

Stăpânirea datelor: un set de instrumente pentru destinații turistice



Acest set de instrumente a fost creat pentru Comisia Europeană - DG GROW de către



Smart Tourism Destinations | SI2.843962

Autori

Parteneri de bază ai proiectului: Giovanna Galasso (Intellera Consulting), Costanza Bersani (Intellera Consulting), Tommaso Messina (Intellera Consulting), Alberto Venditti (Intellera Consulting)

Experți independenți: Dario Bertocchi, Estrella Diaz Sanchez, Tomáš Gajdošík, Stefan Hartman, Mirko Lalli, Dagmar Lund-Durlacher, María Dolores Ordóñez Martínez, Kristian Sievers, Marianna Sigala, Urška Starc-Peceny

Februarie 2023

Acest conținut are ca scop doar informarea generală și nu trebuie utilizat ca înlocuitor pentru consultarea consilierilor profesioniști.

Deși am depus toate eforturile pentru a ne asigura că informațiile conținute în acest document au fost obținute din surse de încredere, PwC, Intellera Consulting, CARSA și Universitatea din Malaga nu sunt responsabile pentru erori sau omisiuni sau pentru rezultatele obținute în urma utilizării acestor informații. Toate informațiile din acest document sunt furnizate „ca atare”, fără nicio garanție privind caracterul complet, acuratețea, actualitatea sau rezultatele obținute din utilizarea acestor informații și fără garanții de niciun fel, explicite sau implicite, inclusiv, dar fără a se limita la garanții de performanță, vandabilitate și adecvare pentru un anumit scop.

În niciun caz PwC, Intellera Consulting, CARSA și Universitatea din Malaga, parteneriatele sau corporațiile sale afiliate, sau partenerii, agenții sau angajații acestora nu vor fi răspunzători față de dvs. sau de oricine altcineva pentru orice decizie luată sau acțiune întreprinsă pe baza informațiilor din acest document sau pentru orice daune pe cale de consecință, speciale sau similare, chiar dacă dvs. sau persoanele respective au fost informate cu privire la posibilitatea unor astfel de daune.

Proiectul a primit finanțare de la Comisia Europeană în cadrul proiectului pilot de contract de servicii „Smart Tourism Destinations” – GROW-2020-OP-0014 – Număr SI2.843962

Informațiile și perspectivele prezentate în acest document aparțin autorului (autorilor) și nu reflectă neapărat opinia oficială a Comisiei. Comisia nu garantează acuratețea datelor incluse în acest studiu. Nici Comisia și nicio persoană care acționează în numele Comisiei nu poate fi făcută răspunzătoare pentru utilizarea informațiilor conținute în acest studiu.

Reproducerea este autorizată cu condiția menționării sursei.

Gestionat de Comisia
Europeană





Modul de utilizare a setului de instrumente: călătoria dvs. către turismul inteligent

De la explorare până la implementarea unei abordări a turismului inteligent

De-a lungul călătoriei care duce la o abordare a turismului inteligent, setul de instrumente identifică patru pași principali, de la explorarea turismului inteligent ca și concept până la implementarea sa concretă.

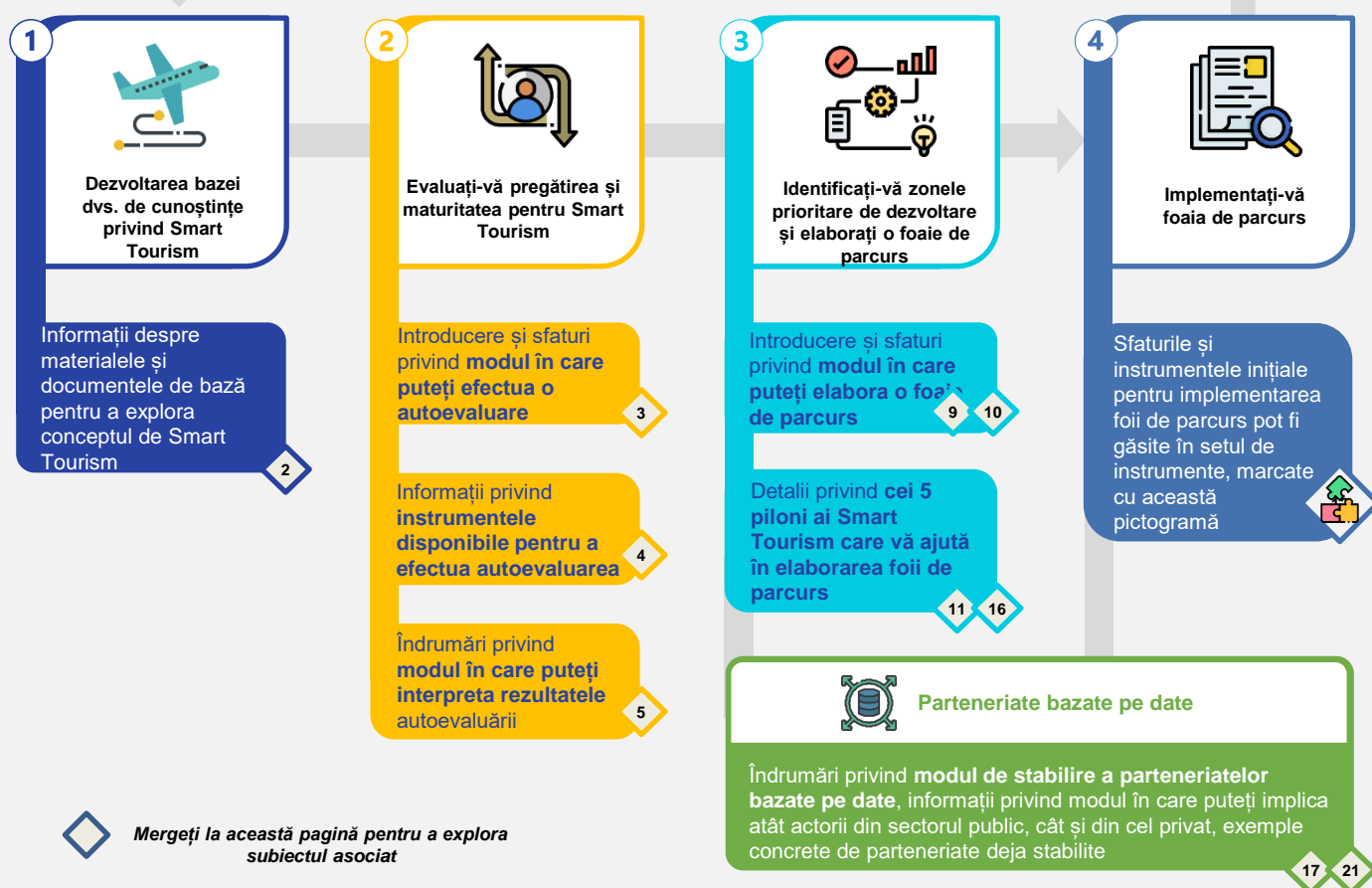
Figura de mai jos oferă o vizualizare concisă a acestei călătorii, de la pasul unu până la patru, și indicații în caseta de mai jos despre cum să utilizați acest set de instrumente și unde să găsiți informații relevante, îndrumări și sfaturi.

Pe lângă îndrumări și sfaturi legate de acești patru pași, setul de instrumente include un capitol final dedicat parteneriatelor bazate pe date

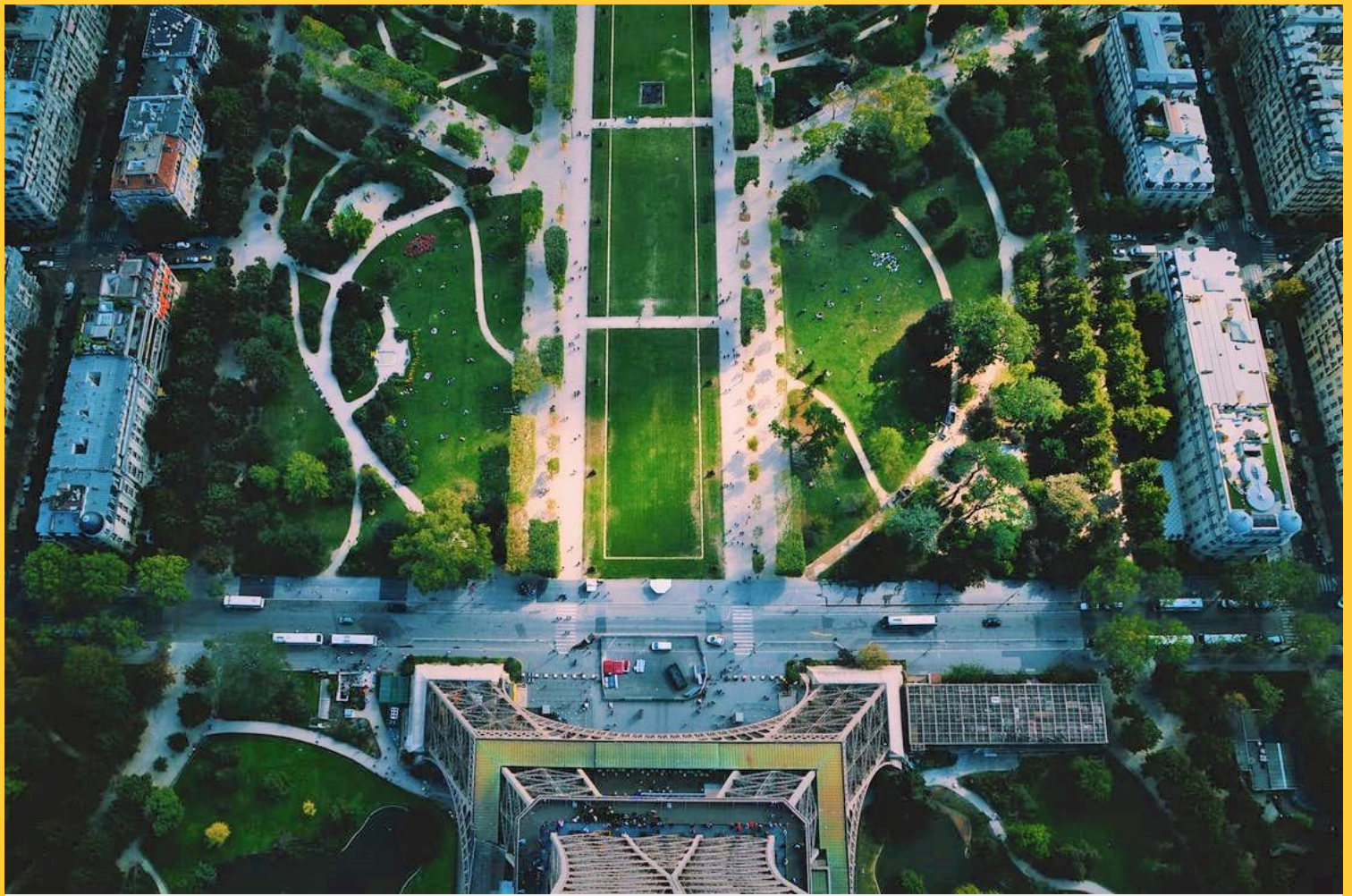
și colaborării între organizații din sectorul public și cel privat. Acesta este un subiect transversal, interconectat atât cu elaborarea foii de parcurs, cât și cu implementarea acesteia.

