



SANMARTINO.COM

Progetto per lo sviluppo del nuovo portale web



Primiero San Martino di Castrozza (TN),
settembre 2024

1. CHI SIAMO

L'Azienda per il Turismo San Martino di Castrozza, Primiero e Vanoi Soc. Coop. (di seguito anche ApT) ha sede legale in Primiero San Martino di Castrozza in Via Dante, n. 6 - cap 38054 con capitale sociale pari ad EURO 125.500, è iscritta al Registro delle Imprese presso il Tribunale di Trento al n. 01904620224, REA 186371, della Camera di Commercio di Trento; essa ha forma giuridica cooperativa, composta alla data del 31.12 da nr. 402 soci (persone giuridiche, società di persone, persone fisiche, Comuni, Pubbliche Amministrazioni, enti ed associazioni riconosciute e non,), ed è retta e disciplinata secondo i principi della mutualità.

In particolare essa si propone di realizzare: l'incremento delle attività delle imprese associate aumentandone l'efficienza e la competitività, il miglioramento delle condizioni economiche, sociali e professionali dei propri soci tramite la realizzazione di un sistema integrato di offerta e lo sviluppo di una serie di sinergie tra gli stessi soci operando anche con terzi.

L'azienda è stata costituita come previsto da normativa provinciale del 2002, successivamente riformata nel 2020; tale normativa affida ad ApT la responsabilità della qualità dell'esperienza turistica e dell'ospitalità e la fidelizzazione del turista nell'ambito territoriale di riferimento.

Considerato lo scopo mutualistico della Società, la Cooperativa ha come oggetto lo svolgimento, in via principale, delle attività definite all'art.7 dalla legge provinciale 12 agosto 2020, n. 8.

In base a tale articolato, ApT svolge funzioni di interesse generale rivolte alla totalità degli utenti e degli operatori del proprio ambito in coerenza con gli indirizzi definiti dalla Provincia e dalla Società responsabile del marketing turistico-territoriale del Trentino tra le quali:

- a) informazione ed assistenza turistica a favore dell'ambito nel rispetto degli standard qualitativi e quantitativi definiti dalla Provincia;
- b) coordinamento delle attività di animazione turistica svolte a livello locale da soggetti pubblici e privati;
- c) identificazione e valorizzazione delle risorse turistiche per la costruzione della proposta turistica dell'ambito in funzione della successiva commercializzazione.

Tali attività si sostanziano anche nello sviluppo del prodotto turistico e nella formazione rivolta agli operatori turistici d'ambito al fine di potenziare la proposta territoriale. ApT può inoltre realizzare azioni di marketing turistico-territoriale inter-ambito e di attuazione locale di progetti strategici su scala provinciale promossi da Trentino Marketing e sviluppare progetti di marketing turistico-territoriale d'ambito. Resta ferma la possibilità per ApT di svolgere anche attività economiche a beneficio di un numero ristretto di operatori a patto che siano finanziate totalmente da fondi privati.

Al fine di perseguire i propri scopi, l'Azienda per il Turismo San Martino di Castrozza, Primiero e Vanoi dispone di 3 uffici dislocati sul territorio aperti in via continuativa a San Martino di Castrozza, Fiera di Primiero e Canal San Bovo e altre unità attivabili con apertura stagionale (Mezzano, Imer e punto info a Fiera).

ZONE TURISTICHE E PECULIARITÀ DEL TERRITORIO

L'ambito turistico di riferimento di ApT è citato quasi interamente nel nome della stessa: San Martino di Castrozza, come località più prestigiosa e rinomata e le valli di Primiero e Vanoi, a cui vanno aggiunte le realtà di Passo Rolle, della Val Canali e del Mis.

Si tratta di un territorio eterogeneo, che va dai paesi di fondovalle (650 mt) al passo Rolle (1.980 mt) e più su fino alle guglie più alte delle Dolomiti (3.192 mt della cima Vezzana) e che offre alcuni degli scenari più suggestivi e riconosciuti da sempre come icone di bellezza del Trentino.

Proprio il fascino del gruppo dolomitico delle Pale di San Martino, Patrimonio Mondiale Unesco, la lunga tradizione turistica e la calorosa accoglienza che il territorio offre, rendono l'ambito di San Martino di Castrozza, Passo Rolle, Primiero e Vanoi meta d'eccellenza nel panorama delle Alpi e del Trentino.

Instaplace naturali come Baita Segantini e la Val Venegia, l'Altopiano delle Pale da Cima Rosetta, il Laghetto Welsperg in Val Canali, il Lago di Calaita nella Valle del Vanoi, ma anche scorci artistici o storici, come il centro di Fiera di Primiero o di Mezzano, riconosciuto non a caso tra i *Borghi più Belli d'Italia*. Le Valli di Primiero, del Vanoi e del Mis portano con sé una lunga storia di tradizioni, culture ed antichi saperi. Scendendo da Passo Rolle e San Martino di Castrozza, adagiati lungo le sponde dei torrenti Cismon e Canali sorgono i vivaci paesi di Siror, il borgo delle fontane, Tonadico paese pinacoteca, la colorata Transacqua con i suoi balconi fioriti, la quattrocentesca Fiera di Primiero, Mezzano che con i suoi orti, antiche iscrizioni e cataste di legna artistiche viene annoverato tra i Borghi più belli d'Italia ed infine Imèr con le sue panchine d'autore. Valicando il Passo Cereda si arriva ai piccoli paesi di Sagron e Mis dove il tempo sembra essersi fermato. La Valle del Vanoi, ribattezzata *Cuore Verde del Trentino*, conserva il fascino degli ampi boschi e dei piccoli paesi incastonati tra i prati.

Maggiori info sulle località disponibili al seguente [link](#).

Chi sceglie questo meraviglioso angolo di Trentino per la vacanza, ha negli occhi immagini indelebili di scenari dominati da imponenti montagne e da una natura magica, caratterizzata da ambienti profondamente diversi ma ugualmente suggestivi: altopiani rocciosi e pareti di bianca dolomia, verticali dirupi di porfido scuro, forre scavate da impetuosi torrenti e piccoli ghiacciai, dolci pascoli alpini e rotonde praterie fiorite, limpidi specchi d'acqua, suggestive e secolari foreste che amplificano le voci della natura. Tutto questo straordinario patrimonio di paesaggi è salvaguardato dal Parco Naturale Paneveggio Pale di San Martino: un'area di 20.000 ettari dove la riscoperta dell'ambiente, lontano dal caos, è naturale. La serenità trasmessa da questi panorami da cartolina si meschia alle forti emozioni che le esperienze sul territorio possono regalare durante la vacanza.

Per gli appassionati di montagna e di sport è la meta ideale: in estate le attività outdoor spaziano dalle passeggiate più semplici ai percorsi trekking di più giorni, (anche con ferrate) sull'Altopiano delle Pale, per passare agli itinerari in bicicletta alla scoperta di boschi, pascoli e borghi antichi, alle più adrenaliniche opportunità offerte dal San Martino Bike Arena, dal Colbricon Bike Park o dai due Pump Track di Primiero e San Martino di Castrozza. Da non perdere anche i percorsi ciclopedonali che permettono di collegare il fondovalle di Primiero e Vanoi con San Martino di Castrozza e Passo Rolle.

