIONAMENTO ORGANICO E ANALYTICS

Relativamente alla definizione delle strategie e delle pratiche di posizionamento organico (strategia



GIUNTA REGIONALE

SEO), l'aggiudicatario dovrà garantire che l'architettura tecnologica, di contenuti e di servizi sia ottimizzata per un adeguato posizionamento sui motori di ricerca, includendo le attività di ottimizzazione necessarie, lo studio di keyword/tag/metatag e l'analisi del contesto competitivo. Dovrà essere garantito il tracciamento (analytics) delle attività degli utenti tramite l'utilizzo dei più noti sistemi di mercato (Google Analytics).

7.4 SERVIZI, MODULI E COMPONENTI DI INTERAZIONE 2.0

Relativamente alla ideazione e realizzazione di moduli e componenti di interazione sociale, l'aggiudicatario dovrà garantire l'integrazione di moduli per l'interazione 2.0, tra cui si possono identificare i social media su cui sarà attivo il Distretto sistemi di community e di condivisione, strumenti di costruzione di percorsi personalizzati basati su cartografia. La lista è peraltro puramente indicativa e non deve essere considerata in maniera esaustiva. Relativamente alle attività di Webmarketing (Social Media Strategy), dovranno essere garantiti gli strumenti che permettano una stretta integrazione tra la comunicazione istituzionale e social.

7.5 PROGETTAZIONE GRAFICA

La progettazione grafica deve prevedere il rispetto dei seguenti requisiti:

- presentazione di almeno 2 bozze di layout grafico e la selezione, a cura della Stazione Appaltante, del layout più idoneo;
- utilizzo del nuovo logotipo, del logotipo regionale e dei domini Internet da registrare a cura del contraente;
- predisposizione alla localizzazione multilingue, con la possibilità di inserire testi almeno in versione italiana ed inglese (opzionalmente su proposta dell'offerente, lingua tedesca);
- approccio informativo con ricerca testuale e cartografica;
- articolazione degli spazi in modo da favorire la documentazione fotografica e video, con lunghezza ridotta delle parti testuali;
- progettazione modulare della grafica delle pagine in base a dimensione e contenuti;
- definizione di un numero minimo di contenuti digitali per pagina;
- definizione di un modulo per i contenuti costantemente in evidenza;
- gestione di un modulo per campagne con banner multiformato schedulabili per inizio e durata di pubblicazione. Visualizzazioni contestualizzabili alla navigazione;
- rispetto delle norme e delle direttive sulla realizzazione, accessibilità e usabilità dei siti Internet secondo quanto definito da:
 - Legge 9 gennaio 2004, n. 4 (Legge Stanca), D.P.R. 1 marzo 2005, n. 75, Decreto



GIUNTA REGIONALE

Ministero Innovazione e Tecnologie dell'8 luglio 2005, ed ogni altro provvedimento loro collegato. Si ricorda che il non rispetto della Legge 4/2004 nello sviluppo di applicazioni Web per la Pubblica Amministrazione è motivo di nullità dei contratti (cfr. art.4 c.2);

- Linee guida per l'accessibilità dei contenuti Web (WCAG) 2.0
- <http://www.w3.org/Translations/WCAG20-it/>;
- Mobile Web Best Practices 1.0
- <http://www.w3.org/TR/mobile-bp/>;
- Direttiva della Presidenza del Consiglio dei Ministri - Dipartimento per l'innovazione e le tecnologie del 27 luglio 2005 recante "Qualità dei servizi online e misurazione della soddisfazione degli utenti".



