



Provincia di Modena

Area Amministrativa
Affari generali e Polizia Provinciale
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

**SERVIZIO DI ANALISI DATI E MONITORAGGIO A SUPPORTO DELLA GESTIONE DEL
PROGRAMMA DI PROMO -COMMERCIALIZZAZIONE
DEL TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA 2023**

CAPITOLATO PRESTAZIONALE

Indice

1. Premessa	3
2. Oggetto dell'acquisizione	3
3. Fabbisogni e requisiti del servizio oggetto di acquisizione	4
4. Caratteristiche specifiche del servizio oggetto di acquisizione	5
5. Durata	20
6. Prezzo	20

1. Premessa

Con Atto del Presidente atto del Presidente n. 186 del 28/10/2022 la Provincia di Modena ha adottato il Programma unitario di promo-commercializzazione turistica del Territorio Turistico Bologna-Modena per l'anno 2023, da realizzarsi in collaborazione con la Città metropolitana di Bologna che ha a sua volta adottato lo stesso documento con Deliberazione del Consiglio n. Deliberazione del Consiglio n. 46 del 26/10/2022.

Il programma individua le linee strategiche di medio periodo, a partire da un'analisi del quadro congiunturale e degli scenari nei quali si colloca l'economia turistica dell'intero territorio Bologna-Modena. Gli interventi sono pianificati sulla base dei principali prodotti trasversali che caratterizzano l'intero sistema, rappresentati in particolare da motor valley, enogastronomia, turismo outdoor (aree verdi, cammini, ciclovie, etc.) e turismo culturale, con una conseguente azione di promo-commercializzazione organizzata per linee di prodotto e attività declinate in ambiti specifici.

Il programma contiene pertanto scelte di posizionamento sui mercati in linea con le tendenze in atto e con l'evoluzione della domanda, che si traducono in strategie e azioni specifiche: tra queste azioni figurano in particolare la promozione in contesti internazionali, quali fiere di settore, visite per operatori specializzati (FAM trip) e per la stampa specializzata (press trip), oltre allo sviluppo dell'e-commerce dell'offerta turistica ed altre azioni incentrate sul coordinamento tra operatori turistici.

Il Programma è stato di seguito approvato dalla Regione Emilia-Romagna con DGR con delibera della Giunta Regionale n. 130 del 30/1/2023.

Per la realizzazione delle attività previste dal Programma di promo-commercializzazione, il versante modenese del Territorio turistico si è dotato della funzione di Destination Management Organization (DMO) al fine di integrare gli strumenti a sostegno della crescita, della qualificazione e della promozione dell'offerta del sistema turistico.

Per quanto attiene invece al monitoraggio dell'azione complessiva impostata con il Programma di promo-commercializzazione e svolta dalla DMO, l'area modenese del Territorio Turistico necessita di proseguire nel progetto di analisi e valutazione delle performance che interessano gli operatori locali del settore ricettivo, in quanto elementi fondamentali per il miglioramento delle strategie di promozione turistica proprie dell'Ente.

2. Oggetto dell'acquisizione

Nello specifico, le attività previste nel progetto consistono nella raccolta e sistematizzazione di dati presso un campione di n. 10 strutture ricettive dell'area provinciale di Modena, con trasmissione in modalità automatica e diretta dal gestionale (PMS) dell'hotel alla piattaforma.

Tale modalità di raccolta e trasmissione dati garantisce l'assoluta correttezza del dato ed evita l'introduzione di attività operative manuali delle strutture ricettive.

I dati raccolti non includono in nessun caso i dati sensibili dell'ospite ma riguardano esclusivamente le seguenti informazioni riguardanti la prenotazione:

- quando è arrivata (data inserimento);

- data arrivo e data partenza;
- il numero di persone;
- il tipo di camera;
- la tipologia di prodotto venduto (piazzola, casa mobile, bungalow);
- il canale di prenotazione (diretto, OTA, GDS, sito web, ...);
- il segmento di mercato (gruppi/ individuali, business/ leisure);
- la nazionalità;
- il valore economico.

L'analisi restituisce la misurazione oggettiva in tempo reale della crescita economica di una destinazione, prendendo in esame sia i dati quantitativi sulle presenze turistiche, che le metriche qualitative sulla redditività, al fine di indirizzare la progettazione e lo svolgimento delle azioni, comprendendo i periodi di alta e bassa stagionalità, le tendenze emergenti e le opportunità di miglioramento

Lo strumento in particolare consente alla governance del Programma di promocommercializzazione turistica di continuare a disporre di dati analitici in tempo reale, con relative previsioni degli scenari futuri, riguardanti il tasso di occupazione e le ricadute di valore economico della presenza turistica sul territorio, evidenziando dinamiche positive e negative che sono di supporto alle scelte dei policy-maker.

Lo strumento si presta inoltre a monitorare la crescita economica del territorio turistico e l'impatto del turismo nella valorizzazione delle proprietà, quali fattori di attrattività della destinazione, in grado di attirare nuovi investimenti.

L'applicazione della piattaforma e la diffusione delle informazioni nelle forme e nelle sedi istituzionali proprie, tra le quali la Consulta provinciale del turismo, costituisce anche un vantaggio per gli operatori che potranno ricevere informazioni relative ad esempio a prezzi medi del mercato, livello di occupazione degli alberghi (storico e previsionale), la velocità di arrivo delle prenotazioni sul territorio.

3. Fabbisogni e requisiti del servizio oggetto di acquisizione

La piattaforma di data intelligence deve essere progettata per fornire analisi dettagliate e strumenti di benchmarking per gli operatori delle destinazioni turistiche, al fine di identificare e cogliere le opportunità di miglioramento nella destinazione turistica e mantenere un'attenzione costante sullo stato di salute della destinazione.