In inverno la skiarea San Martino di Castrozza e Passo Rolle è parte del Dolomiti Superski, il circuito che comprende 12 zone sciistiche delle Dolomiti con 1.220 km di piste. Il piacere di sciare in uno scenario unico al mondo ed uno skipass valido nell'intera regione accomunano le 12 perle sciistiche delle Dolomiti. L'area sciistica San Martino di Castrozza - Passo Rolle gode nell'area dolomitica di una posizione unica: punta meridionale del carosello Dolomiti Superski, con piste che si estendono per oltre 60 km, tra i 1400 ed i 2400 m di quota all'interno di uno scenario naturalistico unico. In totale operano nell'area sciistica San Martino di

Castrozza - Passo Rolle 21 impianti di risalita. In attesa dell'avvio dei lavori per il collegamento San Martino di Castrozza - Passo Rolle, la ski area è stata protagonista di importanti ammodernamenti che hanno visto il potenziamento del sistema d'innevamento programmato e l'installazione di alcuni nuovi impianti. La cabinovia Colbricon Express nell'area Ces e la seggiovia esaposto Cigolera sull'Alpe Tognola hanno ridotto notevolmente i tempi di risalita di due piste molto apprezzate sia per i corsi di sci che per gli allenamenti. La Cigolera, inoltre, insieme alla nuova quadripista Cima Tognola, ha accorciato i tempi di risalita del collegamento Tognola - Ces da 18 a 6 minuti e i 2.348m della Cima Tognola, il punto più elevato e panoramico del Carosello delle Malghe, non sono mai stati così vicini.

I NUMERI DEL TERRITORIO, IL POSIZIONAMENTO E I PRODOTTI TURISTICI

L'ambito turistico è in grado di offrire poco meno di 8.000 posti letto in strutture certificate che raggiungono i 12.000 se si ricomprendono anche gli alloggi ad uso turistico inseriti in STU. Un sistema d'offerta che somma circa 150 strutture ricettive tra alberghiere ed extra-alberghiere e poco meno di 900 alloggi ad uso turistico e che negli ultimi anni ha superato il milione di pernottamenti in loco, con un'incidenza maggiore della stagione estiva rispetto all'invernale.

Il mercato principale è certamente quello nazionale, mentre quello internazionale somma percentuali variabili tra il 10 e il 15% tra stagione estiva ed invernale, con numeri in costante crescita di ospiti dai mercati stranieri; mentre nella stagione fredda i principali mercati sono rappresentati da Polonia, Rep. Ceca, Croazia e Slovenia, in estate i flussi più consistenti arrivano dai paesi di lingua tedesca (DACH), paesi Bassi e USA.

Il tasso di fidelizzazione degli ospiti monitorato recentemente per entrambe le stagioni si allinea ad un all'87%, uno dei dati più alti tra gli ambiti trentini, segno di grande affezione verso la località.

Tra il 2017 e il 2018 il Cda di ApT ha messo in campo un percorso condiviso importante per rivisitare il marchio territoriale e far emergere i valori fondanti da comunicare attraverso un brief per la realizzazione di un nuovo brand territoriale. Parallelamente a tale percorso interno, si è portato avanti un confronto diretto con gli organi provinciali, per confrontarsi sugli investimenti in promozione a breve-medio periodo, partendo dai dati analitici sui flussi turistici del territorio e fissando alcuni concetti chiave per svecchiare il percepito della destinazione con particolare riferimento alla stagione invernale per il rilancio dell'inverno. I risultati di questo percorso, sono stati condivisi nell'Assemblea dei Soci di ApT del 15.11.2018, che ha restituito una convergenza importante su alcuni valori fondanti il brand territoriale e hanno fornito pertanto degli spunti preziosi sui quali lavorare nella rivisitazione del logo, che si riportano di seguito in quanto ritenuti elementi importanti da tenere in considerazione per la *corporate identity*.

Il principale elemento di distintività per il territorio è riconosciuto nella spettacolarità del paesaggio naturale, che viene inteso in senso ampio come bellezza della natura in tutte le sue espressioni e definito anche *charme* naturale, ma soprattutto nelle sue declinazioni con le montagne protagoniste. La comunicazione non può quindi prescindere dal riferimento alle Pale di San Martino che si distinguono per essere il gruppo più esteso delle Dolomiti (oltre 200 km di perimetro), e rappresentano un elemento identitario per tutte le diverse anime e offerte che compongono il territorio. Indipendentemente dalla stagione, ma anche dal tipo di fruizione associata alla vacanza (sci, outdoor, etc.) lo sguardo si volge verso quello che viene considerato uno spettacolo naturale capace generare emozioni uniche. Approfondendo l'analisi sulla stagione invernale, i risultati trovano una chiave solo apparentemente diversa perché riletti nell'ottica della fruizione sciistica attraverso i panorami della skiarea, con Passo Rolle e l'alpe Tognola in maggiore evidenza. Il valore paesaggistico, che viene riconosciuto in primis grazie alla bellezza delle montagne, viene comunque percepito anche come frutto anche di un rapporto di rispetto per la natura, che porta con sé dei concetti di cura del territorio legati indubbiamente anche alla presenza di un ambiente unico preservato e garantito dal Parco Naturale.

Evidentemente collegato al tema dello spettacolo naturale, emerge per l'estate anche l'elemento della fruizione attiva della montagna attraverso un territorio ben organizzato per le attività outdoor che ricorre nei riferimenti legati a passeggiate, escursioni ai rifugi, sentieri, attività sportive, trekking in quota e a mezza quota e ad alcuni aspetti che rendono preferibile questo territorio rispetto ad altri (posizione tra gruppi montuosi, rete di sentieri ben organizzata, offerta di attività ed esperienze all'aperto, etc.).

Per l'inverno pur riconoscendo ancora lo sci come motivazione principale di vacanza, si riconosce la fruizione del territorio in senso più ampio, attraverso attività outdoor (ciaspole, sci alpinismo, freeride) che garantiscono il divertimento sulla neve e le proposte "Oltre lo sci" con passeggiate ed esperienze nella natura che permettono di provare sensazioni come il fascino della neve, le vette innevate, l'ambientazione naturale dopo la nevicata etc.)

In seconda battuta, tra le altre parole chiave maggiormente ricorrenti spiccano l'offerta enogastronomica locale, soprattutto in relazione a piatti tipici e prodotti, con particolare riferimento alla valorizzazione della filiera caseificio, malghe e ristoranti e la qualità dell'accoglienza intesa come qualità delle strutture ricettive, ma anche ospitalità disponibilità e accoglienza degli operatori e la loro capacità di instaurare relazioni autentiche con gli ospiti.

Nella scelta della dicitura geografica da utilizzare per il lettering in combinazione al segno grafico si è scelto di puntare su San Martino di Castrozza, nome della località riconosciuta da tutti come traino del territorio, anche se l'elemento grafico identifica le Pale di San Martino, che accomunano le diverse anime del territorio.

Tutte le versioni del logo aziendale e il relativo manuale di utilizzo sono disponibili al seguente [link](#).

In relazione a quanto sopra descritto uno dei macro-obiettivi del lavoro di ApT è quello di fornire agli ospiti una vasta gamma di attività e il lavoro di sviluppo prodotto si declina su molteplici fronti principali con investimenti preponderanti sui temi cruciali per la destinazione turistica: vacanza famiglia, vacanza attiva (es. trekking, bike, running, sci e discipline outdoor), il gusto e i prodotti culturali fruibili in loco (Piccoli musei in rete, Mezzano Romantica, Ecomuseo del Vanoi etc. Di grande rilevanza per il ruolo che svolge ApT risulta quindi la valorizzazione delle esperienze (Family Adventures, Palaronda Tour etc.) che si rende fruibili mediante il coinvolgimento e coordinamento diretto degli operatori locali.