GIUNTA REGIONALE

MACROVOCE 4 – PROMOCOMMERCIALIZZAZIONE TIPICITA' (E-COMMERCE)

8. LA SOLUZIONE PROGETTUALE: IL PORTALE DI E-COMMERCE PER LA PROMOCOMMERCIALIZZAZIONE DELLE TIPICITÀ DEL DISTRETTO TURISTICO DEL GRAN SASSO

Il crescente valore economico dell'intermediazione elettronica dell'offerta ricettiva da parte dei principali player internazionali (Booking, Expedia ecc.) sta determinando una delocalizzazione di profitti sempre più rilevante. L'iper-frammentazione e l'alta concorrenzialità del mercato favorisce il proliferare degli intermediari che, agendo sul venduto, non richiedono investimenti e trattengono quote sensibili di fatturato.

L'obiettivo del progetto tende alla facilitazione dello sviluppo del digitale turistico quindi alla creazione di un ambiente che possa permettere primariamente:

- a) lo sviluppo del tessuto produttivo e creativo del turismo digitale;
- b) il miglioramento della diffusione/distribuzione del prodotto turistico del distretto Turistico del Gran Sasso sui mercati internazionali.

Di conseguenza, ulteriore obiettivo che si vuole perseguire con il seguente intervento è quello di veicolare tramite un portale web di e-commerce del Distretto Turistico del Gran Sasso, un marketplace digitale che raccolga, organizzi e promuova le tipicità locali, anche grazie a strumenti di aggregazione che permettano anche di commercializzare l'insieme dei servizi e dei prodotti che compongono l'intera esperienza turistica.

Ciascun proponente dovrà conseguentemente illustrare la propria proposta progettuale riguardo l'implementazione di portali web di e-commerce responsive delle tipicità del Distretto Turistico del Gran Sasso, che dovrà rappresentare il punto di riferimento per tutte le imprese attive nel distretto che sono interessate alla promozione e commercializzazione delle tipicità del territorio.

Gli obiettivi che si vogliono perseguire sono:

Definire un'utile strumento di visibilità, informazioni e notizie per le imprese;

Favorire nuove opportunità di crescita economica per il territorio;

Aumentare la visibilità delle imprese locali, nel contesto del mercato nazionale ed internazionale;

Servizi informativi, intesi come spazi di presentazione di aziende e produttori che intendano essere presenti sul portale oltre ad informazioni di supporto allo sviluppo del business.

Caratteristiche tecniche minime

Si riportano di seguito i requisiti tecnici minimi per la realizzazione della piattaforma ecommerce.

La piattaforma dovrà essere basata su un CMS (Content Management System) open source e



GIUNTA REGIONALE

dovrà prevedere i seguenti requisiti minimi:

Gestione del portale e-commerce:

- possibilità di gestire più negozi di e-commerce da un unico pannello di controllo con strumenti per la condivisione di informazioni tra più siti Internet;
- supporto per la localizzazione e il multi-linguaggio (anche in questo caso dovrà essere garantita la lingua italiana e la traduzione in inglese, opzionalmente, su offerta del proponente anche la traduzione in lingua tedesca);
- sistema di amministrazione basato sui permessi in cui è possibile creare più utenti appartenenti a gruppi differenti e con ruoli associati;
- API (Application Program Interface) grazie alle quali permettere l'interazione tra il CMS e applicazioni di terze parti;
- strumenti flessibili per la personalizzazione dei template;
- integrazione con Google Website Optimizer; possibilità di gestire i diversi sistemi di tassazione dei diversi paesi.

Amministrazione cataloghi:

- possibilità di creare batch per l'importazione e l'esportazione;
- strumenti per la vendita e il download di prodotti in formato digitale;
- funzionalità per aggiungere, approvare, editare e rimuovere tag relativi ai prodotti;
- funzionalità per aggiungere, approvare, editare e rimuovere recensioni dei prodotti;
- media manager integrato per il ridimensionamento delle immagini e l'inserimento dei watermark;
- sistema avanzato per la gestione delle regole relative ai prezzi correnti e alle offerte speciali.