În general, setul de instrumente se concentrează în principal pe furnizarea de îndrumări pentru pașii 2 și 3 legați de evaluarea maturității turismului inteligent și de elaborarea unei foi de parcurs. Alte materiale create în contextul proiectului, în special în ceea ce privește pasul 4, vor fi disponibile pe site-ul web al proiectului Smart Tourism Destinations.

Verificați periodic starea dvs. începând din nou de la pasul 1



În cazul în care căutați asistență pentru îndrumări, materiale și instrumente suplimentare privind modul în care vă puteți implementa foaia de parcurs și consolida abordarea în domeniul turismului inteligent, vă recomandăm să fiți cu ochii pe secțiunile [bibliotecii digitale](#) și [seminariilor web](#) de pe site-ul web al proiectului Smart Tourism Destinations, unde puteți consulta materialele dezvoltate și puse la dispoziție prin proiectul nostru, destinate în mod special sprijinirii Smart Tourism Destinations de-a lungul călătoriei lor.



Cuprins



Pasul 1: explorați abordarea Smart Tourism..... 3



Pasul 2: evaluați-vă pregătirea și maturitatea pentru Smart Tourism..... 4



Pasul 3: elaborarea unei foi de parcurs pentru Smart Tourism.....7

Strategie și guvernare..... 9

Colectarea și gestionarea datelor..... 10

Capitalul și abilitățile umane..... 12

Transferul de cunoștințe..... 13

Gestionarea ecosistemelor..... 14



Parteneriate bazate pe date între actori din sectorul public și cel privat.....15

Despre proiect

Proiectul „Smart Tourism Destinations” (Contract de servicii SI2.843962, 2021-2023) este finanțat de Comisia Europeană – Direcția Generală pentru Piața Internă, Industrie, Antreprenoriat și IMM-uri (DG GROW) și gestionat de PwC EU Services, Intellera Consulting, CARSA și de Universitatea din Málaga. Obiectivul proiectului este de a sprijini destinațiile UE în drumul lor către o tranziție verde și digitală care vizează îmbunătățirea gestionării inteligente și sustenabile a turismului în UE prin stăpânirea datelor, înțelegând drept capacitatea de a colecta, analiza și reutiliza date turistice în conformitate cu un plan strategic coerent.





Pasul 1: explorați abordarea Smart Tourism

De ce ar trebui să fii interesat de adoptarea unei abordări Smart Tourism?

Smart Tourism poate fi o forță motrice pentru inovare și un factor important de competitivitate, dezvoltare sustenabilă, calitate a vieții și reziliență a destinațiilor turistice.

Transformarea destinației într-o destinație Smart Tourism nu ar trebui să fie considerată obiectivul final, ci mai degrabă o oportunitate și un mijloc eficient de a promova bunăstarea comunităților locale, de a spori competitivitatea sectorului turistic și de a conduce la o dezvoltare sustenabilă și reziliență.

Multe destinații din întreaga lume au adoptat deja o abordare Smart Tourism, iar impactul pandemiei de COVID-19 a evidențiat și mai mult necesitatea de a face sectorul mai rezilient.

O abordare Smart Tourism permite destinațiilor să atingă aceste obiective cu ajutorul tehnologiei, inovației și cooperării.

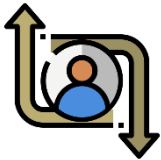
Unde pot afla mai multe detalii despre Smart Tourism?

Pentru a afla mai multe despre ideile de bază, oportunitățile și provocările turismului inteligent, puteți citi **Ghidul UE privind datele pentru Smart Tourism Destinations**. Aceasta este o prezentare mai scurtă care vă poate ajuta să începeți să vă dezvoltați baza de cunoștințe.

Dacă sunteți deja familiarizat cu conceptul de turism inteligent și doriți să aflați mai multe despre stadiul tehnicii, tendințele prevăzute și bunele practici, puteți citi **Studiul stăpânirii datelor pentru turism**. Acesta este un studiu mai cuprinzător, care include analiza bunelor practici, cazuri de cooperare și o listă de recomandări.



Puteți găsi Ghidul și Studiul disponibil pentru descărcare pe [site-ul web al proiectului Smart Tourism Destinations](#), unde puteți găsi și resurse și informații suplimentare despre Smart Tourism împreună cu cele mai recente actualizări ale proiectului. Aceste documente vor fi publicate de CE, inclusiv traducerea Ghidului în toate limbile oficiale ale Uniunii Europene.



Pasul 2: Evaluați-vă pregătirea și maturitatea pentru Smart Tourism

Scopul și beneficiile efectuării unei autoevaluări

Efectuarea unei autoevaluări inițiale oferă destinațiilor o privire de ansamblu asupra nivelurilor lor de maturitate în diferiți piloni cheie care permit și susțin adoptarea unei abordări Smart Tourism. O autoevaluare inițială poate oferi bazele pentru elaborarea unei foi de parcurs pentru evoluția destinației într-o destinație inteligentă. De asemenea, permite compararea cu alte destinații similare.

Destinațiile ar trebui să ia în considerare evaluarea și foaia de parcurs ca instrumente eficiente și interconectate pentru a stabili un cadru de măsurare bazat pe obiectivele lor strategice și mecanismele de guvernare. Într-adevăr, indicatorii adecvați și măsurabili pot ajuta, de asemenea, la evaluarea impactului turismului și la dezvoltarea unor repere pentru dezvoltarea viitoare a turismului.

În cele din urmă, autoevaluările periodice efectuate anual pot permite destinației să monitorizeze progresul, să revizuiască politicile, să stabilească ținte sau mecanisme de sprijin și să ofere informații integrate. Astfel de evaluări ajută, de asemenea, la facilitarea dialogului transectorial cu privire la dezvoltarea turismului sustenabil și la promovarea procesului decizional coordonat și relevant la nivel local (UNWTO, 2018). Cadrele statistice, în plus, pot interconecta sursele de date și producătorii de date. Astfel de cadre sunt importante deoarece sursele de date – precum și temele, aspirațiile și țintele politicilor – se pot modifica în timp, în timp ce astfel de cadre asigură faptul că datele pot fi interconectate în mod semnificativ cu politica.



Resurse suplimentare

- UNWTO: „[Către un cadru statistic pentru măsurarea sustenabilității turismului](#)”
- [Tabloul de bord pentru turism al UE](#)

Sfaturi și orientări privind modul în care puteți efectua autoevaluarea

Mai jos puteți găsi o listă de sfaturi și orientări operaționale pentru a efectua autoevaluarea maturității privind Smart Tourism. Pe pagina următoare a acestui set de instrumente, veți găsi informații despre un instrument online pe care îl puteți utiliza pentru a efectua autoevaluarea, în timp ce orientările privind modul de interpretare a rezultatelor sunt prezentate la pagina 3.

1

Asigurați-vă că v-ați **familiarizat cu conceptele cheie din spatele Smart Tourism**. Puteți găsi materiale utile pentru a vă dezvolta baza de cunoștințe în secțiunea 1 a acestui set de instrumente și pe site-ul web al proiectului.

2

Implicați părțile interesate cheie pentru a le evalua interesele, a dezvolta o viziune comună și a folosi cunoștințele acestora. În acest fel, procesul de evaluare în sine poate contribui, de asemenea, la învățarea colaborativă, mobilizând participarea părților interesate și încurajând procesul decizional local. Luați în considerare organizarea unui focus grup la sediul dvs., efectuarea de interviuri individuale sau pur și simplu adăugarea autoevaluării în agenda grupurilor de lucru existente care reunesc părțile interesate.

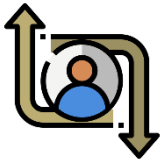
3

Pentru anumite destinații, ar putea fi necesar să se **definiească regiunea geografică** în care se aplică instrumentul de evaluare, prin discutarea zonelor care urmează să fie incluse și a modului în care s-a ajuns la acea decizie. Acest pas de definire a domeniului geografic de aplicare este crucial pentru activitățile de colectare a datelor.

4

Adunați datele și informațiile necesare pentru autoevaluare. Puteți consulta rapoarte de la organizațiile de gestionare a destinațiilor (DMO), alte asociații și autorități de destinație, documente de la dezvoltatorii de proiecte, rapoarte anuale de la companiile de turism, materiale de cercetare științifică, marketing și promovare pentru destinație și sondaje existente ale turiștilor, rezidenților și ale întreprinderilor de turism locale.

În cele din urmă, vă recomandăm să vă asigurați că alocați suficient timp acestei faze. În funcție de locație, domeniul de aplicare și disponibilitatea datelor, un proces tipic de evaluare și colectare a datelor **poate dura până la 10 zile!**



Pasul 2: evaluați-vă pregătirea și maturitatea pentru Smart Tourism

Ce instrument pot utiliza pentru a efectua o autoevaluare Smart Tourism?

Pentru a vă efectua autoevaluarea, puteți utiliza **chestionarul și instrumentul online** dezvoltate în contextul proiectului Smart Tourism Destinations.

Acest lucru va asigura alinierea între întrebări și rezultatele autoevaluării și cadrul analitic și informațiile suplimentare furnizate în acest set de instrumente. Autoevaluarea online poate fi accesată prin intermediul site-ului nostru web al proiectului în funcție de destinațiile selectate pentru a participa la proiect încă de la începutul acestuia. Feedback-ul și contribuțiile acelor destinații vor permite ajustarea și îmbunătățirea în continuare a modelului. Instrumentul poate fi deschis tuturor destinațiilor interesate în viitor. Între timp, în cazul în care doriți să rulați chestionarul offline, puteți găsi lista completă de întrebări disponibilă public pe site-ul nostru web.

Structura chestionarului

Structura și întrebările autoevaluării sunt strâns legate de conținutul setului de instrumente și de cei cinci piloni care formează abordarea noastră Smart Tourism.

În plus, evaluarea include un set de întrebări generale referitoare la tipologia, dimensiunea și caracteristicile generale ale destinației. Aceste întrebări sunt acolo pentru a vă ajuta să reflectați asupra contextului dvs. specific.

Caracteristici cheie ale instrumentului online

Instrumentul online include texte explicative și resurse și permite utilizatorilor să înregistreze un cont, astfel încât să puteți salva răspunsurile, asigurând în același timp protecția datelor.

