

PROMOSSO DA

IN COLLABORAZIONE CON



**DIGITAL
TOURISM**

DIGITAL TOURISM VENETO ON TOUR



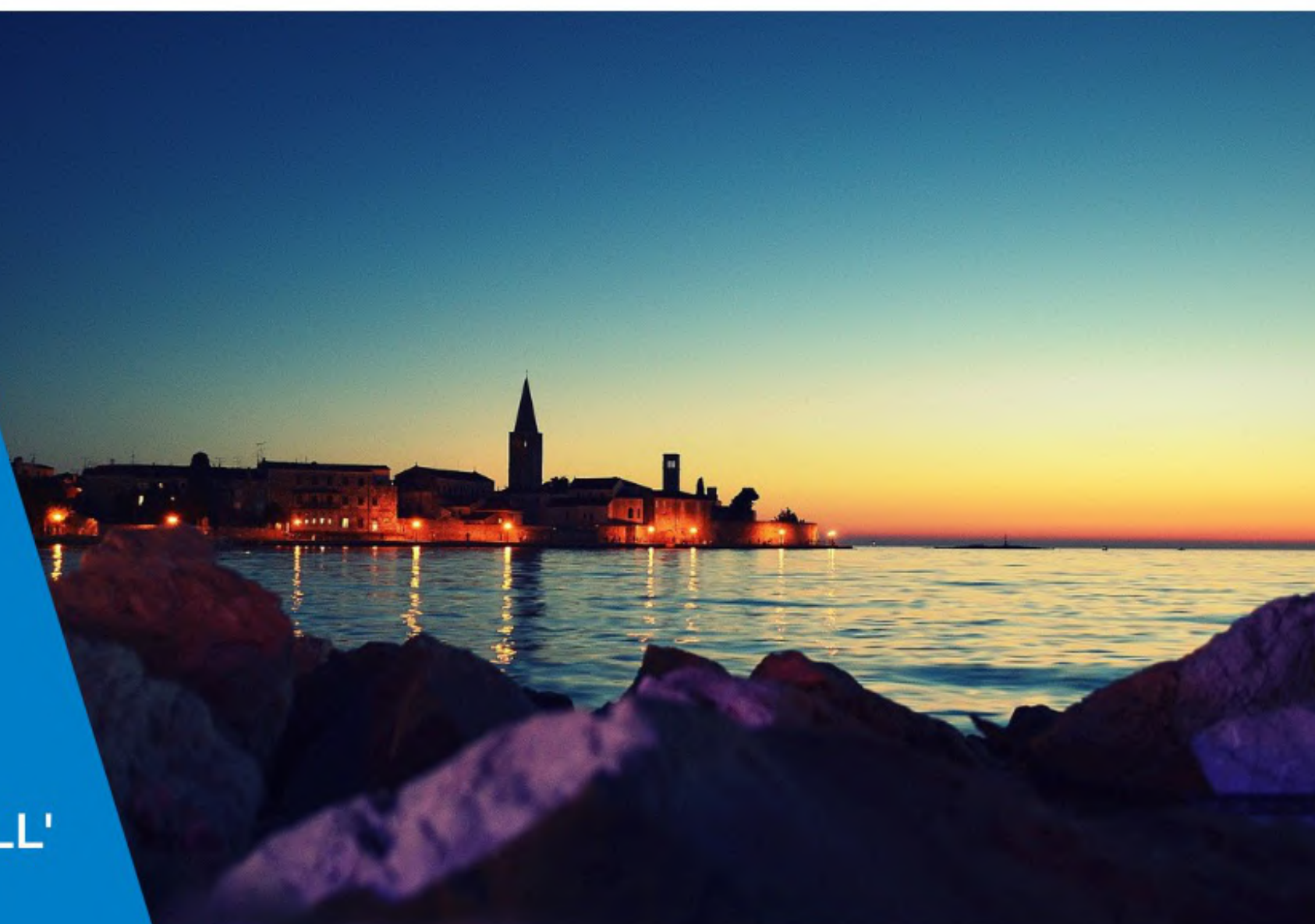
28 GENNAIO



14.30



CAORLE, FIERA DELL'
ALTO ADRIATICO



Caorle
Smart Family Destination

Chiara Comirato

28 GENNAIO 2026



Caorle destinazione assegnataria (FESR 2021–2027, Az. 1.2.4)

- 1ª edizione (DGR 1639/2023)

Bando: organizzazione dell'offerta turistica sul digitale (uso

DMS regionale + azioni pilota Ecosistema Digitale Veneto)

- 2ª edizione (DGR 154 del 18/02/2025)

