

PIANO DI AZIONE – PLAN D’ACTION

Gruppo tematico – Groupe thématique * : ICT+Comarketing+Governance

<p>Output/Realizzazione di progetto da integrare (Input) <i>Subjet/Realisation de projet à intégrer (Input)</i></p> <p>Specificare la realizzazione del progetto che sarà integrata con le realizzazioni degli altri progetti al fine di raggiungere l'output finale <i>Préciser la réalisation du projet qui sera intégrée aux réalisations d'autres projets afin d'atteindre le résultat final</i></p>	<p>Progetto di "provenienza" <i>Projet d'origine</i></p> <p>Specificare il progetto di provenienza da integrare <i>Préciser le projet d'origine de la réalisation à intégrer</i></p>	<p>Modalità di integrazione <i>Modes de l'intégration</i></p> <p>Specificare le modalità di integrazione scelte <i>Préciser les méthodes d'intégration choisies</i></p> <p>Es: sviluppo interoperabilità fra più portali; coordinamento dei vari marchi turistici previsti <i>Ex: développement de l'interopérabilité entre plusieurs portails; coordination des différents marques touristiques envisagées.</i></p>	<p>Specificare le azioni concrete per la realizzazione dell'integrazione <i>Préciser les actions concrètes pour réaliser l'intégration</i></p> <p>Es: messa in comune dei db, sviluppo API; sviluppo linea grafica comune <i>Ex: partage de base de données; développement d'API; développement de lignes graphiques communes.</i></p>	<p>Valore aggiunto dell'integrazione <i>Valeur ajoutée de l'intégration</i></p> <p>Valore aggiunto di integrazione <i>Valeur ajoutée de l'intégration</i></p> <p>L'integrazione dei diversi output porta un valore aggiunto a livello transfrontaliero? <i>L'intégration des différents résultats apporte-t-elle une valeur ajoutée au niveau transfrontalier? Si oui, lequel et pourquoi?</i></p>	<p>Misure da mettere in atto per assicurare la durata della realizzazione integrata nel tempo <i>Mesures à mettre en œuvre pour assurer la durée de réalisation intégrée dans le temps</i></p> <p>Es: integrazione dei db nei portali regionali <i>Ex: intégration de la db dans les portails régionaux</i></p>	<p>Rete di attori/organismi coinvolti <i>Réseau d'acteurs/organismes impliqués</i></p> <p>Quali sono gli attori e gli organismi che devono essere coinvolti affinché il risultato dell'integrazione sia sostenibile nel tempo <i>Quels acteurs et organisations doivent être impliqués pour que le résultat de l'intégration soit durable dans le temps?</i></p> <p>Es: coinvolgimento Agenzie regionali responsabili dei portali di promozione turistica <i>Ex: participation des agences régionales responsables des portails de promotion du tourisme</i></p>	<p>Misure da mettere in atto per assicurare la durata della rete nel tempo <i>Mesures à mettre en œuvre pour assurer la pérennité du réseau dans le temps</i></p> <p>Quali misure è necessario mettere in atto affinché la rete creata sia sostenibile nel tempo <i>Quelles sont les mesures à prendre pour que le réseau créé soit durable dans le temps?</i></p> <p>Es: formalizzazione della rete etc. <i>Ex: formalisation du réseau etc.</i></p>	<p>Specificare se l'integrazione porta allo sviluppo di nuove realizzazioni non previste <i>Préciser si l'intégration conduit au développement de nouvelles réalisations imprévues</i></p> <p>È possibile che l'integrazione preveda delle nuove realizzazioni o l'implementazione di realizzazioni già esistenti. In questo caso specificare quali. <i>Il est possible que l'intégration porte sur des projets nouveaux ou existants. Dans ce cas, précisez lesquelles.</i></p>	<p>Risorsa per lo sviluppo della realizzazione <i>Ressources pour le développement de la réalisation</i></p> <p>Nel caso emerga la necessità di risorse per lo sviluppo della realizzazione specificare quali. <i>Dans le cas où le besoin de ressources pour le développement de la réalisation se fait sentir, veuillez préciser lesquelles.</i></p>
<p>Db con tutte le mappature turistico territoriali realizzare dai progetti <i>Db avec toutes les cartographies touristiques territoriales réalisées par les projets</i></p>	<p>Cambusa, Vivimede...</p>	<p>Inserimento di tutte le mappature in un db informatizzato <i>Saisie de tous les mappages dans une base de données informatique</i></p>	<p>Studio delle mappature realizzate, importazioni dei db informatizzati (ove esistenti) in un unico db generale <i>Etude des mappings effectués, importations de la base de données informatique (s'il y a existé) à une seule base générale</i></p>	<p>Creazione di un db utile ai progetti futuri ma anche a tutti gli stakeholder del turismo <i>Création d'un db utile pour les futurs projets mais aussi pour tous les acteurs du tourisme</i></p>	<p>AuG dovrebbe realizzare il db <i>AuG devrait réaliser le db</i></p>	<p>AuG e consorzi di progetto <i>AuG et consortiums de projets</i></p>	<p>AuG</p>	<p>Db delle mappature turistico territoriali <i>Db des Cartographies touristique territoriale</i></p>	<p>La realizzazione di un db informativo ha un costo <i>La création d'une base de données informatique a un coût</i></p>