La sfârșitul evaluării, un raport automat este generat și trimis utilizatorilor prin e-mail, oferindu-vă recomandări inițiale cu privire la modul de urmărire a rezultatelor dvs. și o indicație a nivelului de maturitate sub fiecare pilon și la nivel general.

Rezultatele autoevaluării

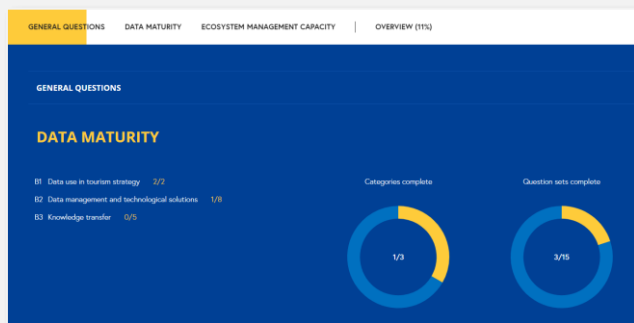
Raportul automat generat de instrumentul online va include:

- o vizualizare grafică a rezultatelor generale de maturitate;
- rezultatele maturității dvs. sub fiecare pilon, pe o scală cu trei etape;
- un rezumat al răspunsurilor dvs. și recomandări inițiale de îmbunătățire pentru fiecare întrebare

Puteți găsi mai multe informații despre cum să interpretați rezultatele pe pagina următoare.



Puteți accesa instrumentul de autoevaluare online și puteți consulta chestionarul la următorul link: <https://smarttourismdestinations.eu/digital-library/>

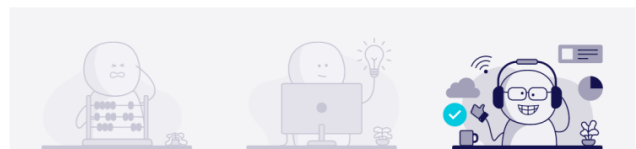


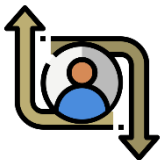
Prezentarea generală ca întrebărilor completate

Ilustrarea grafică a rezultatelor maturității pe o anumită temă

3.2 DATA MATURITY

3.2.1 Data use in tourism strategy





Pasul 2: evaluați-vă pregătirea și maturitatea pentru Smart Tourism

Cum ar trebui să îmi interpretez rezultatele?

Rezultatele autoevaluării oferă informații despre locul în care sunt poziționate destinațiile luând în considerare cele trei etape principale ale maturității Smart Tourism. Fiecare etapă corespunde unui set tot mai mare de capacități și resurse care permit în mod progresiv destinațiilor să-și extindă obiectivele și activitățile. Mai jos oferim o scurtă descriere a celor trei etape de maturitate pe care le puteți identifica prin intermediul autoevaluării:

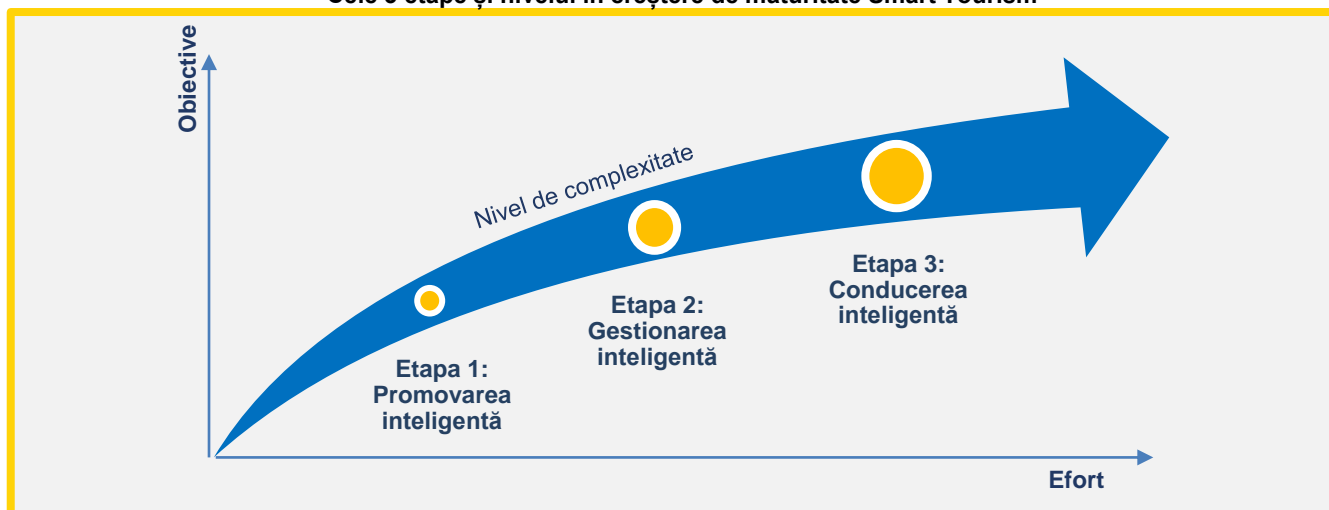
- **Etapa 1 – Promovarea inteligentă:** la niveluri scăzute de maturitate, destinațiile se vor concentra pe utilizarea datelor pentru a-și crește volumul de vizitatori, încurajând dezvoltarea economică prin activități de marketing, promovare și branding.
- **Etapa 2 – Gestionarea inteligentă:** o maturitate mai mare permite destinațiilor să adune informații și să ia decizii cu privire la valoarea turismului, funcțiile de gestionare a mulțimilor și să disperseze în mod proactiv fluxurile de vizitatori în timp și spațiu.

- **Etapa 3 – Conducerea inteligentă:** cele mai multe destinații mature pot folosi o abordare Smart Tourism pentru a utiliza turismul în mod responsabil pentru a face din destinații locuri mai bune de locuit pentru populație și mai primitoare pentru turiști. Procedând astfel, este încurajată participarea și colaborarea părților interesate, precum și dezvoltarea de noi modele de guvernare.

Autoevaluarea va ajuta destinațiile să își evalueze nivelul de maturitate și să reflecte asupra domeniilor ce trebuie îmbunătățite și care obiective și activități ar putea fi deja realizate.

Rezultatele autoevaluării vor oferi, de asemenea, perspective asupra modului în care destinația funcționează în cadrul fiecăruia dintre cei cinci piloni care formează abordarea noastră Smart Tourism, ilustrate mai jos.

Cele 3 etape și nivelul în creștere de maturitate Smart Tourism



Cei 5 piloni care stau la baza unei abordări Smart Tourism și definirea maturității unei destinații cu turism inteligent





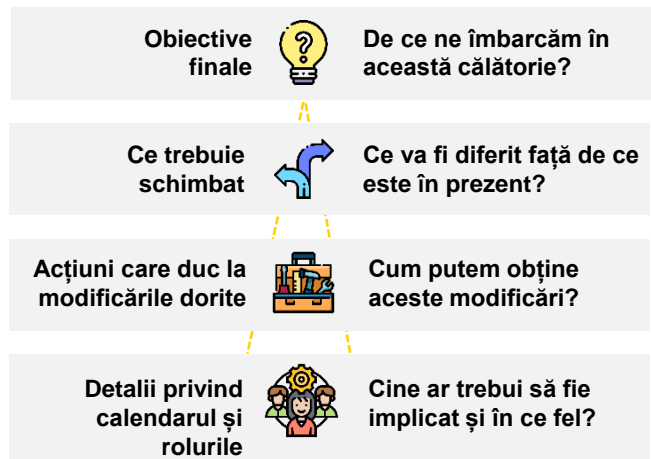
Pasul 3: elaborarea unei foi de parcurs pentru Smart Tourism

Prezentarea foii de parcurs

O foaie de parcurs ar trebui să includă cel puțin:

- Un set de **obiective**, care pot fi detaliate și împărțite în obiective mai mici;
- Pentru fiecare obiectiv, o **descriere a schimbărilor necesare** pentru atingerea acestor obiective comparativ cu situația actuală;
- Pentru fiecare modificare identificată, o listă de **acțiuni** care trebuie implementate pentru a genera aceste modificări;
- În final, **detalii despre calendarul, rolurile și responsabilitățile** pentru implementarea acțiunilor.

Aceste elemente diferite pot fi vizualizate ca răspunsuri progresive la întrebările „de ce”, „ce” și, în final, „cum/cine”.



Sfaturi și îndrumări pentru a elabora o foaie de parcurs

Când elaborați o foaie de parcurs, veți începe de sus, stabilindu-vă obiectivele, apoi veți coborî câte o etapă pe rând. De fiecare dată când adăugați noi elemente în foaia de parcurs, este recomandat să le revizuiți și pe cele anterioare, pentru a asigura coerența generală. Mai jos puteți găsi câteva sfaturi inițiale despre cum să dezvoltați fiecare element care formează foaia de parcurs.

 Obiective finale	<ul style="list-style-type: none">• Să aveți țeluri înalte: să nu vă fie teamă să includeți obiective ambițioase, le puteți împărți suplimentar pe măsură ce elaborați foaia de parcurs. Aceste obiective vă vor oferi o direcție strategică și vă pot ajuta să implicați părțile interesate și să obțineți susținere politică.• Faceți diferența între obiectivele pe termen scurt, mediu și lung. O foaie de parcurs echilibrată va include foarte puține obiective pe termen lung - chiar și doar unul - și un set relativ mai larg de obiective pe termen scurt și mediu.• Inspirați-vă din acest set de instrumente: citiți acest set de instrumente pentru a vă inspira pentru ceea ce se poate face prin adoptarea unei abordări de turism inteligent și pentru a identifica obiectivele!
 Ce trebuie schimbat	<ul style="list-style-type: none">• Utilizați cei cinci piloni ai unei abordări de turism inteligent pentru a identifica ceea ce va trebui schimbat pentru a atinge obiectivele dorite. Acest lucru vă va ajuta să vă împărțiți obiectivele și să identificați domeniile prioritare de acțiune.• Valorificați rezultatele autoevaluării în timp ce vă gândiți la modificările necesare. Autoevaluarea vă va ajuta să vă evaluați nivelul de maturitate pentru fiecare pilon, evidențiind locurile în care este loc de îmbunătățire și ușurând identificarea domeniilor prioritare de acțiune. Totuși, amintiți-vă că doriți să vă îmbunătățiți pentru a vă atinge obiectivele, nu doar pentru a obține un turism mai inteligent!
 Acțiuni și instrumente	<ul style="list-style-type: none">• Evaluati și prioritizați acțiunile potențiale pe baza fezabilității, sustenabilității și necesității acestora. Odată ce aveți o listă lungă de acțiuni potențiale, aceste trei criterii vă pot ajuta să identificați acțiuni prioritare care vor avea un impact mai mare, vor implica mai puține riscuri și vor avea un sprijin mai larg din partea părților interesate.• Inspirați-vă din acest set de instrumente și căutați resurse suplimentare pe site-ul web al proiectului nostru: următoarele pagini includ exemple de resurse și instrumente pe care le puteți utiliza pentru a vă consolida abordarea în domeniul turismului inteligent în cadrul fiecăruia dintre piloni. Materiale suplimentare vor fi puse la dispoziție pe site-ul proiectului Smart Tourism Destinations, inclusiv înregistrarea seminariilor web și a resurselor utilizate în timpul proiectului.
 Calendar și roluri	<p>Priviți atât în interiorul, cât și în afara organizației dvs.: atunci când definiți rolurile și responsabilitățile, asigurați-vă că reflectați atât asupra resurselor dvs., cât și asupra posibilei contribuții a părților interesate. O foaie de parcurs bine definită vă poate ajuta să convingeți alte organizații să participe și să contribuie la implementarea acesteia!</p>



Pasul 3: elaborarea unei foi de parcurs pentru Smart Tourism

Exemplu de o primă foaie de parcurs de nivel înalt

Tabelul de mai jos oferă un exemplu de prima schiță a foii de parcurs pentru destinație cu privire la maparea modificărilor necesare. Tabelul **prezintă situația actuală și cea viitoare** pe baza celor cinci piloni ai abordării noastre în domeniul turismului inteligent.