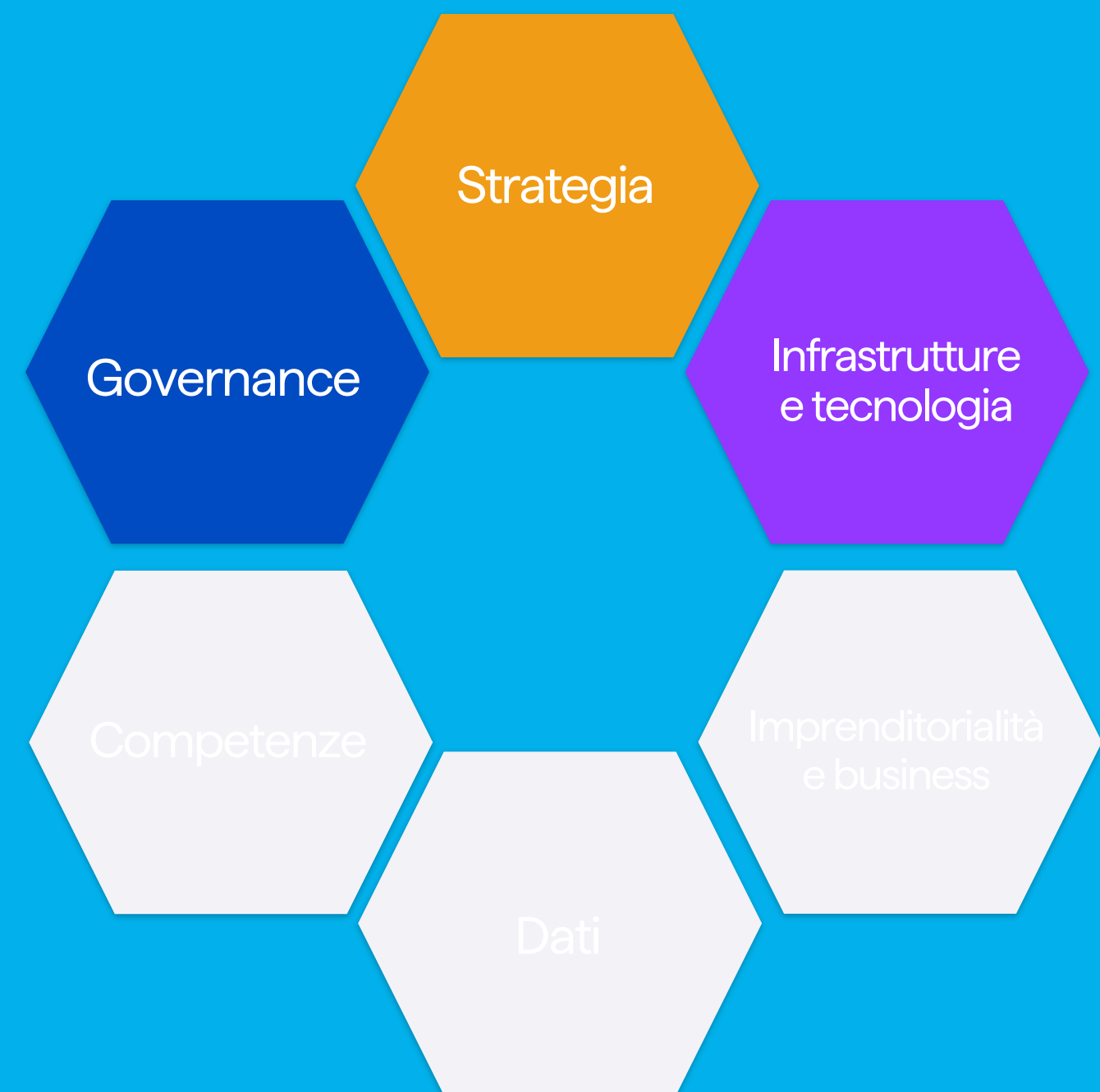
Bando: evoluzione delle destinazioni turistiche venete in

Smart Tourism Destination (seconda edizione)

Le azioni derivanti costituiscono un **sistema integrato finalizzato all'implementazione della “smartness”**, attraverso l'interconnessione tra governance, dati, infrastruttura digitale e competenze.