<p>Db degli itinerari realizzati da mettere a disposizione dei portali regionali ecc <i>Db des itinéraires créés pour être mis à disposition des portails régionaux etc.</i></p>	<p>Intense-SD (Ecostrim, Prometea, Itineri Romanica, Mare di Agrumi,Itaca, Tesori Nascosti, Treno, Sistina...) <i>Intense - SD (Ecostrim, Prometea, Route romane, Mer d'agumes, Itaque, Trésors cachés, Train, Sistine...)</i></p>	<p>Integrazione in un unico db degli itinerari <i>Intégration d'itinéraires dans une base de données unique</i></p>	<p>Definizione di uno standard comune (vedi Modello dei dati di Intense) e studio dei contenuti di ogni itinerario e creazione di un db e di un sistema informativo comune (vedi sistema SIN2 di Intense) NB: collegato alla definizione di una Linea guida sui contenuti (vedi Linee guida Terrag3) <i>Définition d'un standard commun (voir modèle de données Intense) et étude du contenu de chaque itinéraire et création d'une base de données et d'un système d'information commun (voir système SIN2 Intense) NB: lié à la définition d'une directive sur les Contenu (voir le guide Lignes Terrag3)</i></p>	<p>Creazione di un sistema di itinerari integrati a beneficio dei turisti e degli operatori turistici <i>Création d'un système d'itinéraires intégrés au profit des touristes et tour-opérateurs</i></p>	<p>Aggiornamento costante dei dati attraverso il sistema informativo SIN2 <i>Mise à jour constante des données à travers le système d'information SIN2</i></p>	<p>Enti detentori dei dati, Servizi regionali che si occupano dell'editing delle schede INTENSE, associazioni legate al ciclo escursionistico italiano (Es. CAI, FIAI) e francesi (Es. CAF, FUIB), consorzi di progetto <i>Organismes de données, services régionaux chargés de l'édition des fichiers INTENSE, associations liées à la randonnée à vélo en Italie (par exemple CAI, FIAI) et en France (par exemple CAF, FUIB), consortiums de projets</i></p>	<p>Piano di azione con Regioni, detentori dei dati, associazioni legate agli itinerari ecc. <i>Plan d'action avec: les régions, les détenteurs de données, les associations liées aux itinéraires, etc.</i></p>	<p>Creazione di un db degli itinerari. L'integrazione/adattamento dell'architettura di SIN2 a contesti di altri progetti richiederebbe ulteriori sviluppi in campo ICT <i>Création d'une base de données des itinéraires. L'intégration / adaptation de l'architecture de SIN2 aux contextes d'autres projets nécessiterait de nouveaux développements dans le domaine des TIC</i></p>	<p>costi informatici per la modifica dei dati da adattare al modello INTENSE e risorse finanziarie per adottare SIN2 ad altri contesti. <i>Coûts informatiques pour la modification des données à adapter au modèle INTENSE et ressources financières pour adapter SIN2 à d'autres contextes.</i></p>
<p>Modello di Governance integrato degli itinerari e delle destinazioni/prodotti turistici transfrontalieri <i>Modèle de gouvernance intégrée des itinéraires et destinations / produits touristiques transfrontaliers</i></p>	<p>INTENSE, NEPTUNE, STRATUS, VIVIMED, PROMETEIA, SMART DESTINATION, MARE DI AGRUMI, ART LAB NET <i>INTENSE, NEPTUNE, STRATUS, VIVIMED, PROMETEIA, SMART DESTINATION, MER D'AGRUMES, ART LAB NET</i></p>	<p>Modello di Governance integrato degli itinerari e delle destinazioni dell'area transfrontaliera <i>Modèle de gouvernance intégrée des itinéraires et des destinations de l'espace transfrontalier</i></p>	<p>Integrazione del Modello di governance INTENSE con quelli degli altri progetti attraverso l'analisi delle strategie di governance elaborate; istituzione di un tavolo tecnico tra i diversi progetti; definizione degli obiettivi e degli stakeholder <i>Intégration du modèle de gouvernance INTENSE avec ceux d'autres projets à travers l'analyse des stratégies de gouvernance développées; établissement d'une table technique entre les différents projets; définition des objectifs et des parties prenantes</i></p>	<p>Creazione di un Modello di governance integrato per la valorizzazione, la realizzazione e la gestione di una rete di Itinerari transfrontalieri. Modellizzazione di questa metodologia per estenderla alla creazione di una destinazione e prodotti <i>Création d'un modèle de gouvernance intégré pour l'amélioration, la création et la gestion d'un réseau d'itinéraires transfrontaliers. Modélisation de cette méthodologie pour l'étendre à la gouvernance des cibles et des produits</i></p>	<p>Creazione di un tavolo tecnico/istituzionale e condivisione di tutte le informazioni; individuazione di tutti i portatori d'interesse; creazione di un Modello di governance integrato per la valorizzazione e l'integrazione degli itinerari a livello transfrontaliero <i>Création d'un tableau technique / institutionnel et partage de toutes les informations; identification de toutes les parties prenantes; création d'un modèle de gouvernance intégrée pour l'amélioration et l'intégration des itinéraires transfrontaliers</i></p>	<p>Enti pubblici, Associazioni di categoria, PMI, Associazioni