De dragul acestui exemplu, ne-am imaginat că obiectivul destinației este de a reduce caracterul sezonier al turismului și de a îmbunătăți impactul turismului asupra comunității, prin adoptarea de soluții și abordări pentru un turism inteligent. Situația actuală este mapată prin **rezultatele autoevaluării**. Situația viitoare este dezvoltată pe baza **analizei modificărilor necesare** pentru atingerea obiectivului (obiectivelor) dorit(e).








Tabelul oferă un **rezumat simplu și eficient al domeniilor de acțiune prioritare ale destinației**. Odată ce zonele ce trebuie îmbunătățite sunt clare, o destinație poate începe să se gândească la acțiunile și inițiativele necesare pentru a-și atinge obiectivele și detaliile de implementare.

Împreună cu rezultatele autoevaluării, paginile următoare vă vor ajuta să elaborați un tabel similar. În paginile următoare, pentru fiecare pilon, veți găsi:

- un tabel care prezintă o **imagine de ansamblu asupra obiectivelor și atributelor din ce în ce mai ambițioase**, organizate pe subteme și nivel de maturitate. De exemplu, în cadrul pilonului dedicat datelor, veți găsi referire la sub-tema sursele de date, cu o scurtă descriere a utilizărilor din ce în ce mai mature ale surselor de date. Puteți folosi aceste tabele pentru a verifica dacă există o temă secundară specifică asupra căreia va trebui să lucrați pentru a vă atinge obiectivele, ținând cont de rezultatele autoevaluării pentru a vedea cât de departe ați ajuns.
- un set de **sfaturi și resurse inițiale** din care vă puteți inspira pentru acțiunile care urmează să fie implementate și pentru a vă ajuta să gândiți în termeni concreți la fiecare pilon.



Exemplu de schiță de foaie de parcurs pentru destinație, maparea situației actuale și viitoare, pornind de la rezultatele autoevaluării și identificând domeniile prioritare de acțiune

		ETAPA 1: „Promovarea inteligentă”	ETAPA 2: „Gestionarea inteligentă”	ETAPA 3: „Conducerea inteligentă”
		Obiective din ce în ce mai ambițioase 		
Pilonii cheie ai turismului inteligent	1. Strategie și guvernare		X	
	2. Colectarea și gestionarea datelor, soluțiile tehnologice adoptate	X		
	3. Capitalul și abilitățile umane		X	
	4. Transferul de cunoștințe			
	5. Gestionarea ecosistemelor și parteneriatele	X		

x – situație din prezent  – situație viitoare

Elaborarea unei foi de parcurs: strategie și guvernare

1. Strategie și guvernare

Pentru a obține o strategie și o guvernare mai bune, ar trebui luate în considerare soluții inteligente care se concentrează pe colectarea și analiza datelor, aducând cunoștințe către destinații și ajutând astfel la depășirea provocărilor cu care se confruntă adesea destinațiile turistice. Accentul pe dezvoltarea economică poate fi extins pentru a include dezvoltarea sustenabilă, utilizarea responsabilă a resurselor, progresele în calitatea vieții și sporirea bunăstării părților interesate și a comunității locale. Datele sunt astfel considerate un instrument de monitorizare a progresului în atingerea obiectivelor și pentru a oferi îndrumări în reajustările strategice.

Tabelul de mai jos oferă o privire de ansamblu asupra atributelor cheie ale unei strategii și guvernării de turism inteligent de-a lungul celor trei etape de maturitate. Aceeași abordare este urmată pentru toți pilonii.



Aici puteți găsi sfaturi și resurse inițiale pentru a trece de la o etapă la alta:

- **Colaborarea** cu părțile interesate este esențială pentru a crea împreună o strategie comună de gestionare a datelor și a turismului. Proiectul Valmiera+ Interreg oferă exemple ale procesului, beneficiilor și impactului strategiei comune. Mai multe informații disponibile [aici](#) și [aici](#) (descriere și seminar web).



- Pentru a **identifica** actorii cheie care trebuie implicați în crearea în comun a strategiei, mergeți la pagina 14 a acestui set de instrumente, axată pe pilonul de gestionare a ecosistemelor.
- Pentru a beneficia de o **abordare mai integrată a guvernării turismului**, puteți vedea ce face [NECSTour](#) pentru a crea o legătură între nivelurile regionale și europene mai largi de guvernare, cum ar fi PE, CE și Comitetul Regiunilor.
- Când căutați sfaturi pentru **identificarea indicatorilor** de monitorizare a strategiei unei destinații, puteți începe de la [lista indicatorilor de turism inteligent](#) elaborată de proiectul [HERIT-DATA](#) Interreg. Modelul de impact în turism (TIM) – dezvoltat de inițiativa Tourism 4.0 – a identificat, de asemenea, peste 300 de indicatori, găsiți mai multe informații [aici](#).
- O altă sursă excelentă care oferă inspirație cu privire la indicatori și pentru a conduce politicile și strategiile turistice este [Tabloul de bord pentru turism al UE](#). Lansat în octombrie 2022 de către CE, oferă acces la statistici și indicatori relevanți pentru politici pentru turism, sprijinind destinațiile și autoritățile publice în urmărirea progresului lor în tranziția verde și digitală. Vă sugerăm să consultați, de asemenea, [setul de instrumente Sistemul european de indicatori turistici \(ETIS\)](#), dezvoltat întotdeauna de CE.

	ETAPA 1: „Promovarea inteligentă”	ETAPA 2: „Gestionarea inteligentă”	ETAPA 3: „Conducerea inteligentă”
PUNCTUL CENTRAL al abordării generale a turismului	Promovare	Promovare, gestionare	Promovare, gestionare, facilitarea colaborării, partajarea cunoștințelor
OBIECTIVELE abordării generale a turismului	Dezvoltarea economică	Dezvoltarea sustenabilă	Turismul regenerabil
ZONA PRIORITARĂ de colectare a datelor	Planificare și rezervare	Planificare, rezervare și cazare Gestionarea fluxurilor turistice și experiența turiștilor	Sprrijinirea experienței turiștilor pe toată durata călătoriei Gestionarea resurselor destinației Bunăstarea locuitorilor și a comunităților Inovarea produselor și a serviciilor
STRATEGIA abordării generale a turismului	Atrageți vizitatori, concentrați-vă pe volum	Gestionați părțile interesate, concentrați-vă pe calitate Utilizare eficientă a resurselor	Valoare adăugată pentru afaceri, locuitori și turiști Concentrați-vă pe valoare și experimentați crearea în comun Răspândiți vizitatorii în timp și spațiu Îmbunătățiți destinația pentru locuitori și turiști Sprijiniți bunăstarea comunității
Strategia de gestionare a datelor	Importanță strategică limitată, lăsată în seama persoanelor fizice, în mare parte pentru raportare	Conștientizarea datelor este prezentă. Există o înțelegere din ce în ce mai răspândită a valorii datelor și a unei strategii de gestionare a datelor	Conștientizarea datelor este omniprezentă. Datele sunt considerate cruciale pentru luarea deciziilor. Strategia de gestionare a datelor este adaptată tocmai în acest scop. Există colaborări pentru gestionarea datelor.
Indicatori	Cantitativă - axată pe turiști (Nr. de turiști, durata medie a șederii,...)	Calitativă - axată pe turiști și afaceri (satisfacție)	Axată pe calitatea experienței, a vieții și a performanței Gestionarea capacității de transport Utilizarea și reprovizionarea resurselor

Elaborarea unei foi de parcurs: colectarea și gestionarea datelor

2. Colectarea și gestionarea datelor

Prima cerință critică este de a avea **informații despre turiști și comportamentul acestora**. După înțelegerea caracteristicilor turiștilor, destinațiile își pot construi strategii de marketing și pot îmbunătăți gestionarea destinației.

Întrebarea este unde pot găsi aceste informații. Sursele de date mai tradiționale includ statisticile naționale și locale și sondajele de teren sau electronice. Aceste surse de date sunt utilizate deoarece sunt convenabile și ușor de analizat. Deoarece aceste surse oferă în mare parte informații statice, această abordare este acum adesea completată cu soluții hibride care **integrează diferite surse digitale**.

Surse de date suplimentare pot proveni din rețelele de socializare, dispozitive, senzori, informații despre tranzacții și așa mai departe. Pe lângă datele care provin **din partea cererii**, destinațiile își pot completa strategia de date cu informații și date care provin de la întreprinderi private și **din partea ofertei**. Principiul de îndrumare din spatele integrării diferitelor surse de date este recunoașterea faptului că **totul este conectat la turism și datele există peste tot**.

Prin urmare, destinațiile ar trebui să caute în permanență noi seturi de date – chiar și din surse „non-evidente” (de exemplu, date privind magazinele de vânzare cu amănuntul, poliția, transportul public, gestionarea deșeurilor și vremea, sondaje, interviuri etc.). Acest lucru nu implică neapărat gestionarea datelor complexe, chiar dacă, pe măsură ce maturitatea unei destinații crește, aceasta va avea posibilitatea de a trece de la date mici, la date mai complexe și la **date în timp real**.

Acest lucru va permite, de asemenea, trecerea de la o utilizare **descriptivă** a datelor, la valorificarea informațiilor pentru a **diagnostica** ceea ce se întâmplă și a **prezice** evoluțiile viitoare.