Gestione dei prodotti:

- inserimento illimitato di prodotti e categorie;
- possibilità di inserire più immagini per singolo prodotto;
- inserimento ed editing delle recensioni associate ai prodotti;
- possibilità di effettuare zoom sulle immagini dei prodotti;
- funzionalità per mostrare prodotti correlati a quello visualizzato da un utente;
- creazione di Wishlist all'interno dei quali inserire i nomi e le caratteristiche dei prodotti desiderati;
- possibilità di visualizzare i prodotti per gruppi;



GIUNTA REGIONALE

- modulo tell a friend tramite posta elettronica per segnalare prodotti ad amici e conoscenti.

Gestione degli ordini:

- notifica degli ordini tramite posta elettronica;
- gestione della fatturazione e stampa delle fatture;
- visualizzazione ed editing degli ordini tramite pannello di controllo;

Strumenti per l'analisi delle attività:

- integrazione con Google Analytics;
- creazione di report relativi alle vendite;
- report dedicato ai prodotti più venduti;
- report dedicati ai prodotti più visualizzati dagli utenti;
- report dedicati ai clienti che hanno effettuato il maggior numero di acquisti;
- report relativi alle tasse pagate sugli acquisti;
- report sui termini più utilizzati per le ricerche.

Ottimizzazione di pagine e URL per i motori di ricerca:

- creazione di pagine 100% Search Engine Friendly;
- creazione di Google Site Map;
- riscrittura delle URL tramite apposito modulo del Web server per l'URL Rewriting;
- meta-informazioni per prodotti e categorie;
- auto-generazioni delle site map;
- auto-generazione delle pagine relative ai prodotti più popolari e ricercati.

Modalità di Pagamento

- Bonifico Bancario
- Contrassegno
- Paypal (sia con account paypal che solo con carta di credito attraverso sistema paypal)
- Banca Sella – pagamento con carta di credito attraverso il sistema Gestpay
- Banca Unicredit – pagamento con carta di credito attraverso il sistema PagOnline
- Authorize.net
- Google Checkout
- Altri secondo esigenze della Stazione Appaltante.



GIUNTA REGIONALE

La piattaforma che verrà proposta dovrà garantire una adeguata scalabilità necessaria in caso di volumi di transazioni incrementali e supportata anche da un adeguato piano di hosting.

8.1 POSIZIONAMENTO ORGANICO E ANALYTICS

Relativamente alla definizione delle strategie e delle pratiche di posizionamento organico (strategia SEO), l'aggiudicatario dovrà garantire che l'architettura tecnologica, di contenuti e di servizi sia ottimizzata per un adeguato posizionamento sui motori di ricerca, includendo le attività di ottimizzazione necessarie, lo studio di keyword/tag/metatag e l'analisi del contesto competitivo. Dovrà essere garantito il tracciamento (analytics) delle attività degli utenti tramite l'utilizzo dei più noti sistemi di mercato (Google Analytics).

8.2 SERVIZI, MODULI E COMPONENTI DI INTERAZIONE 2.0

Relativamente alla ideazione e realizzazione di moduli e componenti di interazione sociale, l'aggiudicatario dovrà garantire l'integrazione di moduli per l'interazione 2.0, tra cui si possono identificare i social media su cui sarà attivo il Distretto sistemi di community e di condivisione, strumenti di costruzione di percorsi personalizzati basati su cartografia. La lista è peraltro puramente indicativa e non deve essere considerata in maniera esaustiva. Relativamente alle attività di Webmarketing (Social Media Strategy), dovranno essere garantiti gli strumenti che permettano una stretta integrazione tra la comunicazione istituzionale e social.