È necessaria la misurazione oggettiva in tempo reale della crescita economica di una destinazione, prendendo in esame sia i dati quantitativi sulle presenze turistiche, che le metriche qualitative sulla redditività, al fine di comprendere di comprendere meglio i periodi di alta e bassa stagionalità, le tendenze emergenti e le opportunità di miglioramento.

E' altresì necessaria la segmentazione dei trend di mercato in base a vari fattori come tipologia di trattamento venduto, mercato di riferimento, canali di vendita e nazionalità, al fine di comprendere i

comportamenti e le propensioni degli ospiti in termini di partenze, arrivi, prezzi medi di vendita (dettagliati anche per tipologia di trattamento venduto), nazionalità (dettagliato per la propensione alla spesa di ogni singola nazionalità e per durata media di prenotazione), consentendo agli operatori di anticipare le dinamiche dei flussi turistici. Inoltre, la piattaforma fornisce linee guida per le strategie di promozione verso i mercati esteri e misura il ritorno degli investimenti in promozione della destinazione.

Utilizzando la piattaforma, gli operatori delle destinazioni devono poter anche pianificare eventi per aumentare l'attrattiva della destinazione e ridurre la dipendenza da determinati periodi stagionali; deve quindi essere possibile correlare l'impatto degli eventi sull'aumento dell'affluenza e della redditività, utilizzando sia dati storici e consolidati, che prenotazioni future, per identificare i momenti più opportuni per la pianificazione di eventi, o azioni di comunicazione.

4. Caratteristiche specifiche del servizio oggetto di acquisizione

Piattaforma online di Hospitality Data Intelligence che aggrega i dati provenienti dai gestionali (PMS) dei singoli hotel e restituisce in tempo reale ed in forma anonima e aggregata le tendenze passate e future del mercato locale.

Lasso temporale della raccolta dati: ultimi 24 mesi e prossimi 12 mesi.

Aggiornamento quotidiano.

Modalità di trasmissione dei dati: in modalità automatica e diretta dal gestionale (PMS) dell'hotel alla piattaforma.

Tipologia dati:

- lo stato della prenotazione;
- quando è arrivata (data inserimento);
- data arrivo e data partenza;
- il numero di persone;
- il tipo di camera;
- la tipologia di prodotto venduto (piazzola, casa mobile, bungalow);
- il canale di prenotazione (diretto, OTA, GDS, sito web, ...);
- il segmento di mercato (gruppi/ individuali, business/leisure);
- la nazionalità;
- il valore economico.

NO dati sensibili

È necessario che sia garantita l'assoluta segretezza e privacy dei dati dei singoli hotel che partecipano al progetto e che in nessun caso sia possibile che vengano visualizzati o possano essere dedotti i risultati dei singoli hotel che partecipano al progetto.

La piattaforma deve quindi:

- aggregare, anonimizzare ed unificare le fonti dati;
- pubblicare informazioni anonime e aggregate in tempo reale su trend turistici;

- fornire previsioni ed informazioni strategiche per promuovere la Destinazione.

La piattaforma deve consentire di:

- conoscere prezzi medi del mercato, ADR (e trattamenti);
- misurare il livello di occupazione degli alberghi (storico e previsionale);
- confrontare il REVPAR della singola struttura con Il REVPAR aggregato di Destinazione (o segmenti di pari categoria);
- misurare il livello di occupazione delle strutture (storico e previsionale);
- informazioni sui prezzi e occupazione per ogni canale, segmento di mercato, nazionalità;
- confronto dei propri KPI con quelli del territorio, zona o gruppi personalizzabili di competitor selezionabili tra le strutture aderenti al progetto HB;

Interfaccia di gestione

La piattaforma deve essere dotata di un cruscotto unico di gestione per tutte le funzionalità disponibili e con le seguenti caratteristiche principali:

- accessibile dal web in tutte le sue funzioni attraverso un browser, senza installazione di componenti aggiuntivi;
- autenticazione e autorizzazione all'accesso con ACL (Access Control List) in grado di segregare i dati visualizzati in funzione del ruolo associato all'utente;
- gestione automatica del recupero e cambio password utente, basata sull'invio di un link all'indirizzo email associato all'utente;
- visualizzazione del log di accesso per utente, che consente la verifica delle attività svolte.

Sono presenti i log delle attività svolte da ciascun utente depositati nei file dei data center.

Nella piattaforma devono essere presenti i seguenti ruoli utente: Gestore struttura, Manager di territorio, Manager di Zona, Amministratore;

La piattaforma deve consentire:

- la gestione automatica del recupero e cambio password utente, basata sull'invio di un link all'indirizzo email associato all'utente;
- la visualizzazione del log di accesso per utente, che consente la verifica delle attività svolte.

Devono essere presenti i log delle attività svolte da ciascun utente depositati nei file dei data center.

La piattaforma deve disporre di funzionalità necessarie a segmentare in maniera multidimensionale l'utenza e definire agevolmente le modalità e la pianificazione dell'importazione di dati provenienti da PMS e applicativi pre-esistenti con la possibilità di implementare velocemente e autonomamente l'integrazione di nuovi flussi.

Piattaforma analitica e monitoraggio in tempo reale.

La Piattaforma dev'essere strutturata in 4 tipologie di utenze in base al proprio ruolo (gestore struttura alberghiera, operatore di territorio, operatore di zona, Amministratore).

Ogni utente dev'essere associato a un username e ad un ruolo che avranno accesso a diverse informazioni.