Adoptarea unui turism inteligent și a unei abordări bazate pe date va sprijini, de asemenea, destinațiile care se pregătesc pentru viitoarele dezvoltări tehnologice. O tehnologie cheie promițătoare pentru sectorul turismului este **metaversul**, cu unele experimente pilot aflate deja în curs de desfășurare. Pe măsură ce tehnologia va intra treptat pe piață, mai multe destinații mature din punct de vedere digital vor fi gata să profite de oportunitatea oferită de metavers pentru a îmbunătăți accesibilitatea, a oferi experiențe digitale și a-și îmbunătăți oferta.



Stăpânirea datelor: un set de instrumente pentru destinații turistice

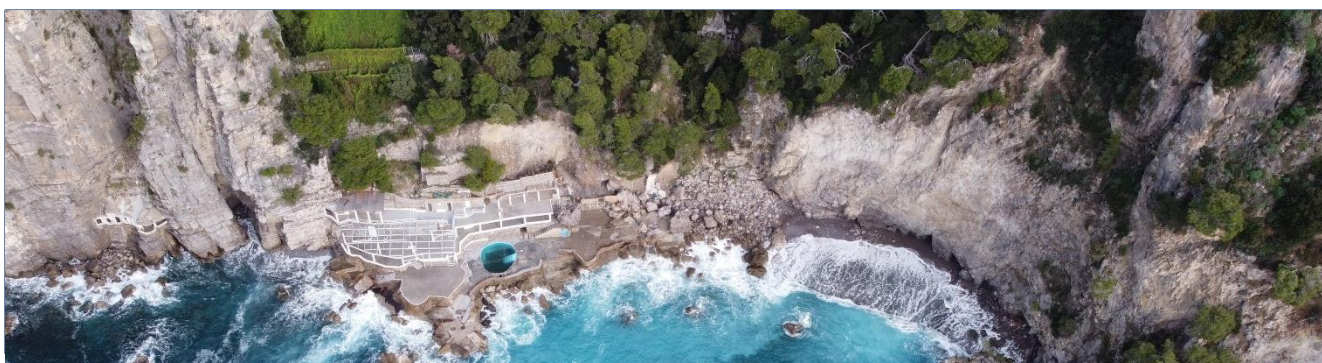


Mai jos puteți găsi câteva sfaturi și resurse pentru a trece de la o etapă la alta:

- Pe măsură ce începeți să colectați și să stocați din ce în ce mai multe date pe o bază în permanență mai frecventă, va trebui să căutați **furnizori de stocare în cloud** care trebuie să respecte **regulamentul UE privind fluxul liber al datelor non-personale**, deoarece acesta specifică toate cerințele legale pe care furnizorii de stocare în cloud trebuie să le respecte pentru a pune datele la dispoziția utilizatorilor din UE. Vă puteți familiariza și puteți explora pilonii cheie ai regulamentului pornind de la această [pagină web](#).
- Dacă sunteți interesat să explorați potențiale aplicații pentru **datele de observare a Pământului**, puteți găsi o mulțime de seturi de date deschise, cazuri de utilizare, materiale de instruire și oportunități de finanțare și creare de rețele oferite de [Agenția Spațială Europeană](#), atât pentru destinații mai puțin mature, cât și pentru cele mai mature. Dacă sunteți nou în ceea ce privește datele EO, puteți începe de [aici](#).
- Dacă sunteți dispus să inovați în continuare și să **încorporați realitatea virtuală și tehnologiile cloud** pentru a **colecta și a partaja date în timp real** despre demografie, circulație și infrastructura de transport, precum și date de mediu privind clima, calitatea aerului și zgomotul, puteți vedea ce a realizat [orașul Rennes](#) prin crearea unui **geomă digital** pentru oraș în sine.
- Pe măsură ce destinația dvs. se dezvoltă, ar putea fi necesar să configurați sisteme **continue de colectare a datelor** pentru a monitoriza și analiza modul în care turiștii se comportă atunci când vă vizitează destinația. În această măsură, puteți arunca o privire asupra soluției de **gestionare Smart Tourism** adoptată de orașul Nijmegen, Țările de Jos, pentru a controla fluxurile de turism în oraș. Aflați mai multe detalii despre această inițiativă [aici](#).
- Dacă trebuie să implementați soluții bazate pe **API** pentru a explora datele turistice, puteți consulta **SDI4Apps**, un proiect finanțat de UE, care are ca scop construirea unui cadru bazat pe cloud cu API deschis pentru integrarea datelor. Verificați cele mai semnificative rezultate și aplicații ale SDI4APP în industria turismului [aici](#). Citiți raportul final al proiectului făcând clic [aici](#).
- Dacă este necesar să colectați informații și date cu privire la percepția locuitorilor asupra turismului, luați în considerare dezvoltarea de **sondaje ad-hoc** sau **proces de consultare** mai complexe, prin focus grupuri și întâlniri cu cetățenii. [Aici](#) puteți găsi un exemplu al modului în care orașul Bordeaux și-a consultat locuitorii. Sondajele sunt, de asemenea, un punct de plecare excelent pentru a colecta feedback-ul vizitatorilor.
- CE investește în dezvoltarea unui **spațiu pentru date turistice**, cu scopul de a oferi acces la mai multe date de înaltă calitate din diverse surse către destinații și întreprinderi. În timp ce se află încă în stadiu incipient, asigurați-vă că supravegheați evoluțiile viitoare [aici](#).

Elaborarea unei foi de parcurs: colectarea și gestionarea datelor

	ETAPA 1: „Promovarea destinațiilor”	ETAPA 2: „Gestionarea destinațiilor”	ETAPA 3: „Conducerea destinației”
Abordarea datelor și rezultatul general	Descrieți („retrospectiv”): ce se întâmplă?	Diagnosticati („în perspectivă”): de ce se întâmplă aceste lucruri?	Preziceți și instruiți (pentru a coordona) („anticipat”): coordonarea în timp real a fluxurilor de vizitatori, „Orașe inteligente, regiuni inteligente”, AI, ML
Rezultatul unor date specifice	Înțelegeți caracteristicile vizitatorului Înțelegeți piețele curente Identificați piețele noi Măsurați performanța activităților de promovare	Înțelegeți comportamentul vizitatorului Planificare strategică	Coordonați/influențați comportamentul vizitatorului în timp real Susțineți și promovați implicarea vizitatorilor pentru crearea de valoare în comun
Bazarea pe date/Încrederea în date	Date ca oportunitate, dar cu importanță strategică limitată (este bine să le ai), lăsate persoanelor fizice, în mare parte pentru raportare	Datele ca active (trebuie să le aveți)	Datele ca resursă (datele reprezintă combustibilul noii economii) Date ca elemente indispensabile (nu se poate fără acestea)
Sursele de date	Date din statistici naționale, corespondențe, emiteri de bilete, sondaje	+ date interne de la părțile interesate, site-ul web, rețelele de socializare (date UGC)	+ date de la dispozitive (GSM, GPS, WiFi, BLE, scanere), senzori și tranzacții (date privind rezervările, date ale cardurilor de credit)
Metodologiile de colectare a datelor	Ad-hoc, retrospectivă	Obişnuită, în principal retrospectivă Reactivă	În timp real, în desfășurare Proactivă și reactivă
Utilizarea datelor și „integrarea”	Utilizarea datelor proprii, interne și a datelor deschise	Utilizați datele de la furnizori pentru a îmbogăți și completa datele proprii și datele deschise	În continuă căutare de noi seturi de date din surse non-evidente Partajați propriile date – date cu sursă deschisă Formați colaborări pentru partajarea datelor
Dreptul de proprietate asupra datelor	Individual și bilateral	Drept de proprietate în rețea	Drept de proprietate (deschis) integrat
Gestionarea datelor	Datele sunt structurate în depozite de medii de memorizare, gestionarea datelor și politicile sunt izolate și nu sunt definite în mod formal	Datele sunt stocate într-un fel de depozit, unele date fiind prea mari pentru a fi gestionate cu infrastructura existentă	Datele sunt stocate central, pot fi partajate cu ușurință, acordând o atenție deosebită calității, securității și confidențialității datelor
Tipul de contact cu vizitatorul	Trimiterea de informații	Interacțiunea	Dialogul Crearea în comun
Aspectul central legat de „călătoria clientului”	Inspirați și informați	Rezervări și experiențe (în conformitate cu faza de inspirație și informare)	Experimentați, partajați/evaluați



Elaborarea unei foi de parcurs: capitalul și abilitățile umane

3. Capitalul și abilitățile umane

Capitalul și abilitățile umane sunt un activ crucial pentru destinațiile turistice care urmăresc să adopte o abordare inteligentă. În primul rând, un grup limitat de lideri este probabil să ia inițiativa, operând în calitate de „campioni ai datelor”. După ce a obținut beneficiile inițiale, echipa (potențial în mai multe organizații) poate crește și evolua într-o structură mai permanentă, condusă în cele din urmă de un director executiv în tehnologia informației (CIO) care supraveghează toate activitățile.

În acest context, managerii de destinație care lucrează cu analiza datelor ar trebui să fie susținuți de analiștii și/sau inginerii de date. Pentru a fi proactivi, managerii de destinație ar trebui să poată utiliza sau să aibă acces la **analize predictive și prescriptive**. Acestea din urmă necesită implicarea unui cercetător de date capabil să se ocupe de extragerea datelor și de algoritmi bazați pe inteligență artificială.

Cu toate acestea, destinațiile se pot lupta cu bugete relativ mici și cu un număr limitat de angajați. **Cooperarea strânsă cu universitățile și centrele de inovare** pot ajuta destinațiile să elimine deficitul, cooperând pentru finalizarea sarcinilor analitice și complexe. [CITUR](#) și [Algarve Smart Destination](#) sunt două exemple ale modului în care destinațiile, centrele de cercetare și centrul de inovare pot colabora pentru a favoriza digitalizarea și a sprijini turismul inteligent.

Sprijinul financiar poate fi oferit de organizații naționale și internaționale, inclusiv din fonduri de inovare, programe de turism obișnuite, dar și fonduri interne și externe, axate pe calificarea personalului. De fapt, mai multe inițiative ale UE sprijină dezvoltarea și îmbunătățirea abilităților profesionale în turism și susțin tranziția digitală. Dacă doriți să aflați mai multe despre acest subiect, vă sugerăm să începeți prin a explora pagina web dedicată a CE privind abilitățile pentru sectorul turismului și [Digital Compass](#), viziunea CE de a susține tranziția digitală în Europa.