1

Nuovo sito web e integrazione con il DMS regionale



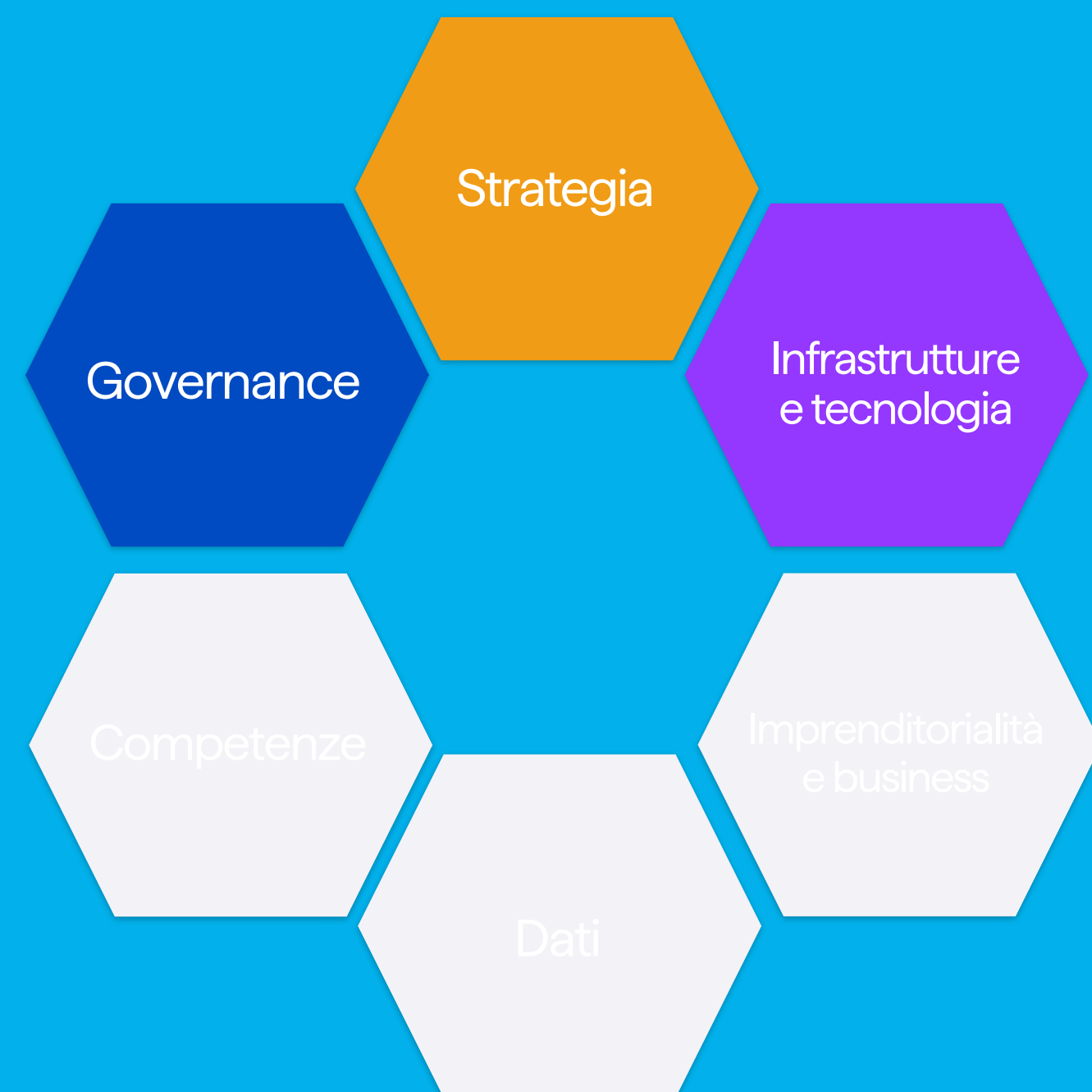
Caorle Smart Tourism Destination

Il DMS Regione Veneto Integrato nel Nuovo Sito di Caorle



1

Nuovo sito web e integrazione con il DMS regionale



La creazione del nuovo sito è pensata lungo tutto il percorso del visitatore ed è legata in modo esplicito all'integrazione con le funzionalità del DMS regionale.

Un sito che accompagna l'utente, non solo lo informa:

- migliore percezione di ospitalità e accoglienza;
- più efficacia per famiglie e mercati esteri;
- maggiori probabilità di conversione;
- maggiore controllo sull'esperienza digitale della destinazione;
- base solida e scalabile per evoluzioni future;

Caorle si posiziona come destinazione moderna, accessibile e orientata alle persone e soprattutto alle famiglie.