di volontariato <i>Organismes publics, associations professionnelles, PME, associations bénévoles</i></p>	<p>Creazione di un tavolo tecnico/istituzionale tra Regioni e Dipartimenti, Associazioni a livello Regionale; firma di accordi tra Regioni e altri soggetti (sempre a livello regionale) <i>Création d'une table technique / institutionnelle entre Régions et Départements, Associations au niveau Régional; signature d'accords entre régions et autres entités (toujours au niveau régional)</i></p>	<p>L'integrazione porta all'individuazione di un modello di governance unitario e coordinato degli itinerari a livello transfrontaliero <i>L'intégration conduit à l'identification d'un modèle de gouvernance unitaire et coordonné des itinéraires transfrontaliers</i></p>	<p>Risorse finanziarie per raggiungere l'integrazione <i>Ressources financières pour réaliser l'intégration</i></p>
<p>SDK (db con standard predefiniti aperti interoperabili e un insieme di Api che permette a potenzialmente qualunque portale o app di scambiare info di natura turistica) <i>SDK (base de données avec des normes ouvertes prédéfinies interoperables et un ensemble d'abellés qui permet potentiellement à n'importe quel portail ou application d'échanger des informations touristiques)</i></p>	<p>Smart Destination (Itineri Romanica; Cambusa, Sistina, Itaca, Ecostrim, Itineri, mare di Agrumi, Prometea, Tesori nascosti, Smartic, TERRADOR 3, ORITACCESS e CAMBIOVA)</p>	<p>La realizzazione informatica permette l'interoperabilità tra piattaforme di sviluppo informatiche permet l'interoperabilité entre les plateformes</p>	<p>Ogni progetto che ha realizzato portali di promozione turistica deve operare un intervento informatico per permettere dialogo con SDK <i>Chaque projet qui a créé des portails de promotion touristique doit opérer une intervention informatique pour permettre le dialogue avec le SDK</i></p>	<p>La interoperabilità tra i portali di promozione turistica realizzati permette di creare un ecosistema digitale turistico transfrontaliero, a vantaggio sia dei turisti che degli operatori turistici <i>L'interopérabilité entre les portails de promotion touristique créés vous permet de créer un écosystème touristique numérique transfrontalier, au bénéfice des touristes et des tour-opérateurs</i></p>	<p>Ogni progetto deve assicurare che il proprio portale resti online e che i contenuti siano aggiornati <i>Chaque projet doit s'assurer que son portail reste en ligne et que le contenu est mis à jour</i></p>	<p>Responsabili piattaforme di promozione turistica realizzate <i>Création de plateformes de promotion du tourisme responsable</i></p>	<p>Piano di gestione dei portali <i>Plan de gestion du portail</i></p>	<p>La regione Corsica non è partner di Smart Destination e dovrebbe implementare informativamente l'interoperabilità con l'SDK <i>La région Corse n'est pas un partenaire Smart Destination et devrait implémenter l'interopérabilité informatique avec le SDK</i></p>	<p>Sono necessari interventi informatici su ogni portale/app per interfacciarsi con SDK (costi informatici) Poi c'è il costo di realizzazione dei contenuti e delle funzionalità basate su questi dati <i>Des interventions informatiques sont nécessaires sur chaque portail / application pour s'interfacier avec le SDK (coûts informatiques) Ensuite, il y a le coût de création de contenu et de fonctions basées sur ces données</i></p>

<p>Software di e-commerce per la prenotazione di servizi turistici integrati, integrabile in qualunque portale - Logiciel de commerce électronique pour la réservation de services touristiques intégrés, qui peut être intégré dans n'importe quel portail</p>	<p>PROMETEA, TERRAHOR 3, ORITACCESI e CAMBIOVA</p>	<p>Il software permette la prenotazione online dell'offerta sviluppata dai vari progettisti e messa online nei vari siti realizzati per la presentazione della stessa - Le logiciel permet la réservation en ligne de l'offre développée pour les différents projets et en ligne des différents sites créés pour la présentation de celui-ci</p>	<p>Integrazione del software nei vari portali - Intégration du logiciel dans les différents portails</p>	<p>Trasformare i portali di promozione della offerta turistica sviluppata in veri e propri siti di promocommercializzazione - Transformer les portails promotionnels de l'offre touristique développés en véritables sites promotionnels</p>	<p>I consorzi devono identificare come mantenere i siti aggiornati nel tempo - Les consortiums doivent identifier comment maintenir les sites à jour au fil du temps</p>	<p>Responsabili piattaforme di promozione turistica realizzate, soggetti abilitati per legge a costruire pacchetti turistici - Création de plateformes de promotion de tourisme responsable, sujets autorisés par la loi à construire des packages touristiques</p>	<p>Piani di gestione dei siti; Piano di gestione del software; Definizione della modalità di commercializzazione - Plans de gestion des sites; Plan de gestion des logiciels; Définition des méthodes de commercialisation</p>	<p>Interventi software per integrare questo booking engine nei siti - Interventions logicielles pour intégrer ce moteur de réservation dans les sites</p>