2. STRATEGIA AZIENDALE: LE ECCELLENZE AMBIENTALI ED ENERGETICHE



La definizione di una politica strategica condivisa rappresenta uno dei fattori cruciali per lo sviluppo di un prodotto turistico. Il desiderio di "voler essere un po' di tutto" molto spesso si traduce in una mancanza di distintività rispetto alla concorrenza, generando nel turista un'idea confusa dell'identità della destinazione e una sensazione di mediocrità in termini di attrazione e soddisfazione. In un contesto competitivo sempre più globalizzato e difficile, risulta dunque necessario scegliere, avendo come punto di riferimento due elementi base del marketing strategico: chi siamo e dove vogliamo arrivare. Partendo da queste semplici considerazioni nel 2020 il Cda di ApT ha maturato la consapevolezza che l'ambito

turistico San Martino di Castrozza, Passo Rolle, Primiero e Vanoi aveva bisogno di individuare una sua identità

e di realizzare investimenti coerenti con l'orientamento strategico delineato a partire da essa. Si è dunque ricercata una strategia di differenziazione, basata sui propri fattori distintivi, che facesse emergere l'ambito verso una condizione di leadership nei confronti della concorrenza, piuttosto che di imitazione di modelli già consolidati e talvolta superati.

All'interno del nostro ambito, i fattori di attrattiva ambientale sono indubbiamente considerati la leva principale della nostra competitività, assieme a quelli di matrice culturale (nei quali sono intesi anche i prodotti locali come espressione della cultura materiale). La consapevolezza di questa dinamica negli ultimi anni è cresciuta sia nella popolazione locale che nel tessuto imprenditoriale e oggi si ritiene quanto mai opportuno condividere politiche per la sostenibilità ambientale in un territorio che già vive di un turismo fortemente legato alla ricerca del contatto con la natura. Le scelte future non potranno prescindere da una visione sistemica che includa nelle strategie, oltre all'attenta valutazione dei fattori naturali, altrettanta attenzione all'analisi dei fattori economici e sociali da cui può dipendere la proposta di un nuovo modello qualitativo. Le strategie di promozione e sviluppo del turismo dovranno pertanto perseguire obiettivi di salvaguardia e valorizzazione di tali fattori.

Da questo punto di vista, la sostenibilità turistica potrà rappresentare una straordinaria sfida per la riqualificazione o il mantenimento di alcuni contesti naturali che caratterizzano la destinazione attuale e allo stesso tempo dovrà mirare a potenziare i flussi turistici in altre situazioni (in luoghi e periodi diversificati), nel rispetto delle caratteristiche del territorio. Gli obiettivi di tutela e valorizzazione, impliciti nelle strategie di sostenibilità, contribuiranno infatti ad aumentare l'attrattiva del patrimonio ambientale, artistico e culturale della destinazione, divenendo, a tutti gli effetti, misure di sostegno alla competitività del settore turistico. Il nostro territorio rappresenta un'eccellenza a livello nazionale ed internazionale, con peculiarità riconosciute e certificate negli anni da partner autorevoli, a riprova di come il filone dell'energia rinnovabile, strettamente connesso a quello della sostenibilità ambientale, stia diventando sempre di più un asset fondamentale per il territorio, un elemento attraverso cui dare nuova linfa alla programmazione turistica, ripartendo dai progetti già in essere e dagli importanti obiettivi finora raggiunti e di seguito riepilogati.



Per lo straordinario valore paesaggistico e naturalistico, nel 2009 le Dolomiti - raggruppate in nove gruppi, tra cui le Pale di San Martino - sono entrate a fare parte dei siti giudicati dall'UNESCO patrimonio dell'Umanità.

Nel 2014 le Valli di Primiero e Vanoi sono state dichiarate da Legambiente "Territori 100% rinnovabili" e nello stesso anno a Bruxelles, in occasione della RES Champions League, hanno ottenuto un riconoscimento speciale come "testimonianza energetica virtuosa nella nuova rivoluzione sostenibile". I numeri alla base di questo riconoscimento sono disponibili al seguente [link](#).



Anche il Parco Paneveggio Pale di San Martino ha lavorato intensamente negli anni per elaborare progetti di sviluppo che mettessero al centro di nuove forme turistiche il concetto di sostenibilità. Per questo ha avviato nel 2014 un percorso partecipato che, attraverso il coinvolgimento di istituzioni pubbliche, operatori economici e associazioni, ha permesso all'Ente Parco di elaborare un dettagliato Piano d'Azione quinquennale (2015-2020) e di ottenere nel 2015 la "Carta Europea del Turismo Sostenibile", successivamente rinnovata nel 2019 e tuttora in corso di realizzazione per la fase 1.

Ulteriori conferme di come il territorio sia precursore e apripista in questo campo sono arrivate recentemente: Primiero, grazie alla candidatura di ACSM S.p.A., è stato selezionato come prima tra le 6 migliori realtà italiane che, per le elevate performance raggiunte in campo energetico, hanno le caratteristiche per diventare “comunità di energia”, mentre nel 2020 Legambiente ha inserito il nostro territorio nel progetto *Multiply*, un percorso a livello europeo che prevede una condivisione di best practice tra territori virtuosi come il nostro e realtà che ambiscono a loro volta a divenire *climate friendly*.

I premi e i riconoscimenti sin qui ottenuti, se correttamente valorizzati, rappresentano un importante biglietto da visita che permette di rivolgerci in maniera seria e credibile ai potenziali ospiti, che come abbiamo visto sono sempre più attenti e informati su tutto ciò che riguarda l’ambiente e la sua salvaguardia. Allo stesso tempo, i giudizi positivi espressi da enti super partes ci consentono di differenziarci da località che molto spesso cavalcano il tema della sostenibilità mettendo in campo mere azioni di “greenwashing”.



A San Martino di Castrozza, si percepisce infatti un rispetto consapevole per l’equilibrio tra le attività dell’uomo e della natura che si traduce in una serie di iniziative concrete sul tema della sostenibilità ambientale. Da qualche anno inoltre Primiero San Martino di Castrozza è entrata a far parte delle “Alpine Pearls”, le “Perle Alpine”, il circuito europeo delle località che offrono esperienze legate a una vacanza sostenibile e più consapevole, in armonia con la natura. Dopo aver verificato il soddisfacimento da parte del Comune dei criteri rientranti nelle cinque macro-categorie di intervento (mobilità ecocompatibile, qualità ambientale, natura – biodiversità, feel-good quality, circuiti economici regionali ed enogastronomia. “Alpine Pearls” è un network internazionale che raccoglie 19 località turistiche di quattro paesi delle Alpi (Italia, Germania, Austria e Slovenia) al fine di promuovere un turismo ecocompatibile e sostenibile. Ogni località – o meglio, ogni Perla Alpina – ha a cuore temi quali la tutela dell’ambiente, l’uso consapevole delle risorse, la salvaguardia delle identità locali e delle particolarità culturali, e perciò si impegna concretamente per proporre esperienze di vacanza consapevole, in armonia con la natura e attraverso soluzioni di mobilità dolce ed eco-friendly.

Manuel Corso
Direttore

3. SITUAZIONE ATTUALE DEL SITO

3.1 STORIA

La versione attuale del sito *sanmartino.com* risale ad ottobre 2012, con un importante *restyling* grafico avvenuto ad ottobre 2016. Nel corso degli anni è stato oggetto di integrazioni (ad esempio con Outdooractive e Deskline) e interventi evolutivi, in virtù dei quali è stato arricchito di nuovi contenuti, sezioni e funzionalità (moodboard, blog, pagina webcam).