Gli utenti con ruolo "gestore Struttura" avranno visibilità dei dati della struttura associata al proprio username e dei dati aggregati territoriali, di zona, località e di tre competitive set personalizzabili.

La piattaforma deve permettere un confronto tra gli indicatori di performance della singola struttura con quelli di un gruppo di riferimento per date passate e future.

Gli indicatori che è possibile analizzare a livello territoriale da utenti gestori di territorio, zona o località, o di singola struttura devono essere principalmente almeno i seguenti:

- ADR (prezzo medio camera)
- REVPAR (prezzo medio camera disponibile)
- Ricavi per periodo
- Gruppo competitor (scelto come lista proposta dal sistema e personalizzata dall'utente)
- Comparazione delle date con eventi specifici scelti dall'utente
- Camere disponibili
- Camere vendute
- Tasso di occupazione
- Disdette/cancellazioni
- RevPOR

Ogni indicatore deve poter essere segmentato per codici di rate-code, Channel, Source e Market ricondotti alle seguenti macro-categorie:

- Trattamento (Rate Code)
 - Solo camera
 - Camera e colazione
 - Mezza pensione
 - Pensione completa
- Canale Channel e Source)
 - Diretto: tutte le prenotazioni dirette, es walk-in, fax, email, telefonata, ecc.
 - Agenzie - Booking: tutte le prenotazioni ricevute da Booking.com.
 - Agenzie - Expedia: tutte le prenotazioni ricevute da Expedia.it.
 - Agenzie - OTA tutte le prenotazioni intermedie da agenzia on line diverse da Booking e Expedia, o, se gestisci un unico source code indifferenziato per le OTA, in questo caso anche Booking ed Expedia.
 - Agenzie - Portale Destinazione: tutte le prenotazioni ricevute dal canale di prenotazione della destinazione.
 - Sito Web: tutte le prenotazioni ricevute tramite sito web ufficiale della struttura o di catena.

- Altri Canali: tutte le prenotazioni ricevute da tutti gli altri canali non sopra citati (es. Agenzie off-line, Tour Operator).
 - Mercato
- Retail: cliente individuale che prenota senza il tramite di alcuna attività commerciale pregressa.
- Gruppi Business: prenotazioni di gruppo di clienti Business (convegni, congressuale).
- Negotiated: clienti individuali che usufruiscono di una tariffa di convenzione accordata con la loro azienda.
- Gruppi Leisure: prenotazione di gruppi di clienti in vacanza.
- Wholesaler: clienti individuali che prenotano attraverso agenzie di viaggio o tour operator che hanno degli accordi commerciali con la struttura e che usufruiscono di tariffe molto vantaggiose.
 - Singole nazionalità (tutte)

Gli utenti devono poter creare report personalizzati selezionando uno o più indicatori.

All'interno di della piattaforma le strutture devono poter scegliere tra un'ampia gamma di KPI, vengono riportati alcuni esempi

La piattaforma deve garantire l'assoluta segretezza e privacy dei dati dei singoli hotel che partecipano al progetto, e in nessun caso può essere possibile che vengano visualizzati o si possa risalire alle metriche della singola struttura nei report di comparazione con i competitor, territorio, località, categoria o qualsiasi gruppo creato dall'utente o preimpostato.

La piattaforma deve quindi impedire la visualizzazione di gruppi di strutture composti da meno di 5 hotel e la creazione di gruppi personalizzabili di competitor deve seguire le seguenti regole esplicitate per evitare tramite calcoli aritmetici di risalire alle metriche di una singola struttura:

- Si possono creare fino a 3 gruppi di competitor composti da un minimo di 5 e un massimo di 10 strutture
 - Ogni gruppo non può essere modificato più di 5 volte
 - Ogni gruppo deve contenere almeno 3 strutture diverse da tutti gli altri gruppi
 - Ogni modifica di un gruppo deve contenere almeno 2 variazioni di strutture
 - Ogni gruppo non può contenere due o più strutture appartenenti alla stessa catena/proprietà.

Deve essere possibile comparare le performance della propria struttura di un territorio, zona o località o gruppi personalizzati di periodi precedenti, con possibilità di visualizzare periodi selezionabili fino a 2 anni precedenti.

Deve essere possibile filtrare in maniera dinamica su indicazione dell'utente i report per periodo utilizzando l'apposito selettore di periodo presente in piattaforma per tutte le tipologie di utente e per tutti i report.

Anche gli utenti con ruolo "gestore di territorio" o "gestore di zona" devono poter generare gli stessi report delle strutture aggregando per gruppi pre-impostati di territorio complessivo, zona e località, di categorie di star rating o tipologia o costituendo gruppi personalizzati composti da strutture alberghiere selezionabili nelle impostazioni.

Numero di PMS supportati

Devono essere attive e funzionanti le integrazioni con i seguenti PMS di Hotel:

1. Protel
2. Protel air
3. MEWS
4. ORACLE OPERA
5. Oracle opera cloud
6. FIDELIO
7. VISUAL MATRIX
8. ERICSOFT V3
9. ERICSOFT Suite 4
10. 5 STELLE
11. HOASYS GPDATI (Gruppo Zucchetti)
12. PASSPARTOUT
13. SCRIGNO GPDATI (Gruppo Zucchetti)
14. HOTEL2000
15. EVOLS NUCONGA (Teamsystem)
16. EVOLS WEB HOTELS (Teamsystem)
17. EVOLS Alyante
18. OTELIA
19. DYLOG SYSDAT TURISMO
20. PCS PHOENIX
21. HOTELCUBE
22. E2K
23. SGS
24. WuBOOK
25. LASERSOFT
26. CIAO Manager
27. CASY
28. WEBNUBES HoliDayGraf
29. Cloudvillage
30. GESTIONE ALBERGO
31. Hotel Runner
32. Hotel bb
33. Bedzle
34. RoomRacoon
35. Octorate
36. IDA
37. GOOTEL BetaLink
38. Super Hotel Petrin
39. FLY Hotel
40. ASA
41. ISTES

Deve essere prevista la possibilità di integrare pms proprietari di albergatori o di altri PMS.