<p>DEFINIZIONE DI UN UNICO MARCHIO DI QUALITÀ TURISTICA LEGATO AL PRINCIPIO DI IDENTITÀ TERRITORIALE DELL'AREA TRASFRONTALIERA - INTESO COME BRAND (E NON COME MARCHIO DI PROGETTO), UN BRAND ISPIRATO AI TRE PRINCIPI DI SOSTENIBILITÀ - AMBIENTALE, SOCIALE E CULTURALE. SI TRATTA DI UN MARCHIO "CONTENTORIE" CHE INTEGRA IL COMPLESSO DEI MARCHI DELLA FILIERA TURISTICA ALLARGATA DA ATTRIBUIRE ALLE IMPRESE CON POSSIBILI DECLINAZIONI SETTORIALI PER AMBITI SETTORIALI DELLA IMPRESA TURISTICA (ACCOGLIENZA/INNETTO/ CULTURA-GASTRONOMIA-ARTIGIANATO, ECO-AGRICOLTURA-ACCESSIBILITÀ CULTURALE E FISICA) E PER PRODOTTI (SERVIZI/ITINERARI-PACCHETTI) TURISTICI ESPERIENZE TERRITORIALI/PRODOTTI TIPICI (EVENTI) - DÉFINITION D'UNE MARQUE DE QUALITÉ TOURISTIQUE LIÉE AU PRINCIPE DE L'IDENTITÉ TERRITORIALE DE LA ZONE TRANSFRONTALIÈRE DESTINÉE À ÊTRE UNE MARQUE ET NON PAS UNE MARQUE DE DESIGN, UNE MARQUE INSPIRÉE DES TROIS PRINCIPES DE DURABILITÉ - ENVIRONNEMENTAL, SOCIAL ET CULTUREL. C'EST UNE MARQUE "CONTENTEUR" QUI INTÈGRE LE COMPLEXE DE MARQUE LIÉ AU DE LA CHAÎNE TOURISTIQUE À ATTRIBUER AUX ENTREPRISES AVEC DES DÉCLINAISONS SECTORIELLES POSSIBLES POUR LES DOMAINES / SECTEURS DE L'ENTREPRISE TOURISTIQUE (HÔPITALITÉ / RÉCEPTION- CULTURE-GASTRONOMIE CULTURE-ALIMENTATION-ALIMENTATION- CULTURE CULTURAL ET PHYSIQUE) ET PAR PRODUITS (SERVICES- ITINÉRAIRES-FORFAITS TOURISTIQUES-EXPÉRIENCES TERRITORIALES- PRODUCTIONS TYPIQUES-ÉVÉNEMENTS)</p>	<p>SMARTIC (MARCHIO DI IDENTITÀ CULTURALE) - ITACA (MARCHIO TURISTICO SULL'ACCESSIBILITÀ FISICA E CULTURALE), STRATUS (MARCHIO DI QUALITÀ AMBIENTALE E SOSTENIBILITÀ DELLE IMPRESE DELL'AREA COSTIERA, CAMBUSA (MARCHIO PRODOTTI TIPICI), ORITACCESI, TERRAGRIS SMARTIC (MARCHIO D'IDENTITÀ CULTURELLE) - ITACA (MARCHIO TOURISTIQUE D'ACCESSIBILITÉ PHYSIQUE ET CULTURELLE), STRATUS (MARCHIO DE QUALITÉ ENVIRONNEMENTALE ET DURABILITÉ DES ENTREPRISES DE LA RÉGION CÔTIÈRE, CAMBUSA (MARCHIO DE PRODUIT TYPIQUE)</p>	<p>COORDINAMENTO DEI VARI MARCHI TURISTICI PARTENDO DAL MARCHIO PIÙ COMPLETO PER INTEGRARLO CON NUOVI ELEMENTI - OBIETTIVO DI RIFERIMENTO SARÀ UN MARCHIO PRODOTTO COME BRAND A STANTE E NON UN MARCHIO DI PROGETTO, UN BRAND ISPIRATO AI VALORI DI SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE, SOCIALE E CULTURALE DELL'IMPRESA, E CHE RIFLETTE L'IDENTITÀ DEL TERRITORIO COME VALORE PRIMARIO - COORDINATION DES DIFFÉRENTS MARQUES TOURISTIQUES À PARTIR DE LA MARQUE LA PLUS COMPLÈTE POUR L'INTÉGRER AUX NOUVEAUX ÉLÉMENTS, L'OBJECTIF DE RÉFÉRENCE SERA UNE MARQUE PRODUITE COMME UNE MARQUE EN SOI-MÊME ET NON UNE MARQUE DE DESIGN, UNE MARQUE INSPIRÉE PAR LES VALEURS DE LA DURABILITÉ ENVIRONNEMENTALE, SOCIALE ET CULTURELLE DE LA SOCIÉTÉ, ET QUI RÉFLÈTE L'IDENTITÉ DU TERRITOIRE COMME VALEUR PRIMAIRE</p>	<p>ANALISI E STUDIO DEI PUNTI DI FORZA DEI MARCHI PRODOTTI E IMPLEMENTAZIONE CON NUOVI ELEMENTI - PRODUZIONI GIÀ REALIZZATE (NAMING, LOGOTIPO, CONTENUTI, FILOSOFIA, DECLINAZIONI, TARGETING, ECC.) - STUDIO DI UN PROGETTO DI DECLINAZIONE DEL MARCHIO VERSO AMBITI SETTORIALI DELLA FILIERA TURISTICA (ACCOGLIENZA/RICETTIVITÀ-CULTURA-GASTRONOMIA-ARTIGIANATO- AGRICOLTURA E PER PRODOTTI TURISTICI (ITINERARI-EVENTI-PRODOTTI TIPICI (ARTIGIANI-AGRICOLTURA-GASTRONOMIE) - ANALYSE ET ÉTUDE DES FORCES DES MARQUES DE PRODUITS ET MISE EN ŒUVRE D'UNE DÉFINITION D'UNE MARQUE À TRAVERS DES PRODUCTIONS DÉJÀ RÉALISÉES (NOMINATION, LOGOTYPE, CONTENU, PHILOSOPHE, DÉCLINAISONS, CIBAGE, ETC.) - ARTISANAT-AGRICULTURE ET POUR LES PRODUITS TOURISTIQUES (ITINÉRAIRES-ÉVÉNEMENTS-TYPIQUES-ARTISAN- AGRICULTURAL-GASTRONOMIC PRODUCTIONS)</p>	<p>RICONOSCIBILITÀ DELLA QUALITÀ DELLA FILIERA TURISTICA ALLARGATA - TRASFRONTALIERA SOTTO UN UNICO BRAND CHE VALORIZZI LA CONTESTA DI IDENTITÀ DEI TERRITORI, QUALIFICA L'OFFERTA DEI PRODOTTI E DEI SERVIZI CHE SOTTO IL MARCHIO SONO ESPRESSIONI DI "QUALITÀ" - RECONNAISSANCE DE LA QUALITÉ DU SECTEUR TURISTIQUE ALLARGÉ TRANSFRONTALIÈRE SOUS UNE MARQUE UNIQUE QUI AMÉLIORE LE CONCEPT D'IDENTITÉ DES TERRITOIRES, QUALIFIÉ L'OFFRE DES PRODUITS ET SERVICES QUI SONT LA MARQUE SONT L'EXPRESSION DE QUALITÉ</p>	<p>CREAZIONE DI UN ORGANISMO DI LAVORO STABILE PER LA FUTURA GESTIONE E MANTENIMENTO DEL NUOVO BRAND INTEGRATO E DEL DISCIPLINARE DI CERTIFICAZIONE - CRÉATION D'UN ORGANISME DE TRAVAIL STABLE POUR LA GESTION ET LA MAINTENANCE FUTURES DE LA NOUVELLE MARQUE INTÉGRÉE ET DU DISCIPLINAIRE DE CERTIFICATION</p>	<p>ENTI LOCALI DI GOVERNANCE DEI TERRITORI, IMPRESE E OPERATORI DELLA FILIERA TURISTICA ALLARGATA, MUSEI E IMPRESE DELLA CULTURA, ENTI DEL TERZO SETTORE (associazioni storiche, culturali e ambientali) - ORGANES DE GOUVERNANCE LOCALE DES TERRITOIRES, DES ENTREPRISES ET DES OPÉRATEURS DE LA CHAÎNE TOURISTIQUE ADAPTES, DES MUSÉES ET DES ENTREPRISES CULTURELLES, ENTITÉS DU TROISIÈME SECTEUR (associations historiques, culturelles et environnementales)</p>	<p>CREAZIONE DI UN