Sanmartino.com rappresenta oggi il nostro principale veicolo di comunicazione, ed è inoltre un fondamentale punto di riferimento per tutti gli interlocutori di ApT sul fronte della domanda (ospiti fidelizzati o potenziali), dell’offerta (tutti gli operatori e i partner del sistema turistico locale) e del mondo PR e media.

3.2 NUMERI ATTUALI

Periodo di riferimento **anno 2019** – 01/01/2019-31/12/2019:

- **2.686.655** visualizzazioni di pagina
- **1.368.641** sessioni
- **668.252** utenti
- **ca 10.000** pagine indicizzate (in tre lingue ITA, EN, DE)
- **3,8 Mln** impression (media trimestrale)
- **69,2 %** accessi da dispositivi mobile

Periodo di riferimento **anno 2022** – 01/01/2022-31/12/2022:

- **1.771.696** visualizzazioni di pagina
- **928.766** sessioni
- **485.497** utenti
- **ca 10.000** pagine indicizzate (in tre lingue ITA, EN, DE)
- **4,9 Mln** impression (media trimestrale)
- **72 %** accessi da dispositivi mobile

Dal confronto dei dati si evince che, nonostante l'aumento di impression derivanti da campagne digital, sia le visualizzazioni che gli utenti siano in calo: questo dato potrebbe rispondere al fatto che il sito non sia performante dai dispositivi mobili e risulta difficile reperire le informazioni a causa di un menù troppo articolato.

3.3 STRUTTURA DEL PORTALE

- *Sanmartino.com* si sviluppa su un CMS proprietario per la gestione delle pagine del portale, la compilazione e l'invio delle newsletter utenti e soci, e un'area press per la messa online dei comunicati stampa.
- Attualmente è presente un'Area Operatori con accesso tramite username e password, utilizzata da ApT per la visualizzazione della disponibilità per gli uffici info, la redazione e l'invio dell'agenda eventi settimanale, e dai soci che non utilizzano la piattaforma Feratel per l'inserimento della disponibilità ricettiva.
- Il portale è collegato ad Outdooractive per l'integrazione degli itinerari outdoor, a Feratel per la prenotabilità di alloggi, eventi ed esperienze e a Dolomitisuperski per l'integrazione del bollettino neve, impianti e piste.
- È presente un dominio di secondo livello per la sezione booking e schede strutture (<https://booking.sanmartino.com>) in adeguamento alla legge provinciale.
- Nel sito è presente il collegamento a una piattaforma non personalizzabile da CMS, denominata "Discover San Martino" (<https://www.sanmartino.com/discover/it/inverno/>), che attraverso la visualizzazione di video tematici mostra le attività offerte sul territorio. Dalla prima messa online, questa non ha subito sviluppi e verrà eliminata.
- Ospita una pagina dedicata al pagamento online con carta di credito (*button pay*).

3.4 CRITICITÀ ATTUALI E PROBLEMATICHE

- CMS vetusto (risalente al 2011), poco flessibile e che non permette più al portale di essere performante.
- Difficoltà lato utente a reperire tutte le informazioni causa il numero elevato di pagine e contenuti sparsi nel portale.
- Evoluzioni grafiche non in linea con i trend degli ultimi anni (movimenti dinamici all'interno della pagina, infografiche, priorità alle immagini e ai video).
- Difficoltà di visualizzazione da mobile (approccio ancora troppo orientato a una navigazione di tipo "desktop"): dimensione font spesso non adeguata e user experience non intuitiva.
- Integrazione con piattaforme partner (Outdooractive, Feratel) graficamente non più adeguata.
- Lentezza in elaborazione dati da back-end e nel caricamento delle pagine da front-end.
- Pagine interne poco personalizzabili.
- Mancanza di un motore di ricerca interno.
- Impossibilità di switch diretto di una pagina alla sua versione in lingua straniera.
- Da back-end, costruzione delle pagine in lingua straniera strettamente legata alla versione in italiano.

4. IL NUOVO SANMARTINO.COM

4.1 CARATTERISTICHE E SPECIFICHE TECNICHE

4.1.1 User Experience:

- Sostituzione del sito attuale con una nuova versione migliorata nella user experience, nelle integrazioni e nelle funzionalità, focalizzata su chiarezza e facilità di utilizzo.
- Il front-end dovrà risultare particolarmente coinvolgente e interattivo, valorizzando quindi la componente visual o le infografiche.
- Navigazione mobile first / responsiveness e orientata ai trend attuali.
- Un sito ampiamente personalizzabile, pronto ad integrare in maniera flessibile le piattaforme attualmente presenti (Feratel, Outdooractive, DolomitiSuperski, FlySkiShuttle) e aperto a nuove interfacce (es. Adobe Experience Manager – Trentino Guest Platform, OpenMove).
- Un sito che accompagni l'utente attraverso le varie fasi del customer journey, dando ampio spazio alla brand awareness ma che allo stesso tempo sia accattivante al momento della prenotazione.
- Focus sulla destagionalizzazione: da due siti ben distinti (estate e inverno) a un unico portale con contenuti che cambieranno a seconda delle stagioni.
- Utilizzo di infografiche e icone a supporto delle informazioni contenute. Effetti grafici/animazione elementi in scroll down/up.
- Il portale deve garantire sempre tempi di risposta immediati con elevate performance di caricamento delle pagine su tutti i dispositivi.
- News ed eventi in evidenza: prevediamo dei box dedicati alle notizie e agli eventi in primo piano, con link al dettaglio e alla sezione dedicata. Possibilità di mettere in evidenza (con popup o altra soluzione da voi proposta) notizie importanti dell'ultimo minuto (es. chiusura impianti causa vento).
- Possibilità da parte dell'utente di inserire i propri contenuti preferiti in wishlist.
- Notifica di reminder al nuovo accesso se in quello precedente l'ospite non avesse concluso all'ultimo momento una prenotazione/transazione.
- Sistema di ricerca interno e breadcrumb visibile.

4.1.2 CMS e Aree Riservate:

- Un CMS moderno, semplice e veloce da utilizzare, che risponda prontamente alle necessità aziendali in continua evoluzione. Il CMS deve poter offrire nel back-end strumenti di authoring avanzati, che ne agevolano il lavoro di editing delle pagine. Possibilità di creare in autonomia le pagine interne e di modificare homepage e menù a piacimento.
- Nuova Area Operatori dedicata ai Soci per l'aggiornamento della disponibilità e delle informazioni contenute nella scheda della propria struttura (per chi non utilizza piattaforma Feratel). Siamo aperti a vostre proposte riguardanti integrazioni di nuove funzionalità a loro dedicate, come il download di immagini libere da diritti a loro disposizione.
- Possibilità di compilazione e invio delle newsletter Utenti e Soci con relativi report statistici: fornitura di un applicativo / piattaforma esterna al CMS per invio newsletter in grado di integrare, se necessario, alcuni contenuti direttamente dal CMS.
- Sito in tre lingue (italiano, inglese, tedesco). Creazione menù/pagine personalizzati per lingua (ad esempio: un nuovo blocco testo inserito in una pagina non dovrà essere necessariamente inserito in tutte e tre le lingue). Siamo aperti a vostre proposte riguardanti l'utilizzo di sistemi d'intelligenza artificiale per la traduzione automatica e visualizzazione dei testi in lingua straniera.
- Area Riservata per l'Ufficio Stampa con inserimento comunicati e photogallery.
- Presenza e collegamento alle sezioni booking e schede strutture (es. <https://booking.sanmartino.com>) con un dominio di secondo livello, per adeguamento all'attuale legge provinciale.
- Si valutano proposte per applicazioni legate all'intelligenza artificiale con integrazione di sistemi RAG per migliorare la precisione e la pertinenza delle risposte.

