

**ALLEGATO A
SCHEMA TECNICA**

AVVISO PER INDAGINE DI MERCATO

FINALIZZATO AD ACQUISIRE MANIFESTAZIONI DI INTERESSE PER L'INDIVIDUAZIONE DI OPERATORI ECONOMICI INTERESSATI A PARTECIPARE ALLA PROCEDURA DI AFFIDAMENTO DIRETTO DI CUI ALL'ART. 50, COMMA 1, LETT. B), DEL D.LGS. 36/2023 PER SERVIZIO DI MAPPATURA DEI PRODOTTI TURISTICI, REALIZZAZIONE DI MATRICI DI CORRELAZIONE E COSTRUZIONE DI UN CATALOGO PRODOTTO FINALE FUNZIONALE AL POSIZIONAMENTO DELLA DESTINAZIONE RISPETTO AI MERCATI TARGET IN COERENZA CON L'AZIONE A.5 DEL PROGETTO STRATEGICO

“Dolomiti Bellunesi: da Brand di destinazione a patrimonio collettivo”

Codice intervento N. CUP: F89I23001100008

Descrizione oggetto del servizio:

- Analisi della comunicazione a supporto del prodotto: per comprendere quali attori sono oggi impegnati fattivamente a sostenere i singoli prodotti, con quali strumenti e con quali modalità;
- Creazione di matrici di correlazione: per evidenziare il posizionamento del mix prodotto e definire le priorità di intervento;
- Elaborazione del Piano correttivo: definito sui singoli prodotti operando in collaborazione con i Consorzi e gli altri stakeholder territoriali;
- Mappatura dei Prodotti e realizzazione di matrici di correlazione secondo parametri e aspettative proprie del turista del domani. Quindi con una grande attenzione alla maggior propensione al cambiamento dell'offerta secondo il mutare – veloce – delle abitudini, dei comportamenti e delle circostanze esterne;
- Analisi del livello di sviluppo del prodotto turistico: al fine di evidenziare il mix prodotto esistente ed il reale livello di spendibilità all'interno del mercato turistico.

Output:

- Strategia di comunicazione e promo-commercializzazione del catalogo nell'ottica della partecipazione della DMO al **TTG di Rimini 2025 (8-10 ottobre)**.
- Costruzione e consegna di un catalogo prodotti entro il **31 dicembre 2025** in fase preliminare con aggiornamento ulteriore e integrazione e consegna finale entro il **30 giugno 2026**.

Modalità operative richieste

1. Mappatura dei prodotti attuali e potenziali del territorio;
2. Individuazione dei cluster da sviluppare nella realizzazione del catalogo e stesura di una matrice prodotto strategica;
3. Formazione di un product manager interno alla DMO che si occuperà del catalogo prodotto, del

suo sviluppo e gestione a lungo termine.

4. Definizione dei criteri di qualità e vendita dei prodotti destinati alla promo commercializzazione;
5. Affiancamento alla DMO nella creazione di una strategia di governance di prodotto efficace e autorevole in collaborazione con i consorzi locali;
6. Animazione di tavoli di lavoro territoriali (n.5) con i sotto-ambiti e il product manager, in cui si faciliterà il dialogo tra i decision makers di prodotti strategici per l'offerta della destinazione e si stenderanno le schede prodotto;
8. Elaborazione della struttura del catalogo prodotto sulla base del lavoro di affiancamento svolto;
9. Elaborazione e consegna finale catalogo prodotto.

Risultati attesi dall'investimento:

Le operazioni di concertazione e sviluppo del prodotto raggiungeranno rilevanti obiettivi strategici per la DMO Dolomiti Bellunesi, nello specifico:

- Coinvolgimento attivo delle macro-aree e dei loro stakeholders;
- Implementazione del funzionigramma della Fondazione;
- Creazione di un posizionamento strategico e duraturo sul mercato;
- Generazione capacità di conversione sia per la Fondazione che per il territorio.

Le voci di costo di ogni azione dovranno essere comprensive di rimborsi spese di trasferta.