PROTOCOLLO DI INTESA INTERREGIONALE DELL'AREA TRASFRONTALIERA PER L'UTILIZZO, LA GESTIONE E IL MANTENIMENTO DEL MARCHIO DI QUALITÀ - CRÉATION D'UN PROTOCOLE DE COMPREHENSION INTERREGIONALE DE LA ZONE TRANSFRONTALIÈRE POUR L'UTILISATION, LA GESTION ET LE MAINTIEN DU MARQUE DE QUALITÉ</p>	<p>NUOVO MARCHIO/BRAND UNICO A CARATTERE TRASFRONTALIERO - PROGETTAZIONE DEL LOGOTIPO DEL MARCHIO DI QUALITÀ E DELLA LINEA DI COMUNICAZIONE CON LA DECLINAZIONE PER CATEGORIE DI PRODOTTI E SERVIZI - NOUVELLE MARQUE / MARQUE UNIQUE AU CARACTÈRE TRANSFRONTALIÈRE - CONCEPTION DU LOGO DE LA MARQUE DE QUALITÉ ET DE LA LIGNE DE COMMUNICATION AVEC LA DÉCLINAISON PAR CATEGORIE DE PRODUITS ET SERVICES</p> <p>COSTI RELATIVI ALLA CONSULENZA SPECIALIZZATA PER LO STUDIO DEI MARCHI PRODOTTI E ANALISI DI POSSIBILI INTEGRAZIONI CON IL NUOVO BRAND ISPIRATO AI PRINCIPI DI IDENTITÀ TERRITORIALE E DI SOSTENIBILITÀ - SVILUPPO DELL'IMMAGINE, DEI CONTENUTI E DELLA FILOSOFIA DEL NUOVO MARCHIO. - COSTS LIÉS À UN CONSEIL SPÉCIALISÉ POUR L'ÉTUDE DES MARQUES DE PRODUITS ET L'ANALYSE DES INTÉGRATIONS POSSIBLES AVEC LA NOUVELLE MARQUE INSPIRÉE PAR LES PRINCIPES DE L'IDENTITÉ TERRITORIALE ET DE LA DURABILITÉ. DÉVELOPPEMENT DE L'IMAGE, DU CONTENU ET DE LA PHILOSOPHIE DE LA NOUVELLE MARQUE.</p>
<p>DEFINIZIONE DI UN UNICO DISCIPLINARE DI CERTIFICAZIONE CHE REGOLI LA MODALITÀ DEL PROCESSO DI CERTIFICAZIONE DELL'IMPRESA ED IL VALORE QUANTITATIVO DEL MARCHIO DI QUALITÀ TURISTICA TRASFRONTALIERO (VALORE DEL MARCHIO E RICADUTE SULL'IMPRESA CERTIFICATA) REQUISITI E STANDARD DI ACCESSO - SUPPORTO CONSULENZIALE ACCOMPAGNAMENTO), VERIFICA DI INTEGRAZIONE TRA DISCIPLINARI/ LINEE GUIDA DI ALTRI PROGETTI, MANTENERE FERMO IL VALORE DELLA QUALITÀ E SOSTENIBILITÀ IN RELAZIONE ALL'IDENTITÀ DEL TERRITORIO (SMARTIC) ALLA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE (STRATUS) ALLA ACCESSIBILITÀ (ITACA) - DÉFINITION D'UNE DISCIPLINE DE CERTIFICATION UNIQUE QUI RÉGULE LE PROCESSUS DE CERTIFICATION ET LA VALEUR QUALITATIVE QUANTITATIVE DU MARQUE DE QUALITÉ TOURISTIQUE TRANSFRONTALIÈRE (VALEUR DE LA MARQUE ET DES LIBÉRATIONS SUR LES EXIGENCES D'ENTREPRISES CERTIFIÉES ET LA NORME STANDARD) CONSULTANT ACCOMPAGNANT, VÉRIFICATION DE L'INTÉGRATION ENTRE DISCIPLINAIRES / LIGNES DIRECTRICES D'AUTRES PROJETS. GARDER LA VALEUR DE LA QUALITÉ ET DE LA DURABILITÉ EN RELATION AVEC L'IDENTITÉ DU TERRITOIRE (SMARTIC) À LA DURABILITÉ ENVIRONNEMENTALE (STRATUS) À L'ACCESSIBILITÉ (ITACA)</p>	<p>SMARTIC (IDENTITÀ CULTURALE DEI TERRITORI) - STRATUS (SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE) - ITACA (SOSTENIBILITÀ SOCIALE- ACCESSIBILITÀ FISICA), CAMBUSA (PRODOTTI TIPICI) - SMARTIC (IDENTITÉ CULTURELLE DES TERRITOIRES) - STRATUS (DURABILITÉ ENVIRONNEMENTALE) - ITACA (DURABILITÉ SOCIALE- ACCESSIBILITÉ PHYSIQUE), GALLEY (PRODOTTI TYPIQUES)</p>	<p>COORDINAMENTO DEI VARI PIANI DI AZIONE, LINEE GUIDA E DISCIPLINARI PER ESSERE LA SINTESI DI UN UNICO DOCUMENTO CHE ABBA VALORE DI NORMA, CHE CERTIFICA LE IMPRESE, I PRODOTTI E I SERVIZI DEI TERRITORI MANTENENDO FERMO IL VALORE DELLA QUALITÀ E IDENTITÀ TERRITORIALE - COORDINATION DES DIVERS PLANS D'ACTION, LIGNES DIRECTRICES ET DISCIPLINAIRES POUR DÉFINIR LE RÉSUMÉ D'UN DOCUMENT UNIQUE QUI A UNE VALEUR STANDARD, QUI CERTIFIE LES ENTREPRISES, LES PRODUITS ET LES SERVICES DES TERRITOIRES - MAINTIEN DE LA VALEUR DE LA QUALITÉ ET DE L'IDENTITÉ TERRITOIRE</p>	<p>ELABORAZIONE DI UN DISCIPLINARE DI SINTESI CHE ABBA FUNZIONE DI NORMA SECONDO STANDARD DI CERTIFICAZIONE RICONOSCIBILI, DEFINIRE IL VALORE DEL MARCHIO E LA RICADUTA SULL'IMPRESA, REGOLAMENTARE CRITERI DI ADESIONE AL MARCHIO, IL PROCESSO DI CERTIFICAZIONE IN TUTTE LE SUE FASI, DEFINIRE LA GESTIONE E IL MANTENIMENTO DEL MARCHIO E LE FASI DI AGGIORNAMENTO/ DÉVELOPPEMENT D'UNE FONCTION STANDARD SELON LES NORMES DE CERTIFICATION RECONNUES, DÉFINIR LA VALEUR DE LA MARQUE ET LA LIBÉRATION DE LA SOCIÉTÉ, RÉGLEMENTER LES CRITÈRES D'ADHÉSION À LA MARQUE ET LE PROCESSUS DE CERTIFICATION DANS TOUTES SES PHASES, DÉFINIR LA GESTION ET LE MAINTIEN DE LA MARQUE ET LES PHASES DE MISE À JOUR</p>	<p>VALORIZZARE LA QUALITÀ DEI SERVIZI E PRODOTTI E RENDERSI AUTOREVOLI E RICONOSCIBILI FACILITARE LA COMUNICAZIONE E LA PROMOZIONE DELLE IMPRESE E DEI TERRITORI SECONDO UN UNICO PROTOCOLLO DI IMMAGINE - FAUCILITER LA QUALITÉ DES SERVICES ET DES PRODUITS ET LES RENDRE AUTORISABLES ET RECONNAISSABLES, FACILITER LA COMMUNICATION ET LA PROMOTION DES ENTREPRISES ET TERRITOIRES SEON UN PROTOCOLE À IMAGE UNIQUE</p>	<p>CREAZIONE DI UN ORGANISMO DI LAVORO STABILE PER LA FUTURA GESTIONE E MANTENIMENTO DEL NUOVO MARCHIO INTEGRATO E DEL DISCIPLINARE DI CERTIFICAZIONE - CRÉATION D'UN ORGANISME DE TRAVAIL STABLE POUR LA GESTION ET LA MAINTENANCE FUTURES DE LA NOUVELLE MARQUE INTÉGRÉE ET DU DISCIPLINAIRE DE CERTIFICATION</p>	<p>ENTI DI CERTIFICAZIONE NAZIONALI - RICONOSCIBILI - ORGANISMES NATIONAUX DE CERTIFICATION RECONNUS</p>	<p>CREAZIONE DI UNA RETE DI IMPRESE CERTIFICATE IN QUALITÀ, CREAZIONE DELLA COMMUNITY DELLE IMPRESE TRASFRONTALIERE CREAZIONE DI UN