8.3 PROGETTAZIONE GRAFICA

La progettazione grafica deve prevedere il rispetto dei seguenti requisiti:

- presentazione di almeno 2 bozze di layout grafico e la selezione, a cura della Stazione Appaltante, del layout più idoneo;
- utilizzo del nuovo logotipo, del logotipo regionale e dei domini Internet da registrare a cura del contraente;
- predisposizione alla localizzazione multilingue, con la possibilità di inserire testi almeno in versione italiana ed inglese (opzionalmente su proposta dell'offerente, lingua tedesca);
- approccio informativo con ricerca testuale e cartografica;
- articolazione degli spazi in modo da favorire la documentazione fotografica e video, con lunghezza ridotta delle parti testuali;
- progettazione modulare della grafica delle pagine in base a dimensione e contenuti;
- definizione di un numero minimo di contenuti digitali per pagina;
- definizione di un modulo per i contenuti costantemente in evidenza;



GIUNTA REGIONALE

- gestione di un modulo per campagne con banner multiformato schedulabili per inizio e durata di pubblicazione. Visualizzazioni contestualizzabili alla navigazione;
- rispetto delle norme e delle direttive sulla realizzazione, accessibilità e usabilità dei siti Internet secondo quanto definito da:
 - Legge 9 gennaio 2004, n. 4 (Legge Stanca), D.P.R. 1 marzo 2005, n. 75, Decreto Ministero Innovazione e Tecnologie dell'8 luglio 2005, ed ogni altro provvedimento loro collegato. Si ricorda che il non rispetto della Legge 4/2004 nello sviluppo di applicazioni Web per la Pubblica Amministrazione è motivo di nullità dei contratti (cfr. art.4 c.2);
 - Linee guida per l'accessibilità dei contenuti Web (WCAG) 2.0
 - <http://www.w3.org/Translations/WCAG20-it/>;
 - Mobile Web Best Practices 1.0
 - <http://www.w3.org/TR/mobile-bp/>;
 - Direttiva della Presidenza del Consiglio dei Ministri - Dipartimento per l'innovazione e le tecnologie del 27 luglio 2005 recante "Qualità dei servizi online e misurazione della soddisfazione degli utenti".



GIUNTA REGIONALE

9. LA SOLUZIONE PROGETTUALE – I SERVIZI REDAZIONALI PER LA PRIMA PUBBLICAZIONE DEI PORTALI WEB

I servizi redazionali per la prima pubblicazione dei portali web comprendono tutto ciò che è necessario per garantire la fruibilità delle informazioni previste secondo gli standard indicati nell'offerta tecnica e nel presente capitolato speciale d'appalto (produzione, rielaborazione e integrazione nei siti web di tutte le informazioni testuali e di altro genere necessarie a documentare esaurientemente le varie sezioni del sito, secondo quanto stabilito nel presente capitolato e nell'offerta tecnica, adattamento grafico, conversione formati, link alle varie banche dati, ecc.), compreso dunque innanzitutto il recupero, anche attraverso collegamenti, e la rielaborazione delle risorse informative disponibili, inerenti il territorio amministrato. Ad ogni modo sarà possibile utilizzare i contenuti realizzati dai soggetti aggiudicatari di altri bandi, di questa Stazione Appaltante, contestuali al presente. Resta sempre l'obbligo da parte dell'aggiudicatario del rispetto dei tempi di consegna, per cui lo stesso dovrà adoperarsi nell'ottenimento dei contenuti necessari per la realizzazione e delle relative traduzioni.

Per l'intera piattaforma realizzata con questo intervento dovrà essere garantito il servizio di popolamento contenuti a cura dell'aggiudicatario almeno in lingua italiana ed inglese, opzionalmente, in aggiunta a cura dell'offerente, potrà essere proposta anche la lingua tedesca. Si rammenta che le fonti relative ai contenuti relativi alla prima pubblicazione saranno indicate dalla Stazione Appaltante e che sarà cura della società contraente garantire la traduzione almeno in lingua inglese ed opzionalmente (con attribuzione di maggior punteggio in sede di valutazione tecnica) in lingua tedesca.