La piattaforma deve essere dotata di connettori di integrazione per leggere in modalità massiva e puntuale dati direttamente dai PMS delle strutture alberghiere messi a disposizione del Committente.

I dati dei singoli hotel devono essere trasmessi come minimo una volta al giorno in modalità automatica e diretta dal gestionale PMS alla piattaforma al fine di garantire un aggiornamento del dato al massimo una volta ogni 24 ore, garantendo un ritardo massimo di 24 ore tra l'inserimento dell'informazione da parte della struttura ricettiva e visualizzazione sui cruscotti.

La connessione tra la piattaforma e i pms integrati non deve necessitare di alcun inserimento manuale da parte di strutture alberghiere, garantendosi l'assoluta correttezza del dato e costanza nell'alimentazione e aggiornamento del database.

La piattaforma deve essere dotata di un sistema di audit, che consista in un cruscotto di controllo delle attività e trasmissioni che segnali eventuali ritardi o anomalie nelle trasmissioni delle strutture rispetto alle schedulazioni previste, anomalie di importazione attraverso segnali di notifiche. Inoltre, il cruscotto di controllo deve permettere di visualizzare lo storico delle importazioni effettuate con i relativi dettagli.

Il tracciato dati che la piattaforma importa dai PMS delle strutture alberghiere deve includere le seguenti variabili:

- Stato della prenotazione
- Data inserimento prenotazione
- Data arrivo e data partenza
- data di cancellazione della prenotazione
- Numero di persone e cluster di età (adulti/bambini)
- Nazionalità
- Tipologia di camera hotel
- La tipologia di trattamento BB, Mezza pensione, pensione completa, solo camera)
- Il canale di acquisizione Diretto, OTA, GDS, Sito Web, wholesale,)
- Il segmento di mercato (gruppi/ individuali, business/ leisure,)
- prezzo della prenotazione e del pernottamento
- Luogo di domicilio CAP se presenti
- Tipologia di tariffa (rate code)

La piattaforma deve prevedere un cruscotto di reportistica disponibile per gli operatori delle strutture ricettive e per gli Enti territoriali partecipanti al progetto.

La piattaforma deve ricavare dai dati di prenotazione ricevuti dai PMS l'elenco degli indicatori, fornire statistiche di comparazione degli indicatori della struttura associata all'utente e le metriche aggregate dei gruppi personalizzati impostati dall'utente.

Ogni restituzione grafica presente nel cruscotto contiene una legenda dettagliata contenente la lista strutture che contribuiscono con il loro dato alla restituzione con somma delle unità totali disponibili nel campione.

L'accesso alla piattaforma avviene con credenziali univoche per utente/struttura esclusivamente via web net con indirizzo web pubblicato.

Una volta completato l'accesso alla piattaforma in home page dashboard del cruscotto dedicato alle strutture, devono essere presenti le statistiche calcolate in quasi real time degli indicatori più rilevanti della singola struttura in comparazione con gli indicatori dei gruppi di riferimento selezionato.

L'utente deve poter selezionare con quale gruppo comparare le proprie metriche (gruppi personalizzati o gruppi preimpostati). I dati devono essere presentati in forma lineare con dettaglio di singola data, di eventuali eventi presenti sulla data e di calendario meteo per le sole date storiche.

Devono inoltre essere presentate delle tabelle di sintesi dei valori degli indicatori nel periodo selezionato esplicitando gli scarti di valore tra singola struttura e gruppo selezionato.

La singola struttura deve poter comparare nell'intervallo selezionato, i valori degli indicatori relativi al confronto storico nelle date dell'anno precedente o di due anni precedenti.

Il cruscotto deve contenere un menu di navigazione per accedere alle seguenti funzionalità:

REPORT: in questa sezione è possibile accedere al pannello di creazione delle statistiche personalizzate e comporre autonomamente gruppi di statistiche di comparazione contenute in report.

Ogni statistica ha le seguenti funzionalità:

1. Quale o quali indicatori comparare;
2. Visualizzare i valori economici con o senza IVA
3. Visualizzazione dato con calendario meteo
4. Visualizzazione dato con calendario eventi
5. Visualizzare i dati con opzione Granularità Giornaliera /Settimanale /mensile / Annuale

/Totale

Ogni report contenente l'insieme delle statistiche deve poter essere personalizzato con le seguenti funzionalità:

1. Selezione intervallo temporale di analisi
2. Comparazione metriche anno precedente e due anni precedenti
3. in caso di comparazione con l'anno precedente, allineamento dati in base al giorno della settimana e non solo in base alla data inserendo la modalità domenica su domenica.
4. Comparazione degli indicatori della singola struttura con uno dei tre gruppi di competitor personalizzati o in opzione territorio di appartenenza, zona di appartenenza, località e relativo filtro per specifica categoria.

La restituzione di tutte le informazioni deve avvenire in tempo reale, in base alla frequenza con cui la piattaforma viene alimentata dai pms delle strutture, ovvero come minimo una volta ogni 24 ore.