ORGANISMO DI CONTROLLO E COORDINAMENTO QUALE REFERENTE DELLA RETE DEL MARCHIO - CRÉATION D'UN RÉSEAU D'AFFAIRES CERTIFIÉES DE QUALITÉ, CRÉATION DE LA COMMUNAUTÉ DES ENTREPRISES TRANSFRONTALIÈRES CRÉATION D'UN ORGANISME DE CONTRÔLE ET DE COORDINATION EN TANT QUE RÉFÉRENT DU RÉSEAU DE MARQUES</p>	<p>NUOVO DISCIPLINARE UNICO A VALERE SULL'AREA TRASFRONTALIERA CHE STABILISCE I PRINCIPI E IL VALORE DEL MARCHIO, IL DISCIPLINARE REGOLA IL PROCESSO DI CERTIFICAZIONE DELL'IMPRESA, REQUISITI E CRITERI DI ATTRIBUZIONE DEL MARCHIO, DECLINAZIONE SU PRODOTTI E SERVIZI, UTILIZZO, GESTIONE E MANTENIMENTO DA PARTE DELLE IMPRESE - NOUVELLES RÈGLES UNIQUES SUR LA ZONE TRANSFRONTALIÈRE QUI PRÉSENT LES PRINCIPES ET LA VALEUR DE LA MARQUE, D'ATTRIBUTION DE LA MARQUE, LA DÉCLINAISON SUR LES PRODUITS ET SERVICES, L'UTILISATION, LA GESTION ET LA MAINTENANCE PAR LES ENTREPRISES</p> <p>COSTI RELATIVI ALLA CONSULENZA SPECIALIZZATA (CERTIFICATE ACCREDITATO) FINALIZZATA ALLO STUDIO E ALLA ANALISI DEI VARI DISCIPLINARI PRODOTTI E DEFINIZIONE DI UN UNICO DISCIPLINARE INTEGRATO DEL MARCHIO CON NORME E REGOLE SUL PROCESSO DI CERTIFICAZIONE DELLE IMPRESE, STUDIO DI NUOVE MODALITÀ DI CERTIFICAZIONE ATTRAVERSO LA CREAZIONE DI UN COACHING PACK ON LINE. - (CERTIFICATEUR ACCRÉDITÉ) VISANT L'ÉTUDE ET L'ANALYSE DES DIFFÉRENTS PRODUITS DISCIPLINAIRES ET LA DÉFINITION D'UNE DISCIPLINAIRE DE MARQUE RÉGÉE UNIQUE AVEC LES RÈGLES ET LES RÈGLES SUR LE PROCESSUS DE CERTIFICATION DES ENTREPRISES ÉTUDE DE NOUVELLES MÉTHODES DE CERTIFICATION GRÂCE À LA CRÉATION D'UN COACHING EN LIGNE.</p>

<p>DEFINIZIONE DI UN UNICO PIANO DI COMUNICAZIONE PROMOZIONE E MARKETING DEL MARCHIO DI QUALITÀ TURISTICA TRASFRONTALIERO CAPACE DI SVILUPPARE UN'AZIONE DI LANCIO DEL NUOVO BRAND A LIVELLO EUROPEO VERSO LE NUOVE IMPRESE. POTENZIAMENTO DI UNA STRATEGIA DI MARKETING VERSO LE NUOVE SPAZIE CERTIFICATE PER LA LORO FIDELIZZAZIONE. CREAZIONE DI UNA LINEA GRAFICO-EDITORIALE DEL BRAND CHE FAVORISCA LA RICONOSCIBILITÀ DEL MARCHIO VERSO I TARGET DEI POTENZIALI VISITATORI DELL'AREA TRASFRONTALIERA. DEFINITION D'UN SEUL PLAN DE COMMUNICATION PROMOTION ET MARKETING DU MARQUE DE QUALITÉ TOURISTIQUE TRANSFRONTALIER CAPABLE DE DÉVELOPPER UNE ACTION DE LANCÉMENT POUR LA NOUVELLE MARQUE AU NIVEAU EUROPÉEN VERS DES NOUVELLES ENTREPRISES. RENFORCEMENT D'UNE STRATÉGIE DE MARKETING VERS DES ENTREPRISES DÉJÀ CERTIFIÉES POUR LEUR FIDÉLITÉ. CRÉATION D'UNE LIGNE DE MARQUE GRAPHIQUE ET ÉDITORIALE QUI AMÉLIORE LA RECONNAISSANCE DE LA MARQUE VERS L'OBJECTIF DE VISITEURS POTENTIELS DANS LA ZONE DE TRANSFERT.</p>	<p>SMARTIC, STRATUS, ITACA, ITINERA, SISTINA, TESORI NASCOSTI, GAMBUSA, TERABRAGI 3, GRITACCES, CAMBIOVA, RACINE, PROMETEA</p>	<p>CREAZIONE DI UN PIANO MARKETING INTEGRATO E DI UN PROGETTO DI COMUNICAZIONE E PROMOZIONE UNITARIA SULL'AREA TRASFRONTALIERA. DEFINIZIONE DI UN PIANO DI PROMOZIONE PER FILIERA DI PRODOTTO E DI SERVIZIO. CREATION D'UN PLAN DE MARKETING INTÉGRÉ ET D'UN PROJET DE COMMUNICATION ET DE PROMOTION UNITAIRE SUR LA ZONE TRANSFRONTALIÈRE. DÉFINITION D'UN PLAN DE PROMOTION POUR UNE CHAÎNE DE PRODUITS ET DE SERVICES</p>	<p>STUDIO E ANALISI DEL PIANO MARKETING E DI PROMOZIONE GIÀ REALIZZATI E DEFINIRE UN PROGETTO DI MARKETING INTEGRATO E UNITARIO CHE FAVORISCA IL LANCIO DEL NUOVO BRAND TRASFRONTALIERO, L'OFFERTA TURISTICA E CULTURALE, I PRODOTTI E SERVIZI (ITINERARI-PACCHETTI, EVENTI, ESPERIENZE, IDENTITÀ, PRODOTTI ENOGASTRONOMICI, ARTIGIANATO CREATIVO, ECC.) ÉTUDE ET ANALYSE DU PLAN DE MARKETING ET DE PROMOTION A DÉJÀ FAIT ET DÉFINIR UN PROJET DE MARKETING INTÉGRÉ ET UNITAIRE QUI ENJOIGNEUR LE LANCÉMENT DE LA NOUVELLE MARQUE TRANSFRONTALIÈRE, L'OFFRE TOURISTIQUE ET CULTURELLE, LES PRODUITS ET SERVICES (ITINÉRAIRES, ÉVÉNEMENTS, ÉVÉNEMENTS-ÉVÉNEMENTS, PRODUITS ALIMENTAIRES ET VINS, ARTISANAT CRÉATIF, ETC.)</p>	<p>DEFINIRE UN MODELLO DI PROMOZIONE UNICO CON LA PLATEA DELLE IMPRESE CERTIFICATE IN QUALITÀ. SVILUPPARE E RAFFORZARE L'IDENTITÀ DELLA COMUNITÀ DELLE IMPRESE DELLA FILIERA TURISTICA ALLARGATA ANCHE AI FINI DI UNA LORO INTERAZIONE STRATEGICA (CONDIVISIONE PROGETTUALE-COMMERCIALE, ECC.) DÉFINIR UN MODÈLE DE PROMOTION UNIQUE AVEC LA PLATEFORME D'ENTREPRISES CERTIFIÉES DE QUALITÉ. DÉVELOPPER ET RENFORCER L'IDENTITÉ DE LA COMMUNAUTÉ DES ENTREPRISES DE LA CHAÎNE TOURISTIQUE (ÉCHANGE GÉNÉRALMENT AUX FINS DE LEUR INTERACTION STRATÉGIQUE (PRODUIT-COMMERCIAL PARTAGE, ETC.)</p>	<p>CREAZIONE DI UNA OFFICINA STABILE DI CO-MARKETING FINALIZZATA ALLA COMUNICAZIONE CON LA RETE DELLE IMPRESE CERTIFICATE PER IL MANTENIMENTO DEL MARCHIO DI QUALITÀ E REALIZI UNA ATTIVITÀ DI PROMO COMMERCIALIZZAZIONE DEI BRANDS/DEI PRODOTTI E DEI SERVIZI DELLE IMPRESE. LA VERSO NUOVE IMPRESE CREATION D'UN ATELIER DE CO-MARKETING STABLE VISANT À COMMUNIQUER AVEC LE RÉSEAU D'ENTREPRISES CERTIFIÉES POUR LE MAINTIEN DE LA MARQUE DE QUALITÉ ET CRÉER UNE ACTIVITÉ DE MARKETING DE COMMERCIALISATION DES MARQUES (DES-PRODUITS ET SERVICES DES ENTREPRISES) VERS DES NOUVELLES ENTREPRISES</p>	<p>ENTI DI PROMOZIONE DEL TERRITORIO (TOSCANA PROMOZIONE - FONDAZIONE SISTEMA TOSCANO, ECC.) ORGANISMI DI PROMOZIONE DEL TERRITORIO (PROMOTION DE LA TOSCANE - FONDATION DU SYSTÈME DE LA TOSCANE, ETC.)