Riguardo il portale della sentieristica, dovrà in ogni caso essere assicurati la trasposizione su "Google Maps", la produzione di file formato .gpx e .kml e la pubblicazione sul sito delle mappe così ottenute dalle mappe originali, descrittive degli itinerari escursionistici. Le mappe dovranno essere affiancate in modo comprensibile per il lettore dai testi descrittivi delle singole tratte o itinerari ad anello.

Per la pubblicazione definitiva delle varie informazioni è necessaria sempre la preventiva validazione della Stazione Appaltante, con riferimento sia alla correttezza dei contenuti, sia alla effettiva fruibilità degli stessi, sia alla correttezza formale delle modalità di presentazione delle stesse.



GIUNTA REGIONALE

MACROVOCE 5 – UFFICIO STAMPA

10. LA SOLUZIONE PROGETTUALE: UFFICIO STAMPA, SERVIZI DI REDAZIONE WEB E SOCIAL MEDIA MARKETING

L'80% della domanda turistica nazionale ed internazionale utilizza Internet per scoprire una destinazione turistica ed organizzare un viaggio o un soggiorno e più del 50% dei potenziali turisti acquista direttamente online, con l'e-commerce, la propria vacanza dopo aver scelto "l'acquisto" sulla base di narrazioni di altri turisti, che il web oggi ospita in dimensioni ed accessibilità sempre più ampie ed articolate. Pertanto le nuove pratiche online e i nuovi strumenti digitali fanno dell'e-tourism un fattore chiave per accrescere la visibilità, la notorietà, la reputazione ed in un'ultima analisi, la competitività nel mercato globale del turismo di una destinazione turistica e dei suoi brand territoriali e di prodotto.

Riguardo a questa attività progettuale, l'offerta dovrà prevedere almeno il servizio di:

- ufficio stampa internazionale;
- presidio mantenimento, animazione e sviluppo di tutto l'ecosistema digitale implementato almeno in lingua italiana ed inglese (opzionale in aggiunta a cura dell'offerente anche la lingua tedesca), anche attraverso la fornitura di un servizio di redazione web per il tramite di un "team internazionale" appositamente messo a disposizione dall'aggiudicatario;
- progettazione, elaborazione ed implementazione di una strategia di web marketing, nel senso più ampio del termine, web advertising, content marketing, SEO, ivi incluse azioni di social media marketing etc, etc.. in armonia con la strategia di marketing generale e, nello specifico, realizzata tramite l'ecosistema digitale oggetto del presente intervento, per la promozione turistica del Distretto Turistico del Gran Sasso nei mercati obiettivo del Distretto stesso;

Nel dettaglio l'aggiudicatario dovrà predisporre una proposta tecnico-progettuale in cui illustrerà la propria visione progettuale e modalità di esecuzione riguardo le seguenti azioni:

1. Realizzare attività di PR tramite un ufficio stampa con esperienza nazionale ed internazionale, per produzione di comunicati stampa, per selezionare, rendere "notiziabile" e veicolare il flusso delle informazioni verso gli organi di informazione, ottenere la maggiore visibilità possibile sui media; per la creatività e progettazione di flyers locandine e manifesti, cartelle stampa, grafica digitale e quanto necessario di supporto all'organizzazione di conferenze stampa, editoriali e PR sul web e non; per organizzare conferenze stampa e supportare con comunicati ad hoc eventi e manifestazioni del



GIUNTA REGIONALE

progetto; per coinvolgere i giornalisti e offrire loro spunti per servizi e approfondimenti. L'ufficio stampa lavorerà a stretto contatto con il coordinatore del progetto e contribuirà, anche attraverso la collaborazione di tutti i partner di progetto "Gran Sasso d'Italia Experience", nel reperimento dei materiali, dei programmi e in genere dei contenuti da comunicare, lavorando a stretto contatto anche con i professionisti della comunicazione e collaborando alla pianificazione della campagna promozionale, del brand della destinazione turistica. Si dovranno prevedere almeno una conferenza stampa di "lancio" del progetto e del brand, conferenze stampa di presentazione delle singole iniziative; Una visita guidata per giornalisti; una conferenza stampa di chiusura; comunicati per qualsiasi evento, progetto, riflessione o testimonianza legati al progetto. La proposta progettuale dovrà contenere un piano editoriale organizzato in base alla stagionalità, agli eventi in corso etc.. etc.. sul territorio, che garantisca almeno un uscita quindicinale e garantisca adeguati livelli di servizio in termini di numero comunicati prodotti;