Evoluzione (Bando 2^a ed.): il sito si trasforma in un ecosistema "Caorle Experience", con possibilità di e-commerce e quindi commercializzazione e con l'integrazione di una web app. La prenotazione integrata e biglietteria digitale diventa il "layer di conversione" del portale

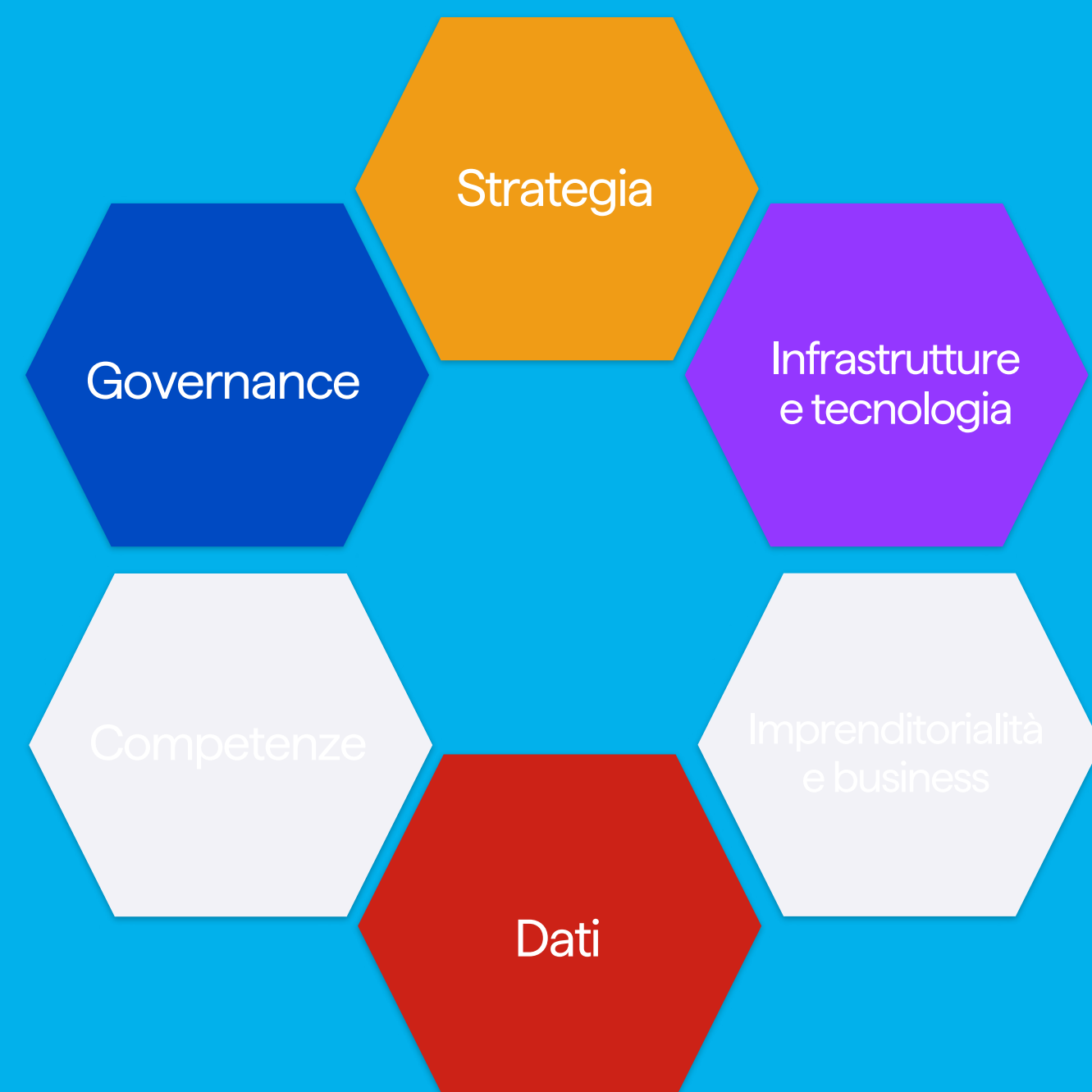
2

Business intelligence e interoperabilità con OTRF

1. Creazione di un cruscotto turistico di destinazione che dialoga con OTRF come strumento operativo
2. Integrazione delle dashboard nel sito di destinazione per rendere i dati accessibili

Dataset: dati turistici ufficiali, dati qualitativi reputazionali, indicatori economici, dati predittivi, open data, telco, dati proprietari

Evoluzione (Bando 2^a ed.): il cruscotto diventa una BI più “operativa” e avanzata, con integrazione di ulteriori dati e report più specifici, utili per decisioni e ottimizzazione di servizi e promozione