</p>	<p>PROTOCOLLO DI INTESA A LIVELLO INTERREGIONALE TRA GLI ORGANI DI GESTIONE E GOVERNANCE DELLA PROMOZIONE E MARKETING DEL TERRITORIO FINALIZZATO ALLA RICONOSCIBILITÀ, DIFFUSIONE E DISTRIBUZIONE DEL MARCHIO. PROTOCOLE INTERREGIONAL DE COMPRÉHENSION ENTRE LES ORGANES DE DIRECTION ET DE GOVERNANCE DE LA PROMOTION ET DE LA COMMERCIALISATION DU TERRITOIRE DE RECONNAISSANCE, DE DIFFUSION ET DE DISTRIBUTION DE LA MARQUE</p>	<p>NUOVO PIANO DI COMUNICAZIONE, PROMOZIONE E MARKETING DEL MARCHIO E DELL'OFFERTA TURISTICA IDENTIFICATA INTEGRATA (ITINERARI-PACCHETTI-PRODOTTI E SERVIZI) NOUVEAU PLAN DE COMMUNICATION, PROMOTION ET MARKETING POUR LA MARQUE ET L'OFFRE TOURISTIQUE D'IDENTITÉ INTÉGRÉE (ITINÉRAIRES-PACCHETTI-PRODUITS ET SERVICES). COSTI RELATIVI ALLA CONSUENZA SPECIALIZZATA (ESPERTO MARKETING TERRITORIALE DI AREA VASTA) FINALIZZATA ALLO STUDIO E ALLA ANALISI DEI VARI PIANI DI PROMOZIONE E MARKETING REALIZZATI E DEFINIZIONE DI UN UNICO PROGETTO DI PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE DEL MARCHIO E DELLA FILIERA DEI PRODOTTI E SERVIZI FORNITI DALLE IMPRESE CERTIFICATE (ITINERARI-PACCHETTI TURISTICI-ESPERIENZE-EVENTI-PRODOTTI ARTIGIANATO ENOGASTRONOMICI) - STUDIO PER LO SVILUPPO DI UN PIANO DI COMUNICAZIONE INTEGRATO VERSO LE IMPRESE CERTIFICATE E LE NUOVE IMPRESE DELL'AREA TRASFRONTALIERA. COÛTS RELÉS À LA CONSULTATION SPÉCIALISÉE (COMMERCIALISATION TERRITORIALE D'ÉPARGES DE LA ZONE VASTA) VISÉS À L'ÉTUDE ET À L'ANALYSE DES DIVERS PLANS DE PROMOTION ET DE COMMERCIALISATION RÉALISÉS ET DÉFINITION D'UN PROJET UNIQUE POUR LA PROMOTION ET LA COMMERCIALISATION DU TERRITOIRE DE RECONNAISSANCE, DE DIFFUSION ET DE LA FOURNITURE DE PRODUITS (ITINÉRAIRES-FORNAITS TOURISTIQUE-EXPERIENCES-ÉVÉNEMENTS-ARTISANAT-PRODUITS ALIMENTAIRES ET VINS) - ÉTUDE POUR LE DÉVELOPPEMENT D'UN PLAN DE COMMUNICATION INTÉGRÉ VERS DES ENTREPRISES CERTIFIÉES ET DE NOUVELLES ENTREPRISES DANS LA RÉGION TRANSFRONTALIÈRE</p>
<p>Tavola di comando e controllo, da implementare partendo dal livello territoriale subregionale (partendo dagli use case di Smart Destination e dall'attivazione di un sistema di informazione efficace degli IAT) e che possa essere scalabile fino al livello regionale e transfrontaliero, a supporto della governance. Per la dimensione transfrontaliera, sarà opportuno definire degli accordi attraverso i quali regolare il progressivo agguainamento del sistema. Tableau de commandement et de contrôle, à mettre en œuvre à partir du niveau territorial sous-régional (à partir des cas d'utilisation de Smart Destination et de l'activation d'un système d'information efficace des IAT) et évolutif au niveau régional et transfrontalier, à l'appui de la gouvernance. Pour la dimension transfrontalière, il conviendra de définir des accords permettant de réguler la mise à jour progressive du système.</p>	<p>Smart Destination</p>	<p>La Tavola dovrebbe essere l'interfaccia dell'ecosistema di portali e di app realizzati con le altre azioni di capitalizzazione e il tableau doit être l'interface du portail et de l'écosystème d'application créée avec les autres actions de capitalisation</p>	<p>Sviluppo di una interfaccia grafica per la gestione smart di tutte le informazioni utili alla governance integrata. Développement d'une interface graphique pour la gestion intelligente de toutes les informations utiles à la gouvernance intégrée</p>	<p>Strumento di comando e controllo in grado di supportare le strategie di governance integrata. Outil de commandement et de contrôle capable de soutenir des stratégies de gouvernance intégrées</p>	<p>Le regioni devono assicurare mantenimento dello strumento e messa a disposizione ai vari stakeholders. Les régions doivent veiller à assurer le maintien de l'instrument et mis à disposition des différents acteurs</p>	<p>Regioni Régions</p>	<p>Piano di azione sulla governance Plan d'action pour la gouvernance</p>	<p>Tavola di comando e controllo stabile da comandare e de contrôle Costo di sviluppo della tavola Coût d'élaboration de la table</p>
<p>Definizione di un Piano d'Azione Congiunto Integrato Définition d'un plan d'action conjoint intégré</p>	<p>INTENSE, NEPTUNE, STRATUS, VIVIMED, PROMETEA, SMART DESTINATION, MARE DI AGULMA, ART LAB NET</p>	<p>Integrazione del Piano d'Azione INTENSE con quelli degli altri progetti: individuazione di una strategia coordinata per lo sviluppo di itinerari barriere sostenibili. Intégration du plan d'action INTENSE avec ceux des autres projets; identification d'une stratégie coordonnée pour le développement d'itinéraires touristiques durables</p>	<p>Integrazione del Piano d'Azione INTENSE con quelli degli altri progetti attraverso l'analisi delle strategie elaborate ed eventuali piani d'azione proattivi; istituzione di un tavolo tecnico tra i diversi progetti; definizione degli obiettivi e degli stakeholders. Intégration du Plan d'Action INTENSE avec ceux des autres