4.1.3 Integrazioni e Analytics:

- Integrazione totale con strumenti di analisi/tracciamento come Google Analytics – Tag Manager, e apertura ad eventuali proposte di strumenti di reportistica avanzata.
- Tutte le funzionalità previste dovranno seguire obbligatoriamente le direttive GDPR.
- Migrazione della componente SEO dal vecchio sito e ottimizzazione del nuovo SEO nelle lingue di riferimento.

4.2 PRINCIPALI SEZIONI DEL NUOVO PORTALE

- **Webcam:** pagina del portale con il maggior numero di visitatori. Le webcam ci vengono fornite da Feratel, RealCam e con diverse soluzioni (360, jpeg statico, video, etc.). Considerando l'importanza di questa sezione, abbiamo bisogno di gestirla da back end il più possibile (es. disattivazione in caso di malfunzionamenti e ordine di visualizzazione). Prevediamo anche l'integrazione del servizio **Meteo**, attualmente non presente.
- **Bollettino Neve, Impianti, Piste:** integrazione totale del bollettino neve Dolomitisuperski per lo sci alpino (apertura impianti, piste, dati neve, periodo apertura skiarea) e snowpark. Per lo sci nordico, inserimento manuale di aperture/chiusure con vostra proposta grafica.
- **Schede Strutture Ricettive** (hotel, appartamenti): il sito prevede una sezione dedicata alle strutture ricettive, con incluse funzionalità di ricerca alloggi disponibili anche con possibilità di Richiesta Multipla. Le strutture ricettive che utilizzano il sistema Feratel permettono direttamente la prenotazione online; tutte le altre solo la richiesta di offerta via e-mail con la disponibilità inserita tramite Area Operatori. Da valutare l'integrazione dei pacchetti vacanza all'interno della scheda struttura (sia provenienti da Feratel che da apposita sezione all'interno del CMS). Feratel è la piattaforma di riferimento per la prenotazione online, integrata attraverso script Tosc5 oppure via interfaccia DSI Feratel.

La possibilità di ricerca alloggi deve risultare semplice e deve emergere in tutte le sezioni del sito. Da valutare l'inserimento nella sezione "cerca&prenota" di un numero di stanze superiore a 1 (come presente, ad esempio, in visittrentino.info).

- **Point Of Interest - POI** (ristoranti, negozi, etc): tutta la parte extra-ricettiva è rappresentata dai POI, come ad esempio ristoranti, bar, negozi, noleggi, musei, etc. La sorgente dei POI dovrà essere la piattaforma Adobe Experience Manager (Trentino Guest Platform) collegata anche al sistema Mio Trentino Business.
- **Eventi**: gli eventi attualmente vengono caricati direttamente nel CMS. Possiamo anche valutare di importarli da una piattaforma headless, come Deskline o Adobe Experience Manager ed esportarli automaticamente sui portali partner.
- **Catalogo Esperienze**: ApT rende prenotabili online tramite Tosc5 eventi ed esperienze sul territorio. Si chiede dunque integrazione totale della piattaforma di vendita e delle schede collegate <https://www.sanmartino.com/IT/esperienze>

4.3 OBIETTIVI A MEDIO/LUNGO TERMINE

- Mantenere il sito sempre al suo corretto e ottimale livello di esercizio.
- Aggiornarlo in risposta ad eventuali nuovi sviluppi delle interfacce esterne collegate.
- Apertura a nuove integrazioni grafiche o di usabilità nel corso del periodo di esercizio.

4.4 SITI DI COMPETITOR RITENUTI ALL'ALTEZZA

Per maggiori approfondimenti, si prega di consultare il documento in allegato al presente bando.

- Visit Finland <https://www.visitfinland.com/it/> per semplicità, eleganza e sensazione "hygge".
- Visit Slovenia <https://www.slovenia.info/it/le-storie/visitate-la-slovenia-in-modo-green> per focus su sostenibilità.
- Garda Trentino <https://www.gardatrentino.it/it> per integrazioni Outdoor, sezione Booking, assistente AI.
- Visit Denmark <https://www.visitdenmark.com/> per la scelta delle stagioni di riferimento, le sezioni non commerciali e la landing specifica riguardante la sostenibilità.
- Dolomiti Superski <https://www.dolomitisuperski.com/it/home> per elementi grafici dinamici e infografiche.
- My Switzerland <https://www.myswitzerland.com/it-it/> per elementi ASMR.
- Graubünden <https://www.graubuenden.ch/en> per linearità e semplicità.

5. L'AGENZIA IDEALE

- Ha una comprovata esperienza nella realizzazione di portali web con presenza di altre destinazioni turistiche nel proprio portfolio clienti.
- È composta da uno staff qualificato e specializzato nella creazione di siti web e di testi orientati alla SEO, affidabile e puntuale nelle consegne.
- È propositiva nei confronti del cliente, suggerendo implementazioni, evoluzioni e novità.
- Garantisce un servizio di assistenza tecnica rapido e preciso e si occupa dell'acquisizione e del mantenimento dei domini (visitsanmartino.com/.it, sanmartino.com/.it, etc.)
- Conosce le piattaforme e le integrazioni collegate al nostro sistema digitale e a quello di visittrentino.info, interagendo con i partner di riferimento.

- Consideriamo un plus la fornitura del servizio di hosting/mail aziendali e l'assistenza derivante da questo (quotazione a parte).

6. PARTECIPAZIONE AL BANDO DI GARA

6.1 REQUISITI PER LA PRESENTAZIONE DEL PROGETTO

Le offerte dovranno necessariamente includere ed esporre le indicazioni specifiche riportate di seguito, essenziali ai fini di una prima valutazione del confronto concorrenziale:

- Componenti piattaforma (CMS, DAM), con relativa demo.
- Componenti UX e UI (grafica e interazione/navigazione), con presentazione di proposta grafica di base e orientativa riguardante: homepage, scheda struttura ricettiva, scheda itinerario outdoor, scheda di un'esperienza acquistabile online (queste ultime tre integrate da piattaforma terza) e landing page con argomenti a scelta.
- SEO: quotazione per la migrazione della componente SEO dal vecchio sito e per l'ottimizzazione del nuovo SEO nelle lingue di riferimento.
- Google Analytics e Tag Manager: preventivo per configurazione, assistenza e impostazione obiettivi che verranno definiti in sede di progettazione.
- Si richiede piena conformità al GDPR e alle vigenti normative nazionali ed internazionali in materia di trattamento dei dati e cookie policy.
- Si richiede al fornitore di essere in possesso del DURC (documento unico di regolarità contributiva).
- Specifiche riguardanti la manutenzione: manutenzione annuale ordinaria (domini, server, eventuali costi fissi) ed evolutiva (tariffe orarie/giornaliere per attività evolutive sul portale). Servizio di garanzia con indicazione delle mensilità incluse nel contratto dalla messa online del portale.
- Eventuale preventivo per servizio di traduzione in inglese e tedesco dei testi principali o integrazione piattaforma AI di traduzione automatica (facoltativa).
- Eventuale preventivo a parte per servizio hosting e gestione mail aziendali (facoltativo).