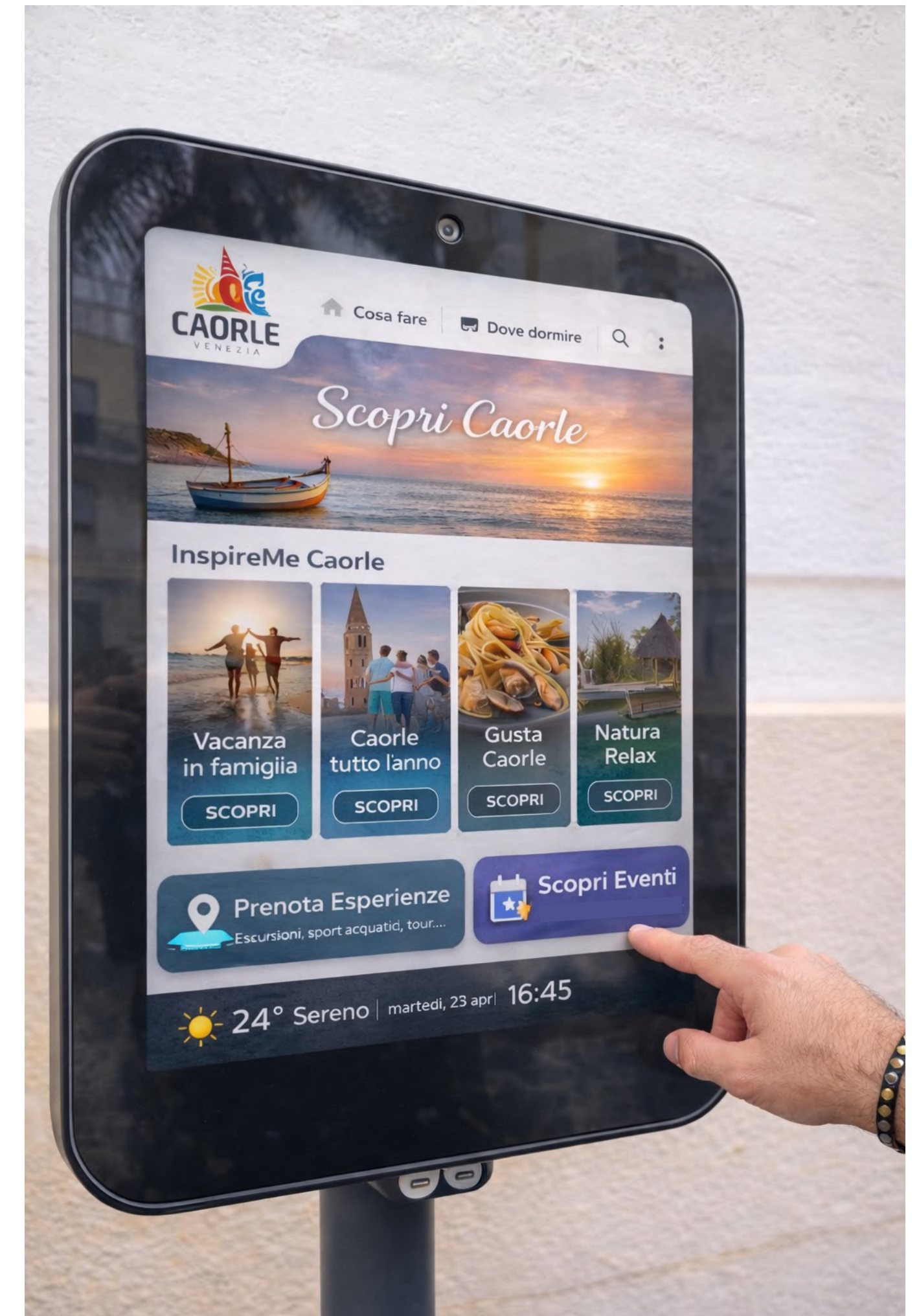