Mai jos puteți găsi câteva sfaturi și resurse selectate care vă pot ajuta să progresați de la o etapă la alta:

- Dacă intenționați să vă extindeți echipa și aveți nevoie de sprijin în descrierea profilului postului sau dacă sunteți în căutarea unui set specific de abilități și doriți să știți ce profiluri ar trebui să căutați, puteți începe prin a consulta [clasificarea ESCO](#) elaborată de CE. Puteți consulta și naviga clasificarea în funcție de ocupații (de exemplu, analist de date), precum și în funcție de abilități și competențe (de exemplu, extragerea datelor).
- Dacă sunteți în căutarea unor oportunități de instruire și finanțare legate de competențele digitale, vă recomandăm să consultați [platforma CE de abilități digitale și locuri de muncă](#). Platforma include secțiuni de [instruire](#), [finanțare](#) și [carieră](#), precum și o [comunitate](#) la care vă puteți alătura pentru a intra în legătură cu alte organizații, a împărtăși practici și a vă promova inițiativele.
- Dacă doriți să înțelegeți mai bine educația digitală generală a angajaților dvs. și doriți să îi susțineți pe aceștia și pe părțile interesate să exploreze aceste subiecte, puteți lua în considerare promovarea utilizării [instrumentului de autoevaluare a competențelor digitale](#), dezvoltat de inițiativa Digital Skills Accelerator. Instrumentul oferă persoanelor fizice o diagramă radar personalizată care descrie punctele lor forte și punctele slabe actuale și este legată de resursele și materialele de instruire.
- Dacă doriți să adunați mai multe informații despre cum să promovați cooperarea între organizațiile din sectorul public și cel privat pentru a face angajamente concrete pentru **calificarea și recalificarea** angajaților și în domeniul turismului, aruncați o privire la [Pactul privind abilitățile](#), una dintre acțiunile emblematice ale [Agendei europene pentru competente](#).



	ETAPA 1: „Promovarea destinațiilor”	ETAPA 2: „Gestionarea destinațiilor”	ETAPA 3: „Conducerea destinației”
Conducerea	„Campioni ai datelor” individuali	O echipă mică de „campioni ai datelor”	Director executiv în tehnologia informației (CIO)
Locurile de muncă	Manager de marketing cu funcție de analiză a datelor	Analist de date/inginer de date + analist de afaceri	Analist de date + inginer de date + cercetător de date + analist de afaceri + părți interesate – manager de colaborare
Abilități	Cunoștințe de bază privind digitalizarea Date statistice descriptive Administrator	Date statistice predictive Manager	Date statistice prescriptive Abilități de conducere transformatoare Abilități de conducere responsabilă și etică
Capacitate	Buget relativ mic, număr limitat de FTE	Buget relativ mediu, număr mediu de FTE	Buget relativ mare, număr mare de FTE

Elaborarea unei foi de parcurs: transferul de cunoștințe

4. Transferul de cunoștințe

Transferul de cunoștințe și luarea în comun a deciziilor între părțile interesate sunt cruciale pentru competitivitatea unei destinații. Rapoartele statice, cum ar fi fișele informative și revistele, pot fi canale valoroase pentru a începe să partajați date, informații și cunoștințe cu părțile interesate. Cu toate acestea, aceste tipologii de rapoarte nu sunt surse sigure pentru viitor, deoarece fac deciziile mai degrabă reactive decât proactive. Pentru a permite decizii proactive și relevante bazate pe analiza datelor, **vizualizarea datelor prin tablouri de bord interactive** este esențială. Prin urmare, **prelucrarea datelor** ar trebui să se bazeze pe **procesare în timp real** și analiză. Principiul partajării cunoștințelor într-o destinație inteligentă înseamnă utilizarea datelor deschise pentru stimularea transferului de cunoștințe și furnizarea de tablouri de bord în timp real pentru părțile interesate ale destinației, creând, în consecință, oportunități de codecizie.

Pe măsură ce sursele de colectare a datelor variază, proprietarii de date sunt, de asemenea, diferiți unul de celălalt. Mai mult decât atât, senzorii încorporați în mediul de destinație au diferiți proprietari de date chiar și în cadrul aceleiași destinații (de exemplu, magazine de vânzare cu amănuntul, poliție). Prin urmare, schimbul de date este necesar. Pentru a face schimb de date în destinațiile turistice, toate părțile interesate ar trebui să fie conectate în mod dinamic prin platforme tehnologice care sprijină inițiativele de date deschise (Buhalis et al., 2015). Cu toate acestea, există o disponibilitate scăzută de a partaja date, deoarece părțile interesate ale destinațiilor se tem de utilizarea greșită a datelor lor și nu sunt dispuse să coopereze din cauza lipsei de încredere sau a unei viziuni comune. În această măsură, tehnologia ar trebui să ofere instrumente mai bune pentru cooperare și partajarea cunoștințelor. Mediile de date deschise ar trebui, de asemenea, să asigure transparența în schimbul de cunoștințe.



Mai jos puteți găsi câteva sfaturi și resurse pentru a trece de la o etapă la alta:

- Dacă ați identificat deja seturi de date valoroase pentru a fi utilizate și partajate, dar încă sunteți în căutarea unei **platforme digitale unde să agregați, să gestionați, să analizați, să vizualizați și să partajați aceste date**, puteți începe prin a explora oportunitățile oferite de [Snap4city](#), o platformă cu sursă deschisă care vă permite să dezvoltați tablouri de bord și aplicații IoT. Platforma include, de asemenea, instruirii și documentație extinsă din alte cazuri de utilizare, cum ar fi [Florence Smart City Control Room](#).
- Dacă una dintre provocările cheie cu care vă confrunțați și doriți să o îmbunătățiți în ceea ce privește **reglementarea partajării datelor**, puteți citi [setul de instrumente de partajare a datelor](#) dezvoltat de proiectul DataPitch Horizon2020, care include informații generale suplimentare, exemple de cazuri de utilizare, resurse și pași pentru a vă ajuta să implementați partajarea datelor.
- Dacă doriți să înființați o **platformă digitală** pentru a **colecta, armoniza și distribui date anonimare**, având ca scop crearea de cunoștințe și informarea proceselor de luare a deciziilor legate de dezvoltarea turismului pentru a spori competitivitatea unei destinații, puteți consulta inițiativa promovată de Primăria Göteborg și [centrul său de cunoștințe](#).
- Dacă aveți nevoie de servicii **SaaS** și **IaaS** bazate pe cloud, [SWIPO](#) oferă o gamă largă de furnizori care respectă Codul de conduită SWIPO. Găsiți cea mai actualizată listă de furnizori [aici](#).



	ETAPA 1: „Promovarea inteligentă”	ETAPA 2: „Gestionarea inteligentă”	ETAPA 3: „Conducerea inteligentă”
Raportarea datelor: diseminarea informațiilor pentru preluarea cunoștințelor	Rapoarte statice, cum ar fi fișe informative, reviste.	Tablouri de bord/BI bazate pe flux continuu de date	Informații în timp real bazate pe monitorizare automatizată și continuă
Politica de partajare	Disponibilitate limitată de a partaja (teama de utilizare greșită a datelor)	Partajarea datelor între parteneri	Mediu de date deschise
Tipuri de partajare a cunoștințelor	Partajarea de informații limitate	Partajarea de cunoștințe explicite	Partajarea de cunoștințe tacite
Modele contractuale	Parteneriate public-private	Drept de proprietate comun	Cooperative de platforme
Scopurile partajării de date	Gestionarea reclamațiilor/recenziilor clienților Cercetare de piață	Servicii pentru clienți Prețuri dinamice Îmbunătățirea procesului	Personalizarea serviciilor și interacțiunilor cu clienții Dezvoltarea de noi servicii - inovare Experiența și implicarea clienților Model de afaceri și strategii de inovare

Elaborarea unei foi de parcurs: gestionarea ecosistemelor și parteneriatele

5. Gestionarea ecosistemelor și parteneriatele

Destinațiile inteligente pot fi considerate drept rețele de părți interesate conectate între care există mai multe relații. Abordarea inteligentă creează oportunități pentru o mai bună colaborare, încurajând schimbul de cunoștințe și date și oferind o viziune comună.

Un DMO ar trebui să devină capabil să rezolve conflictele, să încurajeze părțile interesate ale destinației să coopereze și, astfel, să asigure reziliența destinației. **DMO-urile** ar trebui să treacă de la a fi organizații de marketing la a deveni **organizații lider de gestionare a destinațiilor**, cu o structură adecvată pentru gestionarea diferitelor părți interesate. Prin urmare, munca lor ar trebui să includă funcții de gestionare a părților interesate, dezvoltarea produselor turistice și schimbul de cunoștințe. În acest scop și pentru a urmări în mod proactiv aceste obiective, **DMO-urile inteligente ar putea deveni, de asemenea, centre de date și organizații de extragere a datelor**, responsabile de promovarea și gestionarea utilizării și partajării datelor în ecosistem. În special, în destinațiile mai puțin mature, DMO-urile pot juca un rol esențial în încurajarea și începerea unei conversații privind utilizarea datelor.

În plus, destinațiile inteligente ar trebui să creeze ecosisteme turistice inteligente capabile să atragă oamenii să descopere, să trăiască și să facă afaceri în cadrul acestora. Destinațiile ar trebui să colaboreze cu locuitori și turiștii pentru a înțelege ofertele tehnologice, precum și problemele de confidențialitate. Prin tehnologii avansate (de exemplu, smartphone-uri și dispozitive portabile), precum și prin intermediul rețelelor sociale, atât locuitorii, cât și turiștii se pot implica și experimenta destinația într-o manieră nouă.

Asigurarea de instruire și sprijin pentru locuitori pentru a înțelege și a valorifica informațiile crowdsourced și noile tehnologii poate fi primul pas pentru a-i implica în crearea în comun de soluții inteligente pentru destinație. În plus, turiștii au devenit mai experimentați, exigenți și activi. Aceștia nu ar trebui să fie izolați într-o zonă limitată de cunoștințe despre destinația turistică (Fan et al., 2019); cu toate acestea, prin utilizarea tehnologiilor și partajarea datelor, aceștia ar trebui să devină co-creatori ai propriei lor experiențe.



Mai jos puteți găsi câteva sfaturi și resurse pentru a trece de la o etapă la alta:

- Dacă aveți nevoie să construiți un **ecosistem de date** pentru a defini actorii implicați în turism și infrastructurile necesare pentru a gestiona un astfel de ecosistem, vă rugăm să luați în considerare utilizarea **sistemelor de mapare a datelor**. O soluție eficientă o reprezintă instrumentul dezvoltat de ODI, disponibil [aici](#).
- Dacă trebuie să **sporțiți și să îmbunătățiți interacțiunile pe care destinația dvs. le are cu părțile interesate**, puteți citi recomandările oferite de Comisia Europeană în lucrarea [Stabilirea ecosistemelor de date sustenabile](#), care include și recomandări și sfaturi despre cum să vă axați pe părțile interesate.
- Când definiți o **structură de guvernare inteligentă**, asigurați-vă că sunteți de acord cu părțile interesate cu privire la responsabilități și roluri clare. Exemple de soluții diferite ar putea include înființarea unui Observator local de turism sau a unui Centru de cunoștințe. Puteți citi mai multe despre cum să înființați un Observator [aici](#).