2. Ideare, progettare e realizzare una strategia di web marketing, che definisca obiettivi qualitativi e quantitativi, quali a titolo non esaustivo, il raggiungimento di un congruo numero di fan/followers della community del Distretto Turistico del Gran Sasso, della qualità di engagement, di monitoraggio degli hastag, di definizione del tono di voce per ciascun canale social, della logica di colloquio, dell'illustrazione delle modalità di creazione di reti di condivisione per "ingaggiare" utenti e influencer nel settore travel etc... etc...;
3. Progettazione di un piano editoriale di redazione web, indicando, a titolo non esaustivo, il numero minimo di post giornalieri garantito per ciascun canale (che non dovrà essere inferiore a 2 post giornalieri diversificati per piattaforma e per lingua), siti web inclusi, giorni festivi inclusi, e conseguente produzione di contenuti, presidio, mantenimento ed animazione dell'intero ecosistema digitale di promozione turistica del Distretto Turistico del Gran Sasso indicando le modalità di attuazione ed i relativi SLA-Service Level Agreements che saranno garantiti dall'aggiudicataria per tutta la durata del periodo di servizio nell'ambito dello svolgimento del servizio, esplicitando le migliori e corrette modalità operative per l'attuazione di questo intervento (indicando ad esempio il tempo medio di attesa per fornire risposta ad un quesito proveniente dalla user's base, modalità previste per la moderazione dei contenuti etc... etc...) prevedendo, ove ritenuto opportuno, anche la creazione di specifici TAB e/o microapplicazioni software che interfaccino i profili social attivi, nonché la creazione ed il mantenimento di nuovi account istituzionali del Distretto all'interno di nuovi social network turisticamente rilevanti, che dovessero affermarsi anche nel corso del periodo di servizio – vedasi paragrafo Adaptive Management;
4. Realizzare di almeno num.3 (tre) report di sentiment analysis effettuati con strumenti



GIUNTA REGIONALE

innovativi uno iniziale, uno di medio termine e l'ultimo di fine periodo al fine di conseguire una costante azione di listening (pre-strategia, in itinere e come follow up) e di tracciamento delle conversazioni on line riguardanti il turismo in Abruzzo. Detti report riguarderanno i principali siti, forum, wiki, blog di ambito turistico e ogni altro mezzo di comunicazione online, sulla materia, ritenuto opportuno per le finalità da raggiungere;

5. Progettare, implementare e realizzare di campagne di web marketing e di social media marketing sia italiane che estere sui mercati di riferimento del Distretto al fine di promuovere e valorizzare il brand del Distretto, indicando la percentuale di budget che sarà assegnata alle azioni di advertising, **che non potrà essere inferiore al 15% del budget di progetto;**
6. Training/affiancamento on the job al team di redazione della Stazione Appaltante in ordine al corretto uso degli strumenti web 2.0 (social network, dei travel blogs, social media) individuati nel progetto presentato. Dovrà inoltre essere descritta la metodologia ed il flusso operativo per garantire l'organizzazione di una o più modalità di coordinamento diretto con i referenti tecnici del progetto che, nel rispetto dei principi di efficacia e efficienza, preveda costanti contatti e colloqui con i referenti della Stazione Appaltante, finalizzati a un monitoraggio continuo delle attività in essere ed anche per la diffusione di conoscenza organizzativa e di contenuti.