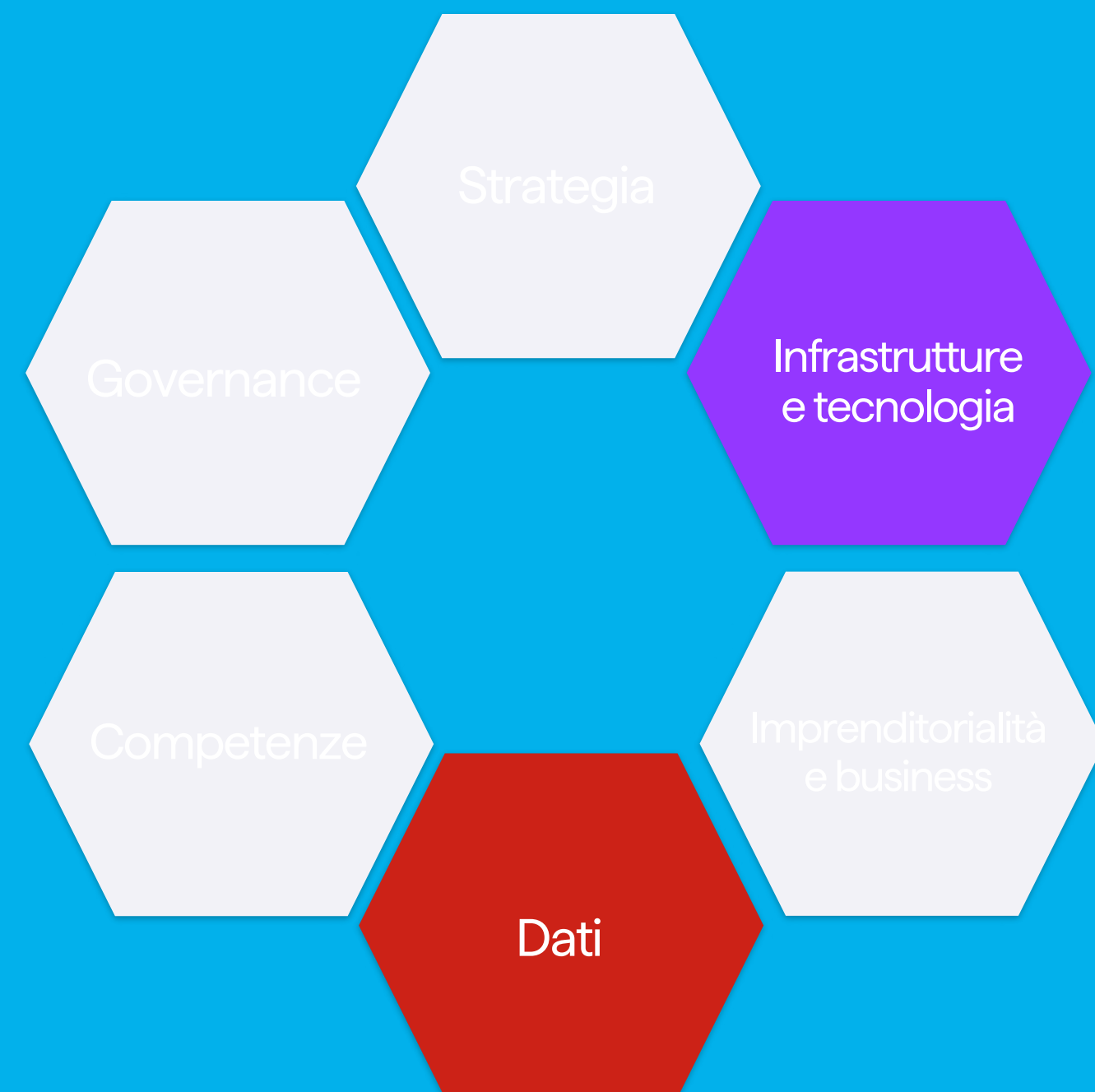