L'utente deve poter visualizzare il dettaglio delle trasmissioni quotidiane trasferite dal PMS alla piattaforma

In un'apposita sezione l'utente deve avere la facoltà di creare gli eventi che verranno poi visualizzati in sovraimpressione nella restituzione delle statistiche con granularità giornaliera.

Ogni evento deve contenere le seguenti informazioni: nome, intervallo, date durata, tipologia Fiere, Gastronomia, Folklore, Teatro, Musica, Arte, Sport, Festività).

Ogni evento deve potere essere riferito e collegato ad un evento degli anni precedenti, avvenuti anche in date diverse.

Gli eventi devono essere di tre categorie che vengono distinte in base alla visibilità degli stessi nelle diverse utenze:

- eventi nazionali (feste a calendario di valenza nazionale)
- eventi territoriali (feste e eventi specifici del territorio, impostati dai manager del territorio e visibili solo per gli utenti associati al territorio stesso)

● eventi di struttura (eventi specifici della struttura, impostati da utente gestore struttura, visibili solo ed esclusivamente alla struttura).

La piattaforma deve prevedere una comparazione di metriche storiche e future di eventi concatenati e caduti in date diverse.

In un'apposita sezione deve potersi costruire e gestire tre gruppi di competitor.

Il sistema deve permettere di visualizzare e cercare le strutture aderenti e di inserirle nei gruppi di confronto.

Gli utenti manager di territorio/di zona devono poter accedere alle stesse statistiche delle strutture ma esclusivamente inerenti gruppi di strutture, e mai al dato della singola struttura.

Elenco indicatori che devono essere in piattaforma:

Macrosezione Generale

1. OCCUPAZIONE
2. ADR
3. REVPAR
4. OCCUPAZIONE LETTI
5. PREZZO OSPITE - PERNOTTAMENTO
6. CAMERE DISP.
7. CAMERE VENDUTE
8. CAPACITÀ
9. OSPITI PRESENTI
10. RICAPO CAMERE
11. MEDIA CAMERE VENDUTE
12. MEDIA OSPITI
13. RICAPO MEDIO CAMERE
14. TREVPAR
15. TREVPEC
16. N° HOTEL

17. REVPOR
18. RICAPO TOTALE
19. CAMERE INVENDUTE
20. PERCENTUALE INVENDUTO

Macrosezione Trattamenti FB=pensione completa, HB=mezza pensione, BB Bed & Breakfast, RO solo camera)

1. RICAPO FB
2. CAMERE VEND. FB
3. OSPITI IN FB
4. PREZZO CAMERA FB

5. PREZZO PERSONA FB
6. OCCUPAZIONE CAMERE FB
7. OCCUPAZIONE LETTI FB
8. RICAVO HB
9. CAMERE VEND. HB
10. OSPITI IN HB
11. PREZZO CAMERA HB
12. PREZZO PERSONA HB
13. OCCUPAZIONE CAMERE HB
14. OCCUPAZIONE LETTI HB
15. RICAVO BB
16. CAMERE VEND. BB
17. OSPITI IN BB
18. PREZZO CAMERA BB
19. PREZZO PERSONA BB
20. OCCUPAZIONE CAMERE BB
21. OCCUPAZIONE LETTI B&B
22. OCCUPAZIONE CAMERE BO
23. OCCUPAZIONE LETTI BO
24. PREZZO CAMERA BO
25. PREZZO PERSONA BO
26. RICAVO BO
27. CAMERE VENDUTE BO
28. OSPITI BO

Macrosezione Canali di vendita

1. OCCUPAZIONE CAMERE DIRECT
2. OCCUPAZIONE LETTI DIRECT
3. PREZZO CAMERA DIRECT
4. PREZZO PERSONA DIRECT
5. RICAVO DIRECT
6. CAMERE VENDUTE DIRECT
7. OSPITI DIRECT
8. OCCUPAZIONE CAMERE OTA
9. OCCUPAZIONE LETTI OTA
10. PREZZO CAMERA OTA
11. PREZZO PERSONA OTA
12. RICAVO OTA
13. CAMERE VENDUTE OTA
14. OSPITI OTA
15. OCCUPAZIONE CAMERE BOOKING.COM

16. OCCUPAZIONE LETTI BOOKING.COM
17. PREZZO CAMERA BOOKING.COM
18. PREZZO PERSONA BOOKING.COM
19. RICAVO BOOKING.COM
20. CAMERE VENDUTE BOOKING.COM
21. OSPITI BOOKING.COM
22. OCCUPAZIONE CAMERE EXPEDIA
23. OCCUPAZIONE LETTI EXPEDIA
24. PREZZO CAMERA EXPEDIA
25. PREZZO PERSONA EXPEDIA
26. RICAVO EXPEDIA
27. CAMERE VENDUTE EXPEDIA
28. OSPITI EXPEDIA
29. OCCUPAZIONE CAMERE PORTALE DESTINAZIONE
30. OCCUPAZIONE LETTI PORTALE DESTINAZIONE
31. PREZZO CAMERA PORTALE DESTINAZIONE
32. PREZZO PERSONA PORTALE DESTINAZIONE
33. RICAVO PORTALE DESTINAZIONE
34. CAMERE VENDUTE PORTALE DESTINAZIONE
35. OSPITI PORTALE DESTINAZIONE
36. OCCUPAZIONE CAMERE ALTRE OTA
37. OCCUPAZIONE LETTI ALTRE OTA
38. PREZZO CAMERA ALTRE OTA
39. PREZZO PERSONA ALTRE OTA
40. RICAVO ALTRE OTA
41. CAMERE VENDUTE ALTRE OTA
42. OSPITI ALTRE OTA
43. OCCUPAZIONE CAMERE GDS
44. OCCUPAZIONE LETTI GDS
45. PREZZO CAMERA GDS
46. PREZZO PERSONA GDS
47. RICAVO GDS
48. CAMERE VENDUTE GDS
49. OSPITI GDS
50. OCCUPAZIONE CAMERE BRAND_WEB
51. OCCUPAZIONE LETTI BRAND_WEB
52. PREZZO CAMERA BRAND_WEB
53. PREZZO PERSONA BRAND_WEB
54. RICAVO BRAND_WEB
55. CAMERE VENDUTE BRAND_WEB
56. OSPITI BRAND_WEB
57. OCCUPAZIONE CAMERE OTHER CHANNEL
58. OCCUPAZIONE LETTI OTHER CHANNEL