6.2 CRITERI DI VALUTAZIONE E ASSEGNAZIONE

La commissione giudicatrice, appositamente costituita da ApT San Martino di Castrozza, Primiero e Vanoi, stilerà una graduatoria delle offerte presentate, visionando la documentazione fornita e tenendo conto dei diversi criteri di valutazione di seguito riportati:

1. Offerta tecnica: max 40 punti;
2. Offerta economica: max 60 punti;
3. Presentazione del progetto: max 20 punti.

6.2.1 Modalità di valutazione dell'offerta tecnica

L'attribuzione del punteggio, che verrà assegnato visionando la documentazione fornita, sarà ottenuta dalla somma dei singoli punteggi attribuiti agli elementi che determinano la valutazione per ciascuna singola caratteristica. Le caratteristiche sono distinte in:

- valutazione delle referenze aziendali del partecipante, con particolare riferimento a progetti analoghi realizzati negli ultimi due anni: punteggio massimo **10 punti**;
- valutazione di proposte tecniche migliorative sul progetto: punteggio massimo **15 punti**
- valutazione delle competenze tecniche delle risorse che verranno coinvolte nel progetto: punteggio massimo **15 punti**.

6.2.2 Modalità di valutazione dell'offerta economica

Il punteggio massimo di 60 punti sarà attribuito all'offerta con il prezzo più basso; a ciascuna delle altre offerte verrà attribuito un punteggio determinato applicando la seguente formula:

$$\text{PASS} = \text{PMAX} * (\text{VM} / \text{VO})$$

dove:

PASS = punteggio assegnabile all'offerta;

PMAX = punteggio massimo assegnabile all'offerta (60 punti);

VM = importo minimo offerto;

VO = importo offerto.

Il punteggio finale valevole ai fini della convocazione per la presentazione in sede dei tre migliori progetti sarà uguale alla somma dei punteggi rispettivamente ottenuti dall'offerta economica e dall'offerta tecnica.

6.2.3 Assegnazione del progetto vincitore

Dopo le valutazioni tecniche ed economiche del progetto e l'assegnazione dei relativi punteggi, verranno selezionati dalla commissione interna di ApT i tre progetti ritenuti più idonei. Le tre agenzie selezionate, verranno contattate entro 15 giorni e invitate a presentare il progetto presso la nostra sede. In sede di presentazione avranno a disposizione al massimo 20 minuti per illustrare il progetto al quale seguiranno 10 minuti di Q&A.

La presentazione verrà valutata dalla commissione con l'assegnazione di un punteggio massimo equivalente a **n. 20 punti**.

Ogni membro della commissione valuterà personalmente il progetto attribuendo i propri punteggi che verranno poi sommati e divisi per il numero dei componenti, formando così la media aritmetica. Il punteggio medio verrà in seguito sommato a quello attribuito alle valutazioni tecniche ed economiche e sarà valido per l'attribuzione del progetto vincitore.

7. TEMPISTICHE E CONDIZIONI

- I progetti e le relative proposte economiche dovranno pervenire ad ApT **entro e non oltre le ore 12:00 del 25 ottobre 2024**: dopo tale data, verranno selezionati dalla commissione interna di ApT i 3 progetti ritenuti più idonei secondo le condizioni riportate al punto 6.2.
- La commissione valuterà solamente le proposte complete di tutte le voci indicate nel presente bando al punto 6.1.

- Le tre agenzie selezionate, verranno contattate via pec entro il giorno **23 novembre 2024** e invitate a presentare il progetto presso la nostra sede per la valutazione finale.
- Obiettivo primario: release del nuovo sito **entro settembre 2025**.
- Le offerte vanno indirizzate ad Azienda per il Turismo San Martino di Castrozza, Passo Rolle, Primiero e Vanoi Soc. Coop. e inviate via pec a: aptsmart@pec.it e, in copia, a web@sanmartino.com.
- Il presente documento è pubblicato nella sezione Organizzazione Trasparente del portale sanmartino.com, alla sezione «*Dati e documenti inerenti all'attività di pubblico interesse della PAT*».
- La commissione di valutazione di ApT si riserva la facoltà di contattare e convocare i fornitori per un ulteriore confronto e approfondimento sui progetti proposti.

8. INFO E CONTATTI

Per informazioni, approfondimenti tecnici e chiarimenti, che dovranno pervenire via email **entro e non oltre il giorno 18 ottobre 2024**, si prega di contattare il team Digital di ApT:

- **Mattia Maranesi**
web@sanmartino.com – 0439.767085
- **Sonia Taufer**
webassistance@sanmartino.com – 0439.765597



4.4 SITI DI COMPETITOR RITENUTI ALL'ALTEZZA

NUOVO SANMARTINO.COM

VISIT FINLAND

<https://www.visitfinland.com/it/>

- Look&feel semplice e pulito, prevalgono il bianco e colori tenui
- Menù facile da navigare
- Mappe località *aesthetic*
- Sezione dedicata alla sostenibilità e alle «attività sostenibili» approfondita e ben studiata <https://www.visitfinland.com/it/consigli-utili/sostenibilita/>
- Sensazioni: felicità e tranquillità



La sostenibilità è importante perché amiamo viaggiare

Viaggiare è meraviglioso, ma per poter continuare a visitare nuovi Paesi e conoscere culture straniere, dobbiamo assicurarci che il turismo rispetti gli obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite, sia dal punto di vista ecologico, che socio-culturale e finanziario. In Finlandia, questi tre aspetti sono alla base dell'impegno verso un futuro sostenibile. Riteniamo sia nostro compito semplificare la possibilità di fare scelte consapevoli.

Le nostre notizie



Tutto quello che dovresti sapere sulla neve



I periodi migliori dell'aurora boreale



Le migliori attività invernali da fare in Lapponia



Saune imperdibili nella regione di Helsinki

Attenzione al clima e alla natura

In Finlandia, facciamo scelte per limitare il cambiamento climatico e disponiamo di un piano d'azione per ridurre la nostra impronta di carbonio.

Rispetto per il patrimonio

In Finlandia, ci impegniamo a rispettare tutte le culture locali. Vogliamo contribuire a rafforzare il patrimonio culturale e a sostenere il dialogo interculturale.