projets à travers l'analyse des stratégies développées et des éventuels Plans d'Action proactifs; établissement d'une table technique entre les différents projets; définition des objectifs et des parties prenantes</p>	<p>Creazione di un tavolo tecnico/funzionale e condiviso di tutte le informazioni; individuazione di tutti i portatori d'interesse; creazione di un Piano d'azione per la valorizzazione e l'integrazione degli itinerari a livello transfrontaliero; organizzazione di eventi di comunicazione e capitalizzazione; maggiore coinvolgimento dei decisori politici; integrazione delle direttive strategiche così definite all'interno delle strategie regionali di sviluppo sostenibile e della nuova programmazione FESR e FSE e all'interno della nuova programmazione Interreg Maritime. Création d'un tableau technique / institutionnel et partage de toutes les informations; identification de toutes les parties prenantes; création d'un plan d'action pour la valorisation et l'intégration des itinéraires transfrontaliers; organisation d'événements de communication et de capitalisation; une plus grande implication des décideurs politiques; intégration des directives stratégiques ainsi définies dans les stratégies régionales de développement durable et la nouvelle programmation Interreg Maritime</p>	<p>Enti pubblici, Associazioni di categoria, PMI, Associazioni di volontariato; coinvolgimento dell'ADG del programma Interreg Italia-Francia Marittimo affinché sia garantita maggiore efficacia alla capitalizzazione dei risultati dell'attività di definizione di una strategia comune transfrontaliera, come delineato nel Piano d'Azione congiunto. Organismes publics, associations professionnelles, PME, associations bénévoles; implication de l'ADG du programme Interreg Italie-France Maritime pour assurer une plus grande efficacité dans la capitalisation des résultats de l'activité de définition d'une stratégie transfrontalière commune, comme indiqué dans le plan d'action conjoint</p>	<p>Creazione di un tavolo tecnico/istituzionale tra Regioni e Dipartimenti, Associazioni a livello Regionale; firma di accordi tra Regioni e altri soggetti (sempre a livello regionale). Création d'une table technique / institutionnelle entre Régions et Départements, Associations au niveau Régional; signature d'accords entre régions et autres entités (toujours au niveau régional)</p>	<p>L'integrazione porta all'individuazione e alla messa in rete degli itinerari a livello transfrontaliero e di tutto il sistema di offerta turistica transfrontaliero. L'intégration conduit à l'identification et à la mise en réseau d'itinéraires transfrontaliers et de l'ensemble du système d'offres touristiques transfrontalières</p>	<p>Risorse finanziarie per raggiungere l'integrazione pour réaliser l'intégration Ressources Financières</p>
<p>Output intergato Finale Output final Intergato (es. App Unifique, Marchio unico etc. ex. App Unifique, Marchio Unifique etc.)</p>								
<p>Le realizzazioni informatiche devono costituire l'infrastruttura tecnologica per la promocomercializzazione del sistema di offerta turistica transfrontaliera. Queste realizzazioni richiedono la definizione di standard informatici sulla struttura dei dati, sulla interoperabilità di portali e app, sulla costruzione degli itinerari ecc. La integrazione dei marchi di promozione e la definizione di un percorso unitario di certificazione sono propedeutici alla definizione di un piano di marketing integrato del sistema di offerta turistico integrato transfrontaliero. Grazie a questi strumenti sarà possibile informaticamente e contentutisticamente gli itinerari, i pacchetti, i prodotti turistici, le destinazioni. Questo sistema di offerta richiederà nuovi modelli di governance, che saranno identificati a partire dal modello di Intense per gli itinerari. Tutte queste azioni richiederanno un Piano di Azione complessivo per la loro implementazione. Les réalisations informatiques doivent constituer l'infrastructure technologique pour la promocomercialisation du système d'offres touristiques transfrontalières. Ces réalisations nécessitent la définition de standards informatiques sur la structure des données, sur l'interopérabilité des portails et des applications, sur la construction des itinéraires, etc. L'intégration des marques de promotion et la définition d'un parcours de certification unitaire préparent la définition d'un plan marketing intégré du système d'offres touristiques transfrontalières intégrées, produits touristiques, destinations. Ce système d'offres nécessitera de nouveaux modèles de gouvernance, qui seront identifiés à partir du modèle Intense des itinéraires. Toutes ces actions nécessiteront un plan d'action global pour leur mise en œuvre.</p>								
<p>* riferirsi alle aree tematiche: Ecosistemi digital/strumenti ICT o Strategie di comunicazione o Modelli di governance Merci de se référer aux domaines thématiques - Ecosystèmes numériques/outils TIC o Stratégies de communication o Modèles de gouvernance</p>								