	ETAPA 1: „Promovarea inteligentă”	ETAPA 2: „Gestionarea inteligentă”	ETAPA 3: „Conducerea inteligentă”
Traseul structurii organizatorice 1: DIY (bricolaj)	Fiecare organizație pe cont propriu, în propriul control și sferă de influență	Organizația face parte dintr-o rețea sau coaliție temporară/finanțată de proiecte	Organizația face parte din „rețeaua de cunoștințe” structurală/permanentă operaționalizată
Structura organizațională: parteneriate/ecosisteme (creați împreună)	Cooperare ad-hoc între un număr limitat de părți interesate.	Rețea sau coaliție temporară/finanțată prin proiecte (de exemplu, laborator de date)	„Lanțul de cunoștințe” structural/permanent operaționalizat (de exemplu, centru de date, observator de turism)
Rolul DMO-ului în gestionarea datelor	DMO ca utilizator principal al datelor, în principal legate de scopuri de marketing	DMO ca sponsor al parteneriatelor de date ad-hoc/temporare	DMO ca organizație de extragere a datelor, cu rol principal în promovarea și consolidarea „lanțurilor de cunoștințe” structurale
Locuitori	Pasivi	Participanți la dezvoltarea turismului	Conectați, creativi, implicați în mod activ
Turiști	Izolați într-o zonă limitată de cunoștințe privind destinația turistică	Informați despre destinație și oferta acesteia	Mai bine conectați, partajează date, co-creatori de experiență Ambasadori ai destinației



Parteneriate bazate pe date între actori din sectorul public și cel privat

Valoarea parteneriatelor bazate pe date

Diverse părți interesate autonome, atât persoane fizice, cât și organizații, operează în destinații turistice. Deși acești actori pot fi eterogeni în ceea ce privește mediul de operare, cultura și obiectivele lor, **toți beneficiază și contribuie la dezvoltarea destinației turistice** și la creșterea competitivității, sustenabilității și rezilienței acesteia.

Pentru a maximiza dezvoltarea destinației, **toți trebuie să aibă relații solide și să colaboreze în mod specific în partajarea și distribuirea datelor** – și deoarece datele sunt în mare parte generate și gestionate de actori din sectorul privat, trebuie acordată o atenție deosebită parteneriatelor public-private. Potrivit [Comisiei Europene \(2022\)](#), microîntreprinderile și IMM-urile reprezintă 99,8 % din întreprinderile de turism din UE. Furnizarea unei strategii de sprijin pentru a viza provocările specifice cu care se confruntă în schimbul de date poate extinde foarte mult beneficiile pentru ecosistemul turistic.

Într-adevăr, parteneriatele public-private devin piatra de temelie a mecanismelor de luare a deciziilor și formula esențială pentru realizarea unor politici de succes. De exemplu, [Agenda Urbană a UE](#) se concentrează pe teme prioritare concrete în cadrul a 14 parteneriate dedicate în efortul de a îmbunătăți calitatea vieții în zonele urbane.

În plus, promovarea capacității de creare de rețele și parteneriate a unui DMO îi crește autoritatea și, prin urmare, capacitatea sa de a governa cu succes.

Anumite studii descriu rolul DMO-urilor în cadrul destinațiilor inteligente ca centre inteligente, însărcinate cu sprijinirea transparenței datelor, reglementarea confidențialității datelor și stabilirea de parteneriate. Această democratizare a datelor include toate entitățile din lanțul valoric al turismului cu un accent special pe sectorul privat, în special pe IMM-uri.

Pentru a atinge acest obiectiv și a deveni o destinație bazată pe date, managerii de turism ar trebui să **profite de varietatea de seturi de date disponibile**, concentrându-se atât pe partea de ofertă, cât și pe cea de cerere a pieței (de exemplu, [călătoriile în Lituania](#)). Caseta de mai jos prezintă o privire asupra informațiilor pe care o destinație le poate folosi pentru a-și îmbunătăți oferta turistică și competitivitatea. Înțelegerea dacă aceste tipuri de informații sunt disponibile și cine este proprietarul, ajută destinațiile să **identifice și să prioritizeze posibile alianțe**, să demareze grupuri de lucru și comitete și să crească numărul de activități de feedback și comunicare între sectorul public și cel privat. Pașii cheie care trebuie luați în considerare pentru a evalua și înțelege valoarea potențială a acestor parteneriate și pentru a le prioritiza corect, includ o **mapare inițială a nevoilor și resurselor ecosistemului și maparea surselor de date potențial disponibile**. Dacă aveți nevoie de asistență pentru maparea ecosistemului dvs. de date, puteți începe cu [Instrumentul și Ghidul de mapare a ecosistemului de date](#) dezvoltat de ODI.

Rolul central al datelor și al diferitelor părți interesate ale unui ecosistem de turism inteligent



Exemple de surse pentru parteneriate



- **Date despre tranzacții** (rezervări și achiziții online, tranzacții cu carduri de credit ale consumatorilor). Acestea pot furniza tendințe de cheltuieli și pot fi folosite pentru a aduna tendințe și a analiza ținte.
- **Date ale dispozitivului** (GPS, roaming mobil, date bluetooth, RFID, Wi-Fi și date despre dispozitivele inteligente din orașe). Acestea pot oferi informații despre comportamentul și mișcările turiștilor și pot fi folosite pentru a dezvolta servicii din ce în ce mai personalizate și resurse directe pentru cele mai populare locuri.
- **Seturi de date pentru companii private** (date despre pasagerii companiilor aeriene, date despre camerele libere de hotel, rezervări la restaurante, date privind închirierile). Acestea pot fi utilizate pentru a prognoza cererea și fluxurile de turism și pentru a analiza pietele țintă.



Parteneriate bazate pe date între actori din sectorul public și cel privat

Obiectivele parteneriatelor bazate pe date

Impulsul de bază pentru parteneriat este că toți partenerii vor beneficia de pe urma colaborării. Într-adevăr, parteneriatele se formează dintr-o varietate de motive, cele mai evidente beneficii ale partajării datelor fiind economice. **Parteneriatele pot fi formate pentru a atinge niveluri mai mari de eficiență sau economii de scară, pentru a deschide piețe care anterior erau inaccesibile sau pur și simplu pentru a pune în comun resurse - financiare și/sau umane.**

Obiectivele concrete ale parteneriatelor pot fi orientate către deținătorii de date, inovatori, intermediari și/sau societatea în ansamblu. DMO-urile pot facilita crearea de parteneriate, ajutând diferiți actori să identifice oportunitățile oferite de date și reunindu-i pentru a realiza o strategie comună.

Regulile unor astfel de parteneriate ar trebui să fie foarte clare pentru sectorul privat încă de la început, pentru a evita generarea de așteptări care nu vor fi îndeplinite.

Așteptările prea mari sau înșelătoare pot genera frustrare în rândul partenerilor, deteriorând calitatea colaborării și, în cazurile mai rele, punând capăt relației dintre entitățile publice și private. Din acest motiv, este important să aveți în vedere că **următoarele cerințe trebuie îndeplinite pentru a implica cu succes actori din sectorul privat:**

- Interesele tuturor actorilor ar trebui luate în considerare, asigurându-se că datele relevante și valoroase pot fi partajate cu sectorul privat.
- Parteneriatele ar trebui să contribuie la generarea de noi modele de afaceri.
- Parteneriatul ar trebui să permită accelerarea digitalizării sectorului.

Obiectivele parteneriatelor bazate pe date în funcție de categoriile de părți interesate și motivațiile acestora de a se alătura



DEȚINĂTORII DE DATE: organizații care furnizează datele într-o relație de partajare a datelor

- Economii de cost și creșterea eficienței
- Dezvoltarea produselor și a serviciilor
- Soluții pentru provocările întreprinderilor
- Inovație deschisă
- Acces la talent
- Explorarea datelor
- Structură internă îmbunătățită
- Conformitate sporită a legii
- Dezvoltarea abilităților



UTILIZATORII DE DATE: organizații care utilizează date care sunt partajate de un deținător de date pentru a dezvolta noi servicii

- Acces la date
- Dezvoltarea produselor și a serviciilor
- Dezvoltarea abilităților
- Informații despre piețele noi
- Relații de afaceri cu deținătorii de date



INTERMEDIARII: aceștia joacă un rol în multe relații de partajare a datelor

- Ofertă de produse/servicii comercializabile
- Obiective specifice organizației



SOCIETATEA

- Produse și servicii mai bune
- Confidențialitate sporită
- Relație cu deținătorii de date

Forme de partajare a datelor

Este posibil ca valoarea datelor să nu fie maximizată cu o singură situație de partajare a datelor. Mai degrabă, partajarea datelor deblochează așa-numitele lanțuri valorice de date mari, unde cantități mari de date sunt colectate și procesate în mai mulți pași corelați. Acest lucru necesită cadre stabilite în care datele să poată fi partajate în mod consecvent. Mai jos, oferim o prezentare generală a practicilor consacrate care permit o formă de partajare a datelor:

- **Elemente comune ale datelor:** resurse care sunt deținute în comun, accesibile tuturor membrilor unui grup (de exemplu, [elemente comune ale datelor](#) sau [elemente comune ale datelor despre oraș](#) în Barcelona).
- **Eforturi de colaborare pentru date:** date private care ajută societatea și care sunt partajate pentru binele social (de exemplu, [eforturi de colaborare pentru date](#))

Stăpânirea datelor: un set de instrumente pentru destinații turistice

- **Piețe de date:** platforme intermediare sau magazine online prin care datele pot fi cumpărate sau vândute
- **Date deschise:** date care sunt licențiate și disponibile pentru oricine pentru a le accesa, a le utiliza și a le partaja în orice scop. Datele cu caracter personal nu pot fi niciodată date deschise (de exemplu, [portalul european de date](#), [partajarea de informații în regiunea Helsinki](#) sau [date deschise Malta](#)).
- **Spații de date:** inițiative care vizează asigurarea accesului la date. CE urmărește lansarea a nouă spații de date europene sectoriale, cu respectarea regulilor și valorilor UE. Aceste spații de date vor fi interconectate, oferind oportunități excelente de acces la date operatorilor care lucrează într-un sector cu structură orizontală precum turismul. Un exemplu de inițiativă similară la nivel național este [Spațiul de date privind mobilitatea](#) din Germania.