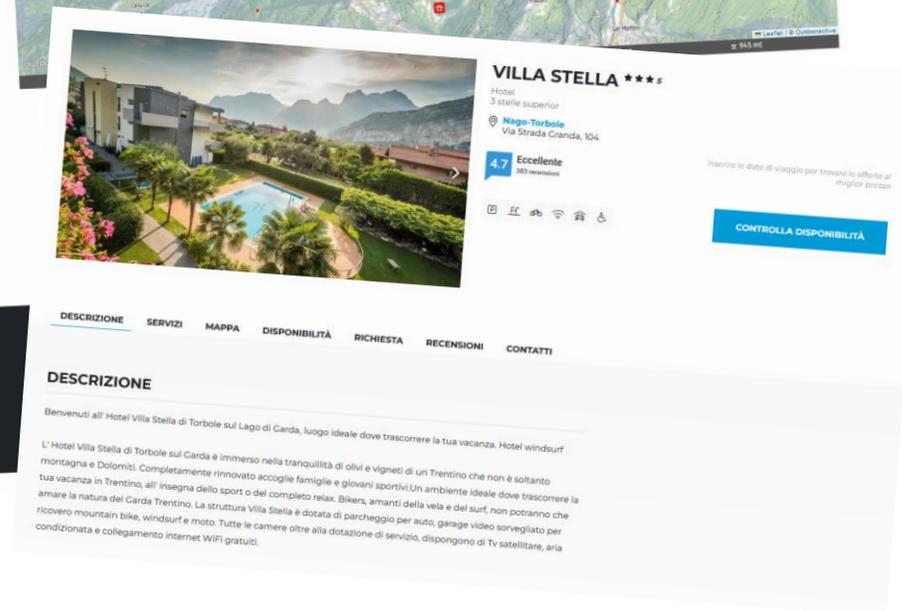
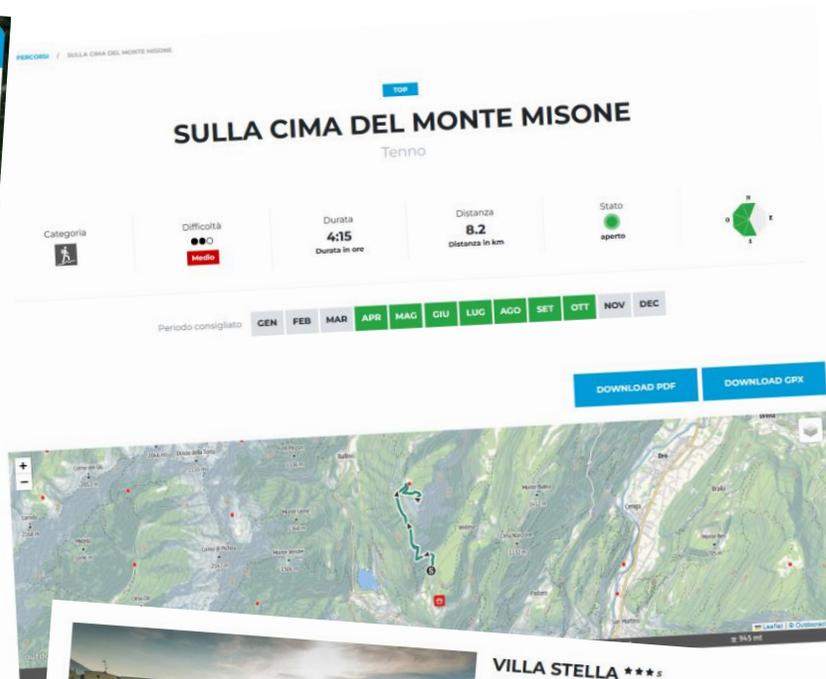
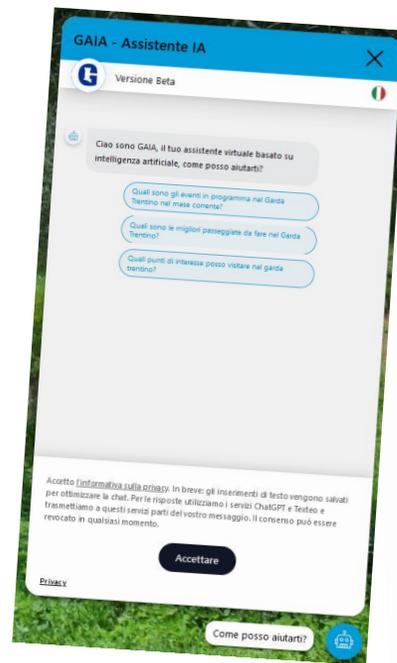
Sostegno alla comunità locale

Sosteniamo le imprese locali acquistando localmente al fine di migliorare l'occupazione e il benessere delle comunità.

GARDA TRENTINO

<https://www.gardatrentino.it/it>

- Buona integrazione API della sezione outdoor da Outdooractive e ricettività da Feratel
- Breadcrumb
- Menù shortcut attività outdoor
- Assistente AI
- Sensazioni: sportività



VISIT DENMARK

<https://www.visitdenmark.com/>

- Landing page specifica con focus sostenibilità
<https://www.visitdenmark.com/denmark/things-do/sustainable-holiday>
- Scelta stagione di riferimento
- Sezioni non commerciali che fanno leva su curiosità e leggerezza
- Sensazioni: concretezza e simpatia



Fun facts about Denmark

Photo: Kristian Løcholtz

Can facts be funny? We seem to think so. From weird Danish traditions and letters, old flags and amusement parks to bike- and swim-friendly facts, get to know Denmark a bit better with these 17 fun facts!

Print Share

1. One of the happiest countries in the world

Fun facts about Denmark have to begin with happiness - we're known for it! Denmark has been named the world's happiest country on numerous occasions, and remains to be very near top of the [UN World Happiness Report](#), we're currently second. If you want a few insider tips on how you can get a bit more happiness in your life, you should check out our guide on [12 ways you can get happy in Denmark](#).



Stay in the great outdoors

Photo: VisitFyn - Mette Johnsen

Getting the basics right

Plan your trip the greenest way possible with our links to hotels, restaurants and transport that have the green seal of approval. It's actually harder to make a decision that's bad for the environment than a good one!



Photo: Celine Au d&eacirc;tour d'un chemin

Green places to stay

Look for Denmark's Green Experience label to find hotels, hostels, and more certified as sustainable.



Photo: Lina Ahnoff Photography

Where to eat your greens

From Michelin-starred restaurants to cosy cafes, there are plenty of places to follow a plant-based diet in Denmark.



Photo: Metro - Daniel Rasmussen

Public transport options

Before you rent a car, stop and think if there is an alternative. Public transport might just be it...

When would you like to come to Denmark?

If we had to pick a favourite season it would be...no we can't. They're all great times to be here! You'll just have to come at least four times and decide for yourself.



Spring



Summer



Autumn

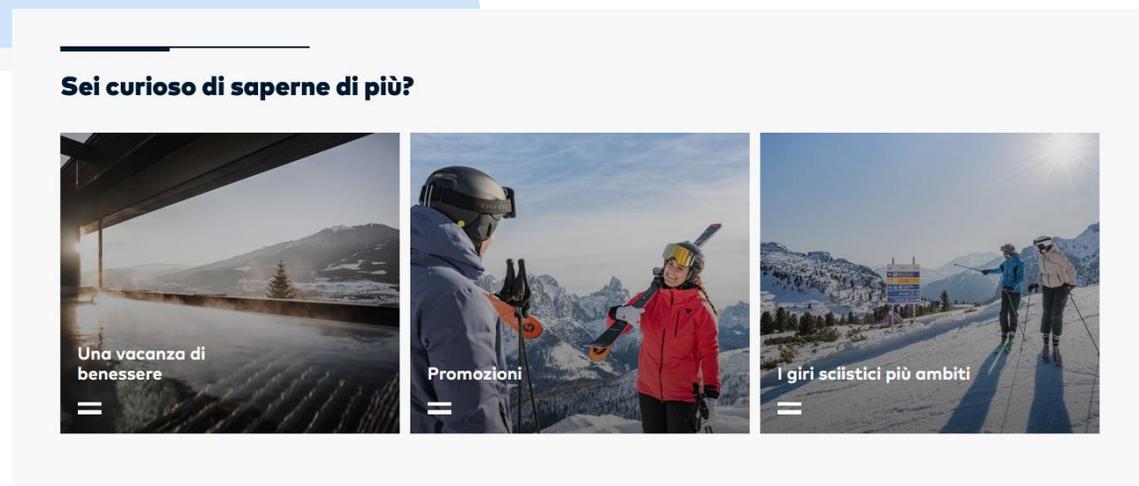
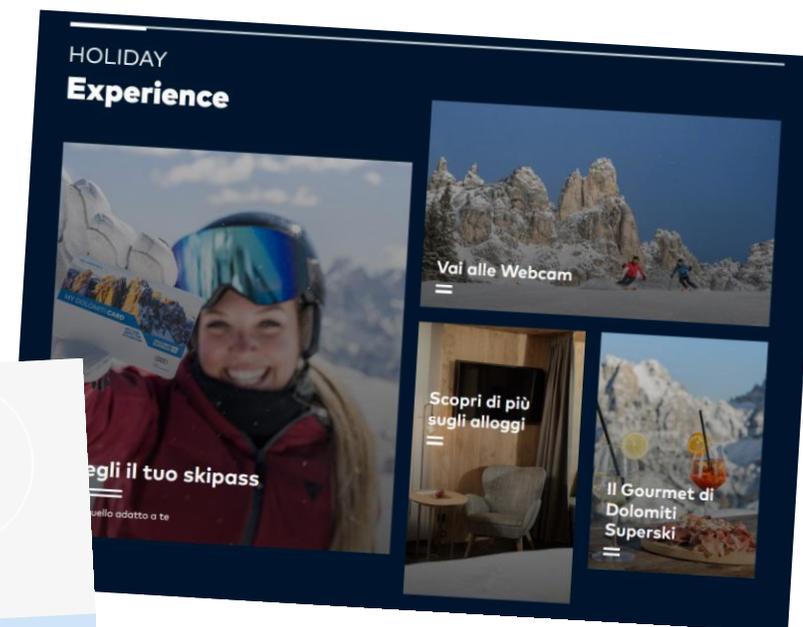
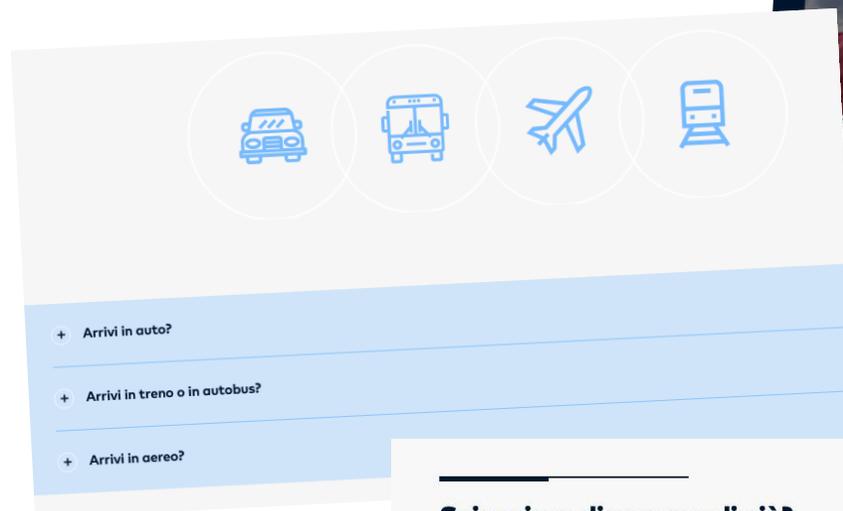