MACROVOCE 6 – SOCIAL TOUR

Sarà cura dell'aggiudicatario altresì progettare e realizzare almeno 2 eventi internazionali (cioè afferenti ai mercati obiettivo della promozione turistica regionale del Distretto Turistico del Gran Sasso: Italia, Germania, Olanda, Inghilterra, Francia, Austria, di natura promo-pubblicitaria e commerciali in ambito "web 2.0", uno estivo ed uno invernale, quali ad esempio Social Tour, Blog Tour, Insta-Tour, Invasione Digitale, che prevedano la presenza per almeno due giorni sul territorio del Distretto di almeno 10 tra Bloggers e/o Instagramers e/o Internet Influencer specializzati nel racconto, storytelling e promozione/comunicazione delle Destinazioni Turistiche sul web; sarà cura dell'aggiudicatario illustrare le modalità di selezione, recruiting degli influencer, indicando garanzie, obiettivi che si raggiungeranno in termini di visibilità e brand awareness del Distretto, descrivendo accuratamente la logistica relativa all'organizzazione dei due eventi ed avendo cura di coprire tutte le spese vive afferenti agli eventi stessi, transfer, soggiorni, pernotti, pasti, fee ospiti, connettività internet etc... ;



GIUNTA REGIONALE

MACROVOCE 7 – FORMAZIONE E ALFABETIZZAZIONE

12. LA SOLUZIONE PROGETTUALE: FORMAZIONE E ALFABETIZZAZIONE STAKEHOLDERS DEL TERRITORIO DEL DISTRETTO TURISTICO DEL GRAN SASSO

Il linguaggio utilizzato dagli esperti per descrivere anche le soluzioni efficaci da adottare per essere performanti sul web è esso stesso così evoluto che ai più spesso rischia di essere incomprensibile. Ciò significa, per esempio, che se un proprietario di una struttura ricettiva e di servizi non è in grado di comprendere il linguaggio del suo consulente informatico non è necessariamente in grado di comprendere la validità delle proposte. Si rende pertanto necessaria un'attività di formazione ed alfabetizzazione, che il soggetto affidatario dovrà compiere nei confronti degli operatori turistici pubblici e privati, al fine di fornire alcune basi per comprendere le evoluzioni e l'utilizzo dei moderni sistemi. Certamente la formazione non potrà essere professionale ma sarà invece importante per far comprendere quali azioni adottare, per esempio nei confronti dei social network, dei blog ed altro ancora, per promuovere in modo competitivo la propria azienda e lo stesso territorio concepito come "destinazione turistica".

Conseguentemente si rende necessario realizzare un'attività di formazione "alfabetizzazione" rivolta agli operatori turistici pubblici e privati finalizzata allo sviluppo del web marketing della destinazione turistica e dei servizi.

La ditta dovrà quindi prevedere la realizzazione, "chiavi in mano", di almeno num.2 iniziative di formazione-informazione rivolte agli stakeholders - Enti Locali, Pro Loco, Associazioni di Categoria e Strutture Ricettive- del territorio regionale per diffondere la cultura dell'utilizzo degli strumenti web 2.0 e di web marketing ed anche per avviare un modello operativo redazionale, sotto il coordinamento della Stazione Appaltante, di collaborazione tra tutti gli attori del segmento turistico regionale, per rafforzare l'efficacia della promozione turistica delle destinazioni locali attraverso la forza comunicativa dell'intero brand di Destinazione. L'organizzazione di ulteriori giornate formative prevedere l'attribuzione di punteggio maggiore in sede di valutazione tecnica della procedura di gara da parte della Commissione Giudicatrice.

Si comunica altresì la possibilità di valutare la possibilità di effettuare ulteriori attività di formazione durante i convegni complementari a Workshop Turistici organizzati dal Distretto Turistico del Gran Sasso. (la scelta di questa opzione non darà luogo a maggiore punteggio in sede di valutazione tecnica dei progetti a cura della Commissione Giudicatrice).