OTRF OSSERVATORIO
DEL TURISMO
REGIONALE
FEDERATO



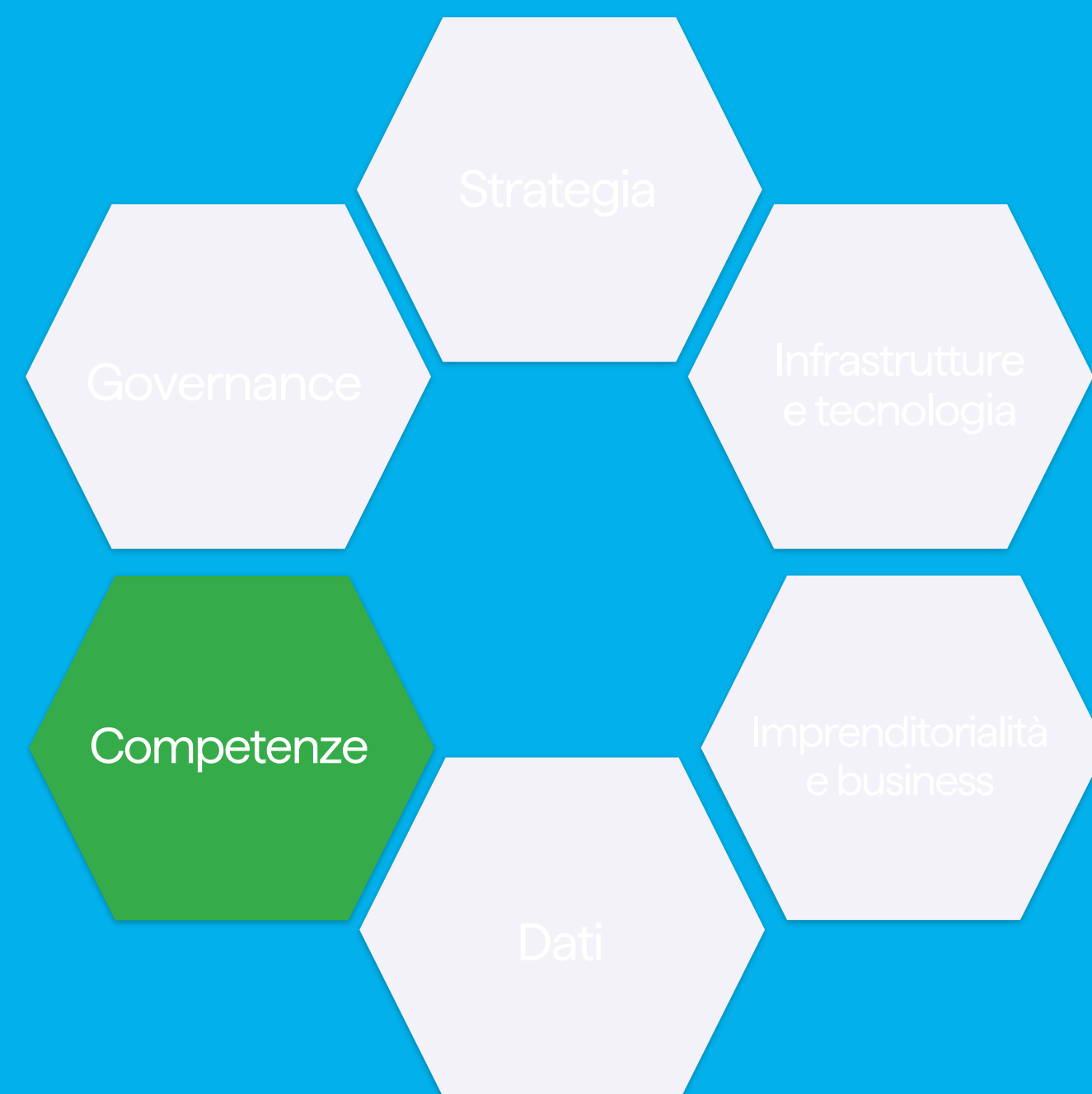
3

Acquisizione di strumenti



3

Competenze e web angels



Senza capacità diffuse, la tecnologia non diventa smart

La tecnologia diventa davvero smart solo quando viene usata bene. In questo quadro, i Web Angels non sono un supporto una tantum, ma un servizio continuativo di affiancamento alle imprese per utilizzare in modo efficace gli strumenti messi a disposizione della destinazione, in particolare:



- DMS regionale: per inserire, aggiornare e mantenere correttamente i contenuti
- Portale/sito di destinazione (e web app)
- Dashboard di Destinazione per leggere i principali indicatori e utilizzare i dati a supporto di scelte operative e di promozione

La seconda edizione, oltre a consolidare quanto avviato, introduce moduli che completano il percorso: migliorano la qualità dell'offerta, amplificano la comunicazione e rafforzano anche la sostenibilità.



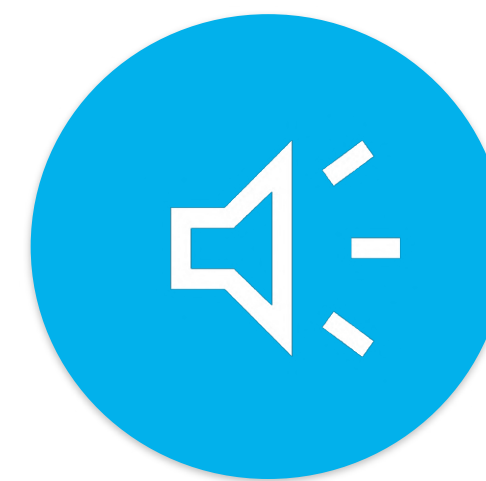
Esperienze immersive

(AR, gamification, tour 360, mappe/percorsi)



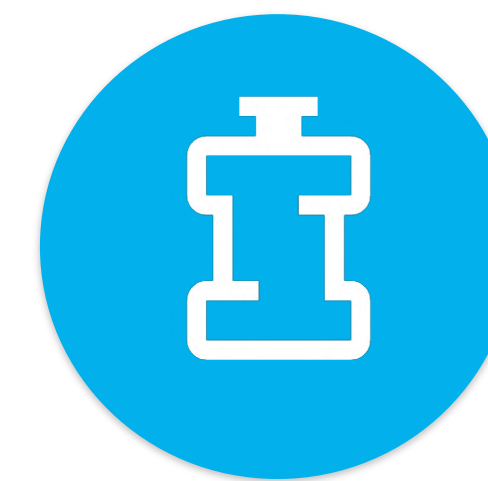
Pacchetti personalizzati

(vacanza family, vacanza attiva...)