Winter

DOLOMITI SUPERSKI

<https://www.dolomitisuperski.com>

- Elementi dinamici ben integrati con lo scroll
- Infografiche chiare
- Notifica popup (es. chiusura impianti)
- Sezioni che richiamano l'attenzione dell'utente
- Reminder carrello aperto per concludere transazioni
- Sensazioni: dinamismo e modernità



MY SWITZERLAND

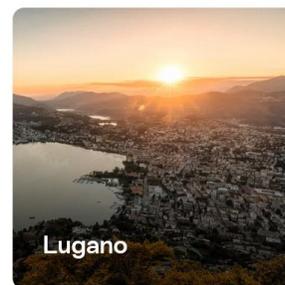
<https://www.myswitzerland.com/it-it/>

- Elementi ASMR
- Video HP variabili sui 12 mesi
- Sezione «destinazioni»
- Calendario manifestazioni molto chiaro
- Sensazioni: fiducia ed emozione

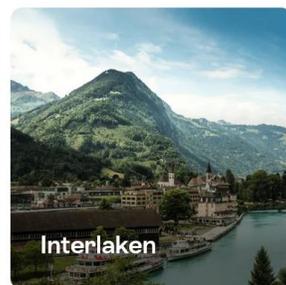


Le migliori destinazioni

Scopri di più →



Lugano



Interlaken



Grindelwald



Chästeilet Justistal 2023

Sigriwil, 20.09.2024



Sunlce Festival

Ascona, 19.09. - 21.09.2024



Calder. Sculpting Time

Lugano



Campionati mondiali di ciclismo e paraciclismo Zurigo 2024

Zurigo, 21.09. - 28.09.2024



Nel cuore della vendemmia

Schweiz / Suisse / Switzerland



Ascona Classic Car Award

Ascona, 21.09. - 22.09.2024



S.Pellegrino Sapori Ticino 2024 - Deutschland: Gastronomie, Wein und Kultur

Lugano, 22.09. - 24.11.2024



Raiffeisen San Giorgio Trail

Riva San Vitale, 22.09.2024

GRAUBÜNDEN

<https://www.graubuenden.ch/en>

- **Semplicità e minimalismo**
- **Informazioni reperibili in maniera diretta**
- **Varie tipologie di sezioni CTA**
- **Sensazioni: solidità e serietà**

×

Luoghi di interesse

Attività

Alloggi

Pianificazione

DE EN IT FR

Sci

Sci di fondo

Slittino

Pattinaggio su ghiaccio

Escursioni con le ciaspole

Viaggi in treno

Escursioni a piedi

Trail running

Escursioni in mountain bike

ANTEPRIMA

CIASPOLE SAN BERNARDINO MESOLCIMA CALANCA
Mota d'Anzala - itinerario per ciaspole
FACILE
↔ 5,4 km ⌚ 2:00 h ↑ 173 m ↓ 147 m

CIASPOLE ENGADIN SAMNAUN VAL MÜSTAIR
Tschlin - Tè dell'Alpe - Martina
MEDIO
↔ 16,6 km ⌚ 6:30 h ↑ 706 m ↓ 1239 m

CIASPOLE ENGADIN SAMNAUN VAL MÜSTAIR
Tschlin - Craistota (roundtour)
MEDIO
↔ 5,9 km ⌚ 2:45 h ↑ 453 m ↓ 453 m

CIASPOLE PRÄTTIGAU
Tour circolare di Vorderstels
FACILE
↔ 3,2 km ⌚ 1:15 h ↑ 230 m ↓ 230 m

CIASPOLE SURSELVA
Schneeschuhwanderung Uaul Chigina ab Andlöst
FACILE
↔ 2 km ⌚ 1:30 h ↑ 216 m ↓ 216 m

I Grigioni hanno innumerevoli volti. Scoprite la combinazione di natura selvaggia e incontaminata con la cultura più moderna, dai tranquilli villaggi di montagna in Bregaglia ai sofisticati hotel di St. Moritz.



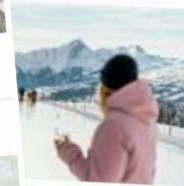
Viaggi in treno

Un viaggio con la Ferrovia retica è molto più di un semplice spostamento: è un'esperienza. I paesaggi non finiscono a staccare gli occhi dal paesaggio nemmeno per un minuto.



Sci di fondo

Esiste una valle, piano perfettamente tracciato attraverso Foresta Innevata e laghi ghiacciati: i Grigioni, con i loro chilometri di piste, sono il più grande comprensorio di sci di fondo della Svizzera.



Slittino

Il Grigione è la patria dello slittino. Vi sono opportunità di slittino in ogni valle. È un'attività di grande fascino. Durante le escursioni con le ciaspole, potrete scoprire i Grigioni a vostro piacimento.



Escursioni con le ciaspole

Il numero delle neve coperte, il fruscio dei seni da sci si alza in volo un'avalanche. È un'emozione! Silenzio. Durante le escursioni con le ciaspole, potrete scoprire i Grigioni a vostro piacimento.



Dal rustico al lussuoso.
Alloggi

Hotel, case vacanze, campeggi, rifugi e case della gioventù: l'offerta di alloggi nel Grigione non permette essere più variegata. E' ad quale situazione sceglierete?

→



GRAZIE :)