Parteneriate bazate pe date între actori din sectorul public și cel privat

Tipuri de parteneriate

Parteneriatele dintre diferitele părți interesate pot prezenta mai multe provocări, legate, printre altele, de diferite culturi organizaționale și bariere legale și birocratice. Pentru a depăși aceste provocări, este important să luați în considerare diferitele opțiuni disponibile pentru a realiza un parteneriat și a selecta cele mai potrivite pentru organizațiile implicate și obiectivele dvs. În acest scop, o listă neexhaustivă a **diferitelor tipuri de parteneriate posibile** include:

- **Consortiu/consorții** - o punere în comun a resurselor pentru a obține un beneficiu pe care nu și-l puteau permite singuri (de exemplu, date comune, tehnologie comună, servicii comune).
- **Asociere în participațiune** – un proiect de cooperare (care aduce de obicei diferite abilități/resurse) care urmărește o oportunitate, împărțând riscurile asociate cu dezvoltarea acestuia.
- **Alianțe strategice** – în general, un acord pe termen lung pentru atingerea obiectivelor comune. Poate implica atât furnizori de servicii mai mici, cât și mai mari, cu resurse sau expertiză complementare. Numit „strategic” deoarece obiectivele sunt de o importanță critică pentru strategia generală de dezvoltare a afacerii/pieței a partenerilor.
- **Colectarea și exploatarea în cooperare a datelor** – un acord pentru a colecta, pune în comun și exploata datele partenerilor. Acesta ar putea fi un model bun pentru părțile interesate care creează și folosesc date pentru accesul public. Poate fi un model de o singură clasă în care furnizorii de date, cum ar fi organismele publice, lucrează împreună sau un model cu mai multe părți interesate în care furnizorii de date publice lucrează cu furnizori de servicii care gestionează datele cu caracter personal.

- **Rețele organizaționale** – o alianță cu mai multe organizații în care întreprinderile membre colaborează pentru a îndeplini obiective comune.
- **Externalizare** – contractarea de servicii auxiliare către furnizori terți.

Datorită importanței digitalizării și a noii economii a datelor, anumite tipologii emergente noi merită menționate mai detaliat:

- **Centre de inovare digitală (DIH-uri)**: DIH-urile pot lua forme juridice diferite, în funcție de țară/regiune (de exemplu, asociație sau consorțiu). DIH-urile reunesc entități publice și private, inclusiv universități și centre de cercetare, pentru a **sprijini transformarea digitală a IMM-urilor și a administrației publice**.
- **Clustere: asociații sectoriale sau tematice** care permit entităților publice și private să interacționeze, să promoveze inovarea și să stimuleze competitivitatea unei anumite industrii. La nivel european, Platforma de cooperare a clusterelor europene servește drept centru de cunoștințe pe o varietate de subiecte, în timp ce promovează, de asemenea, alcătuirea echipelor între organizații.

În cele din urmă, puteți decide să vă uniți forțele cu alte organizații în contextul subvențiilor și al oportunităților de finanțare. Diferite programe pot avea cerințe specifice. În cazul în care căutați mai multe informații despre **modul în care puteți pregăti o propunere în Orizont Europa**, puteți începe de la [acest seminar web](#) al Comisiei Europene.

Rețele și inițiative relevante



- **Capitala europeană cu Smart Tourism**: concursul anual Capitala europeană cu Smart Tourism are ca scop identificarea și sprijinirea excelențelor europene în domeniul turismului inteligent, stabilind, de asemenea, un cadru pentru crearea de rețele și schimbul de bune practici.
- **Provocarea orașelor digitale**: Provocarea orașelor digitale are ambiția de a face orașele locuri mai bune pentru a trăi. Vă puteți inspira și puteți învăța din experiența a peste 40 de orașe implicate în program.
- **Provocarea orașelor inteligente**: ICC susține 136 de orașe în utilizarea tehnologiilor de ultimă oră pentru a derula o recuperare inteligentă, ecologică și responsabilă din punct de vedere social. Proiectul se axează, de asemenea, pe tranziția verde și digitală în domeniul turismului, care este una dintre pistele tematice generale.
- **Rețeaua spaniolă cu Smart Tourism Destinations**: se adresează îmbunătățirii competitivității destinațiilor și a calității vieții cetățenilor pe 5 axe: guvernare, inovare, tehnologie, accesibilitate și sustenabilitate.

Informații privind oportunitățile de finanțare UE

- **Ghid privind finanțarea UE pentru turism**: pe această pagină puteți găsi informații și orientări cu privire la oportunitățile de finanțare UE pentru sectorul turismului, inclusiv o [prezentare a finanțării și ofertelor UE](#), o listă actualizată a apelurilor pentru turism deschise în prezent și multe altele.



Parteneriate bazate pe date între actori din sectorul public și cel privat

Achiziții publice și de inovare

Achizițiile publice reprezintă forma juridică utilizată de administrația publică pentru achiziționarea de bunuri și servicii. În domeniul datelor, administrația publică ar putea avea nevoie de acces la diferite seturi de date care sunt vândute pe piață și care pot fi obținute prin achiziții. Cu toate acestea, atunci când este posibil, administrațiile publice ar beneficia de prioritizarea parteneriatelor sau a achizițiilor de date benefice pentru schimbul de date, inclusiv bunuri (date) și servicii (ale cercetătorilor de date).

Pe baza obiectivelor și nevoilor strategice generale, organizațiile ar trebui să stabilească o **strategie pentru achiziționarea de date externe**, dincolo de achiziționarea unui singur set de date, definind priorități clare, evaluând costurile și beneficiile și resursele disponibile pentru achiziționarea de date, pentru a lucra la acestea și pentru a asigura calitatea datelor.

Pentru administrațiile publice care lucrează în direcția unei abordări Smart Tourism, un instrument atrăgător este [achiziția pentru inovare](#), care ar putea lua forma achiziției de soluții inovatoare prin achiziționarea de servicii de cercetare și dezvoltare, achiziționarea de soluții inovatoare care nu sunt încă disponibile sau care nu există pe piață sau achiziționarea de soluții inovatoare care există, dar care nu sunt încă disponibile pe scară largă pe piață. Pentru a afla mai multe despre achizițiile pentru inovare, puteți consulta următoarele materiale:

- [Orientări UE privind achizițiile pentru inovare](#): disponibile în toate limbile oficiale ale UE și includ informații practice despre modul în care puteți începe și dezvolta achizițiile de proiecte de inovare
- [Setul de instrumente EAFIP pentru achizițiile pentru inovare](#): un ghid online cu trei module, care oferă sprijin factorilor de decizie în elaborarea strategiilor și achizițiilor și departamentelor juridice ale acestora în implementarea achizițiilor pentru inovare.

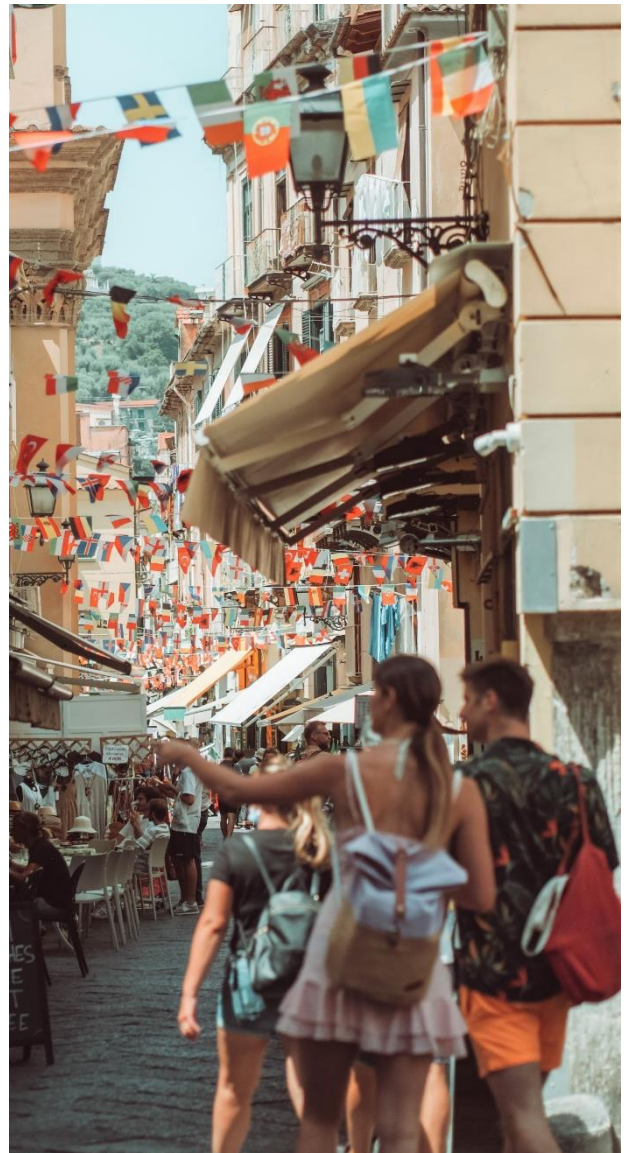
Cum puteți crea condițiile pentru a încuraja partajarea datelor și parteneriatele

Pentru destinațiile al căror ecosistem este mai puțin matur în ceea ce privește cultura de partajare a datelor, încercarea de a realiza parteneriatele necesare ar putea reprezenta o provocare semnificativă. În aceste cazuri, devine necesar să se lucreze la crearea condițiilor care să încurajeze partajarea mai structurată a datelor în viitor.

A acțiunile posibile pentru a începe crearea unei culturi a partajării de date și pentru a promova participarea părților interesate includ:

- **Evaluarea și comunicarea beneficiilor** utilizării datelor pentru destinație și pentru a informa ciclul de politici. Prin creșterea gradului de conștientizare cu privire la beneficiile pe care le aduce luarea deciziilor bazate pe dovezi, o destinație va promova o cultură a partajării datelor, atât pe plan intern, cât și extern.
- **Stimularea interesului** părților interesate prin diseminarea de bune practici și exemple de soluții de turism inteligent

- **Crearea de medii dedicate** (de exemplu, laboratoare de inovare, zone de inovare etc.) unde diferite organizații, inclusiv întreprinderi private, pot coopera pentru a aborda provocările din domeniul turismului. În special, mediile de testare pot încuraja descoperirea și testarea soluțiilor bazate pe date. Extinderea, în trepte, de la proiecte de dimensiuni mici este abordarea recomandată.
- **Construirea încrederii** prin demonstrarea angajamentului destinației pentru o **utilizare responsabilă și etică a datelor**. Acest lucru poate fi realizat prin acceptarea unor practici comune – cum ar fi aderarea la Codul de conduită pentru partajarea de date în domeniul turismului.
- **Conducerea prin exemplu**, punând datele la dispoziția terților prin intermediul API-urilor deschise. Acest lucru contribuie la crearea de soluții bazate pe date de către întreprinderile din sectorul privat, modelând condițiile pentru transformarea digitală către inovare.



Stăpânirea datelor: un set de instrumente pentru destinații turistice

Smart Tourism Destinations

SI2.843962

Februarie 2023



Gestionat de Comisia Europeană

Pentru informații suplimentare despre acest set de instrumente, vă rugăm să contactați:

Intellera Consulting

Giovanna Galasso – Partener asociat

giovanna.galasso@intelleraconsulting.com