GIUNTA REGIONALE

13. RAPPORTO DI AFFIANCAMENTO E COORDINAMENTO CON IL PERSONALE DELLA STAZIONE APPALTANTE

Il contraente dovrà operare a stretto contatto con i referenti della Stazione Appaltante, condividendo strategie e operatività e dando seguito ad attività necessarie all'effettuazione della strategia di web marketing condivisa ed alle sue evoluzioni. Dovranno essere previsti pertanto:

- riunioni periodiche sullo stato di avanzamento lavori;
- formazione on the job del team di redazione del Distretto, in ordine alle tecniche utilizzate, in particolare modo agli strumenti web 2.0 e alla loro interconnessione con portale, APP e tutti gli altri canali di comunicazione on line attivati;
- revisioni ed evoluzione della strategia e della sua operatività in seguito a istanze formulate dalla stazione appaltante ed a necessità evolutive dettate dal mercato di riferimento;
- Individuazione di una figura di coordinamento delle attività di progetto.

L'offerta dovrà contenere la descrizione del Gruppo di lavoro, attraverso l'esposizione articolata e dettagliata:

- dell'approccio metodologico proposto per l'organizzazione del servizio, con particolare riferimento alla descrizione che l'offerente intende applicare durante l'esecuzione del contratto;
- della composizione del gruppo di lavoro con l'indicazione del numero e la descrizione delle singole professionalità e, per ognuna di esse, delle esperienze unitamente ad una dichiarazione di impegno del medesimo a prestare la propria attività per i servizi oggetto dell'appalto con allegata copia di documento d'identità valido dell'eventuale sottoscrittore individuato, con l'indicazione del responsabile e del ruolo di ognuno particolarmente per quanto attiene ai settori di social media marketing e comunicazione pubblicitaria;
- del modello organizzativo (struttura organizzativa e del sistema dei ruoli) che si intende adottare per realizzare le attività previste nel presente documento, con l'indicazione delle funzioni svolte dalle singole figure professionali all'interno del Gruppo di Lavoro e le modalità di utilizzo delle stesse per lo svolgimento di ogni singola prestazione individuata;
- delle modalità di contatto del Gruppo di Lavoro e/o delle figure professionali con la Stazione Appaltante.

La composizione del gruppo di lavoro non potrà essere modificata in tempi successivi alla sua prima presentazione se non con il consenso esplicito e formale della Stazione Appaltante.



GIUNTA REGIONALE

In caso di figure non ancora individuate è obbligatorio indicare il profilo dettagliato della figura professionale che sarà utilizzato. Per le lingue straniere, stante la rilevanza di attivare una corretta strategia di engagement, si ritiene obbligatorio avere nell'organico dell'Ufficio Stampa/ Redazione almeno una figura di madrelingua per ciascuna lingua estera.

Verrà attribuito un maggior punteggio a coloro che indicano persone di riferimento rispetto a coloro che indicano mere figure professionali ancora da selezionare.

14. MODALITA' DI EROGAZIONE DEL PROGETTO

Il progetto prevede due milestone, la prima è legata alla realizzazione e predisposizione dei portali web del Distretto Turistico del Gran Sasso con i relativi servizi redazionali per la prima pubblicazione dei portali.

Al termine di questa attività avranno avvio i servizi di assistenza e manutenzione ordinaria dei portali web, per la durata di 12 mesi.

La seconda attività di Ufficio Stampa e Redazione Web erogata per il tramite di un Team Internazionale proposto a cura dell'aggiudicatario della durata di un anno avrà inizio successivamente al termine della attività di sviluppo e dei servizi di prima pubblicazione dei portali web.

Attenzione

La Stazione Appaltante si riserva di eseguire audit mirati alla verifica del rispetto degli standard architettonici e di sicurezza. In caso di non conformità il fornitore sarà tenuto, senza alcun onere per l'Amministrazione, ad adeguare le applicazioni agli standard di cui sopra.