Marketing digitale e influencer strategy

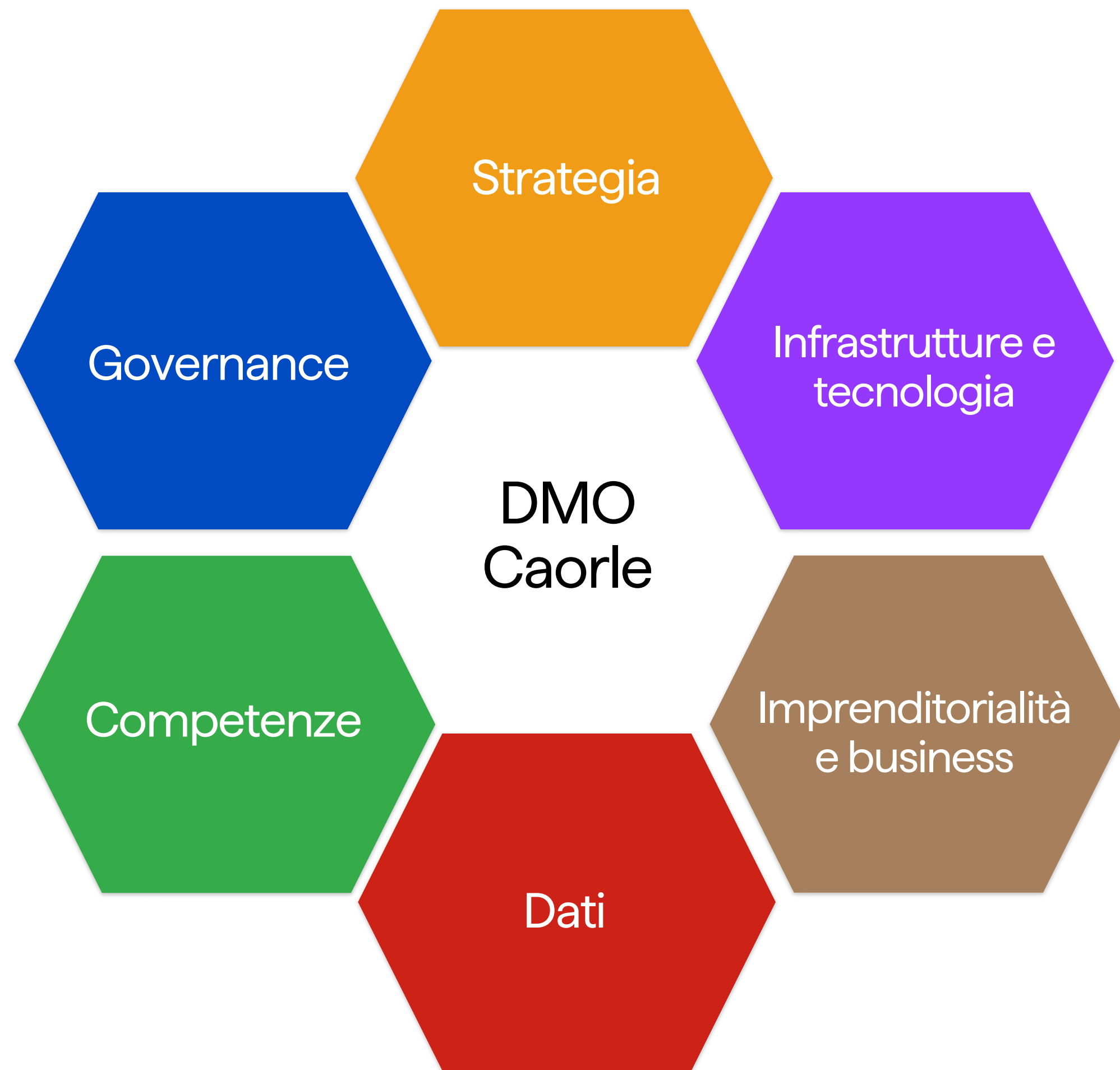
come amplificatore del funnel



Azioni plastic free

Ma come si rende possibile tutto questo?

Con una combinazione di governance e strategia di destinazione chiare, guidate dalla DMO Caorle.





GRAZIE