59. PREZZO CAMERA OTHER CHANNEL
60. PREZZO PERSONA OTHER CHANNEL
61. RICAVO OTHER CHANNEL
62. CAMERE VENDUTE OTHER CHANNEL
63. OSPITI OTHER CHANNEL

Macro sezione segmenti di mercato

1. OCCUPAZIONE CAMERE RETAIL
2. OCCUPAZIONE LETTI RETAIL
3. PREZZO CAMERA RETAIL
4. PREZZO PERSONA RETAIL
5. RICAVO RETAIL
6. CAMERE VENDUTE RETAIL
7. OSPITI RETAIL
8. OCCUPAZIONE CAMERE BUSINESS GROUPS
9. OCCUPAZIONE LETTI BUSINESS GROUPS
10. PREZZO CAMERA BUSINESS GROUPS
11. PREZZO PERSONA BUSINESS GROUPS
12. RICAVO BUSINESS GROUPS
13. CAMERE VENDUTE BUSINESS GROUPS
14. OSPITI BUSINESS GROUPS
15. OCCUPAZIONE CAMERE LEISURE GROUPS
16. OCCUPAZIONE LETTI LEISURE GROUPS
17. PREZZO CAMERA LEISURE GROUPS
18. PREZZO PERSONA LEISURE GROUPS
19. RICAVO LEISURE GROUPS
20. CAMERE VENDUTE LEISURE GROUPS
21. OSPITI GRUPPI LEISURE
22. OCCUPAZIONE CAMERE NEGOTIATED
23. OCCUPAZIONE LETTI NEGOTIATED
24. PREZZO CAMERA NEGOTIATED
25. PREZZO PERSONA NEGOTIATED
26. RICAVO NEGOTIATED
27. CAMERE VENDUTE NEGOTIATED
28. OSPITI NEGOTIATED
29. OCCUPAZIONE CAMERE
30. WHOLESALERS_DISCOUNT_OTHER
31. OCCUPAZIONE LETTI
32. WHOLESALERS_DISCOUNT_OTHER
33. PREZZO CAMERA
34. WHOLESALERS_DISCOUNT_OTHER

35. PREZZO PERSONA
36. WHOLESALERS_DISCOUNT_OTHER
37. RICAVO WHOLESALERS_DISCOUNT_OTHER
38. CAMERE VENDUTE
39. WHOLESALERS_DISCOUNT_OTHER
40. OSPITI WHOLESALERS_DISCOUNT_OTHER

Macro sezione Nazionalità

1. OCCUPAZIONE CAMERE PER NAZIONALITÀ
2. CAMERE VENDUTE PER NAZIONALITÀ
3. OCCUPAZIONE CAMERE PER NAZIONALITÀ IN PERCENTUALE
4. CAMERE VENDUTE PER NAZIONALITÀ IN PERCENTUALE
5. RICAVO MEDIO CAMERA PER NAZIONALITÀ
6. RICAVO CAMERE PER NAZIONALITÀ
7. RICAVO COMPLESSIVO PER NAZIONALITÀ
8. RICAVO CAMERE PER NAZIONALITÀ IN PERCENTUALE
9. RICAVO COMPLESSIVO PER NAZIONALITÀ IN PERCENTUALE
10. OSPITI PER NAZIONALITÀ
11. OSPITI PER NAZIONALITÀ IN PERCENTUALE

Macrosezione Posizionamento di mercato

1. MPI indice di penetrazione nel mercato, viene calcolato come rapporto tra la occupazione percentuale di una struttura e quella del gruppo di competitor (o territorio)
2. ARI indice del ricavo medio, viene calcolato come rapporto tra l'adr (average daily rate) di una struttura e l'adr dei competitor (o territorio).
3. RGI indice del ricavo generato per camera disponibile, viene calcolato come rapporto tra il revpar di una STRUTTURA E QUELLO DEL GRUPPO DI COMPETITOR O TERRITORIO

Indicatori di Durata della prenotazione

1. durata media prenotazione: indicatore che permette di calcolare nel periodo selezionato la durata medie delle prenotazioni.

Indicatori KPI Cancellazioni

SEGMENTO	TITOLO	DESCRIZIONE	SEGMENTO	TITOLO	DESCRIZIONE
TOTALE	Camere Cancellate	Esprime il numero di camere cancellate.	BOOKING	Camere Cancellate	Esprime il numero di camere cancellate.
TOTALE	Occupazione Cancellata	Esprime la percentuale di camere cancellate sulle camere disponibili.	BOOKING	Occupazione Cancellata	Esprime la percentuale di camere cancellate sulle camere disponibili.
TOTALE	Ricavo Complessivo Cancellato	Indica il ricavo cancellato della camera, incluso i pasti, al netto dell'IVA.	BOOKING	Ricavo Complessivo Cancellato	Indica il ricavo cancellato della camera, incluso i pasti, al netto dell'IVA.
COMPOSIZIONE PURA	Camere Cancellate	Esprime il numero di camere cancellate.	EXPEDIA	Camere Cancellate	Esprime il numero di camere cancellate.
COMPOSIZIONE PURA	Occupazione Cancellata	Esprime la percentuale di camere cancellate sulle camere disponibili.	EXPEDIA	Occupazione Cancellata	Esprime la percentuale di camere cancellate sulle camere disponibili.
COMPOSIZIONE PURA	Ricavo Complessivo Cancellato	Indica il ricavo cancellato della camera, incluso i pasti, al netto dell'IVA.	EXPEDIA	Ricavo Complessivo Cancellato	Indica il ricavo cancellato della camera, incluso i pasti, al netto dell'IVA.
COMPOSIZIONE PERCENTUALIZZATA	Camere Cancellate	Esprime il numero di camere cancellate.	AGENZIE OTA	Camere Cancellate	Esprime il numero di camere cancellate.
COMPOSIZIONE PERCENTUALIZZATA	Occupazione Cancellata	Esprime la percentuale di camere cancellate sulle camere disponibili.	AGENZIE OTA	Occupazione Cancellata	Esprime la percentuale di camere cancellate sulle camere disponibili.
COMPOSIZIONE PERCENTUALIZZATA	Ricavo Complessivo Cancellato	Indica il ricavo cancellato della camera, incluso i pasti, al netto dell'IVA.	AGENZIE OTA	Ricavo Complessivo Cancellato	Indica il ricavo cancellato della camera, incluso i pasti, al netto dell'IVA.
ALL INCLUSIVE	Camere Cancellate	Esprime il numero di camere cancellate.	SWITZERLAND TRAVEL CENTER	Camere Cancellate	Esprime il numero di camere cancellate.
ALL INCLUSIVE	Occupazione Cancellata	Esprime la percentuale di camere cancellate sulle camere disponibili.	SWITZERLAND TRAVEL CENTER	Occupazione Cancellata	Esprime la percentuale di camere cancellate sulle camere disponibili.
ALL INCLUSIVE	Ricavo Complessivo Cancellato	Indica il ricavo cancellato della camera, incluso i pasti, al netto dell'IVA.	SWITZERLAND TRAVEL CENTER	Ricavo Complessivo Cancellato	Indica il ricavo cancellato della camera, incluso i pasti, al netto dell'IVA.
PENSIONE COMPLETA	Camere Cancellate	Esprime il numero di camere cancellate.	ALTRI CANALI	Camere Cancellate	Esprime il numero di camere cancellate.

PENSIONE COMPLETA	Occupazione Cancellata	Esprime la percentuale di camere cancellate sulle camere disponibili.	ALTRI CANALI	Occupazione Cancellata	Esprime la percentuale di camere cancellate sulle camere disponibili.
PENSIONE COMPLETA	Ricavo Complessivo Cancellato	Indica il ricavo cancellato della camera, incluso i pasti, al netto dell'IVA.	ALTRI CANALI	Ricavo Complessivo Cancellato	Indica il ricavo cancellato della camera, incluso i pasti, al netto dell'IVA.
MEZZA PENSIONE	Camere Cancellate	Esprime il numero di camere cancellate.	COMPOSIZIONE PURA	Camere Cancellate	Esprime il numero di camere cancellate.
MEZZA PENSIONE	Occupazione Cancellata	Esprime la percentuale di camere cancellate sulle camere disponibili.	COMPOSIZIONE PURA	Occupazione Cancellata	Esprime la percentuale di camere cancellate sulle camere disponibili.
MEZZA PENSIONE	Ricavo Complessivo Cancellato	Indica il ricavo cancellato della camera, incluso i pasti, al netto dell'IVA.	COMPOSIZIONE PURA	Ricavo Complessivo Cancellato	Indica il ricavo cancellato della camera, incluso i pasti, al netto dell'IVA.
BED & BREAKFAST	Camere Cancellate	Esprime il numero di camere cancellate.	COMPOSIZIONE PERCENTUALIZZATA	Camere Cancellate	Esprime il numero di camere cancellate.
BED & BREAKFAST	Occupazione Cancellata	Esprime la percentuale di camere cancellate sulle camere disponibili.	COMPOSIZIONE PERCENTUALIZZATA	Occupazione Cancellata	Esprime la percentuale di camere cancellate sulle camere disponibili.
BED & BREAKFAST	Ricavo Complessivo Cancellato	Indica il ricavo cancellato della camera, incluso i pasti, al netto dell'IVA.	COMPOSIZIONE PERCENTUALIZZATA	Ricavo Complessivo Cancellato	Indica il ricavo cancellato della camera, incluso i pasti, al netto dell'IVA.
SOLO CAMERA	Camere Cancellate	Esprime il numero di camere cancellate.	RETAIL	Camere Cancellate	Esprime il numero di camere cancellate.
SOLO CAMERA	Occupazione Cancellata	Esprime la percentuale di camere cancellate sulle camere disponibili.	RETAIL	Occupazione Cancellata	Esprime la percentuale di camere cancellate sulle camere disponibili.
SOLO CAMERA	Ricavo Complessivo Cancellato	Indica il ricavo cancellato della camera, incluso i pasti, al netto dell'IVA.	RETAIL	Ricavo Complessivo Cancellato	Indica il ricavo cancellato della camera, incluso i pasti, al netto dell'IVA.
COMPOSIZIONE PURA	Camere Cancellate	Esprime il numero di camere cancellate.	GRUPPI BUSINESS	Camere Cancellate	Esprime il numero di camere cancellate.
COMPOSIZIONE PURA	Occupazione Cancellata	Esprime la percentuale di camere cancellate sulle camere disponibili.	GRUPPI BUSINESS	Occupazione Cancellata	Esprime la percentuale di camere cancellate sulle camere disponibili.

COMPOSIZIONE PURA	Ricavo Complessivo Cancellato	Indica il ricavo cancellato della camera, incluso i pasti, al netto dell'IVA.	GRUPPI BUSINESS	Ricavo Complessivo Cancellato	Indica il ricavo cancellato della camera, incluso i pasti, al netto dell'IVA.
COMPOSIZIONE PERCENTUALIZZATA	Camere Cancellate	Esprime il numero di camere cancellate.	NEGOZIATI	Camere Cancellate	Esprime il numero di camere cancellate.
COMPOSIZIONE PERCENTUALIZZATA	Occupazione Cancellata	Esprime la percentuale di camere cancellate sulle camere disponibili.	NEGOZIATI	Occupazione Cancellata	Esprime la percentuale di camere cancellate sulle camere disponibili.
COMPOSIZIONE PERCENTUALIZZATA	Ricavo Complessivo Cancellato	Indica il ricavo cancellato della camera, incluso i pasti, al netto dell'IVA.	NEGOZIATI	Ricavo Complessivo Cancellato	Indica il ricavo cancellato della camera, incluso i pasti, al netto dell'IVA.
DIRETTO	Camere Cancellate	Esprime il numero di camere cancellate.	GRUPPI LEISURE	Camere Cancellate	Esprime il numero di camere cancellate.
DIRETTO	Occupazione Cancellata	Esprime la percentuale di camere cancellate sulle camere disponibili.	GRUPPI LEISURE	Occupazione Cancellata	Esprime la percentuale di camere cancellate sulle camere disponibili.
DIRETTO	Ricavo Complessivo Cancellato	Indica il ricavo cancellato della camera, incluso i pasti, al netto dell'IVA.	GRUPPI LEISURE	Ricavo Complessivo Cancellato	Indica il ricavo cancellato della camera, incluso i pasti, al netto dell'IVA.
SITO WEB	Camere Cancellate	Esprime il numero di camere cancellate.	ALTRI MERCATI	Camere Cancellate	Esprime il numero di camere cancellate.
SITO WEB	Occupazione Cancellata	Esprime la percentuale di camere cancellate sulle camere disponibili.	ALTRI MERCATI	Occupazione Cancellata	Esprime la percentuale di camere cancellate sulle camere disponibili.
SITO WEB	Ricavo Complessivo Cancellato	Indica il ricavo cancellato della camera, incluso i pasti, al netto dell'IVA.	ALTRI MERCATI	Ricavo Complessivo Cancellato	Indica il ricavo cancellato della camera, incluso i pasti, al netto dell'IVA.
GLOBAL DISTRIBUTION SYSTEM	Camere Cancellate	Esprime il numero di camere cancellate.	MIGLIORI 7	Camere Cancellate	Esprime il numero di camere cancellate.
GLOBAL DISTRIBUTION SYSTEM	Occupazione Cancellata	Esprime la percentuale di camere cancellate sulle camere disponibili.	MIGLIORI 7	Occupazione Cancellata	Esprime la percentuale di camere cancellate sulle camere disponibili.
GLOBAL DISTRIBUTION SYSTEM	Ricavo Complessivo Cancellato	Indica il ricavo cancellato della camera, incluso i pasti, al netto dell'IVA.	MIGLIORI 7	Ricavo Complessivo Cancellato	Indica il ricavo cancellato della camera, incluso i pasti, al netto dell'IVA.

PORTALE DESTINAZIONE	Camere Cancellate	Esprime il numero di camere cancellate.	MIGLIORI 7 PERCENTUALIZZATE	Camere Cancellate	Esprime il numero di camere cancellate.
PORTALE DESTINAZIONE	Occupazione Cancellata	Esprime la percentuale di camere cancellate sulle camere disponibili.	MIGLIORI 7 PERCENTUALIZZATE	Occupazione Cancellata	Esprime la percentuale di camere cancellate sulle camere disponibili.
PORTALE DESTINAZIONE	Ricavo Complessivo Cancellato	Indica il ricavo cancellato della camera, incluso i pasti, al netto dell'IVA.	MIGLIORI 7 PERCENTUALIZZATE	Ricavo Complessivo Cancellato	Indica il ricavo cancellato della camera, incluso i pasti, al netto dell'IVA.
TOTALE AGENZIE OTA	Camere Cancellate	Esprime il numero di camere cancellate.	SINGOLA NAZIONALITÀ	Camere Cancellate	Esprime il numero di camere cancellate.
TOTALE AGENZIE OTA	Occupazione Cancellata	Esprime la percentuale di camere cancellate sulle camere disponibili.	SINGOLA NAZIONALITÀ	Occupazione Cancellata	Esprime la percentuale di camere cancellate sulle camere disponibili.
TOTALE AGENZIE OTA	Ricavo Complessivo Cancellato	Indica il ricavo cancellato della camera, incluso i pasti, al netto dell'IVA.	SINGOLA NAZIONALITÀ	Ricavo Complessivo Cancellato	Indica il ricavo cancellato della camera, incluso i pasti, al netto dell'IVA.

5. Durata

Il servizio deve avere durata di 12 mesi.

6. Importo complessivo

Importo massimo complessivo: € 9.000,00 (IVA 22% compresa)