

## **PROGETTO: Versilia: migliorare l'informazione e diversificare l'offerta turistica. Strategie ed azioni**

**AMBITO: Versilia**

### **Descrizione della strategia di progetto**

Il progetto presentato mira ad accrescere l'attrattiva turistica della Versilia nonché migliorare l'organizzazione dei prodotti turistici dell'area coinvolgendo il più possibile i singoli operatori.

Il progetto si basa su obiettivi ben identificati:

la costruzione di prodotti turistici diversificati attraverso l'identificazione di luoghi, punti di interesse, attività ed esperienze, e finalizzata a un maggior coordinamento dell'offerta, per aumentare i flussi turistici nei mesi autunnali e primaverili, e per sviluppare un turismo sostenibile;

il miglioramento della gestione degli strumenti informativi dell'ambito in forte sinergia con gli strumenti regionali per aumentare il livello di conoscenza dei prodotti organizzati e per la capacità di accoglienza dei territori;

l'aumento della conoscenza del mercato turistico dell'ambito per aumentare la consapevolezza della importanza del settore e la cura e cultura dell'ospitalità.

**Costo del progetto: 224.779,00 €**

### **Quadro finanziario**

<b>Nome Iniziativa*</b>	<b>Costo dell'iniziativa</b>	<b>Fonte finanziaria</b>
Attività per il miglioramento della conoscenza del mercato turistico	10.000,00 €	82% - FSC (Fondo Sviluppo Coesione) 18% - Fondi propri dell'Ambito Territoriale
Indagini per il miglioramento dell'attrattiva dell'ambito	46.500,00 €	82% - FSC (Fondo Sviluppo Coesione) 18% - Fondi propri dell'Ambito Territoriale
L'analisi dell'offerta per aree/prodotto: mappatura della filiera	30.779,00 €	82% - FSC (Fondo Sviluppo Coesione) 18% - Fondi propri dell'Ambito Territoriale

Organizzazione e gestione degli strumenti informativi dell'ambito	68.500,00 €	82% - FSC (Fondo Sviluppo Coesione) 18% - Fondi propri dell'Ambito Territoriale
Organizzazione, costruzione e valorizzazione dei prodotti turistici	69.000,00 €	82% - FSC (Fondo Sviluppo Coesione) 18% - Fondi propri dell'Ambito Territoriale

\*Le iniziative contenute in questo progetto sono validate da Toscana Promozione Turistica.

# Descrizione delle iniziative

## Attività per il miglioramento della conoscenza del mercato turistico

### Obiettivi dell'iniziativa

Obiettivi di: Attrattività

Costruire i prodotti turistici dell'ambito

Migliorare la conoscenza del mercato turistico dell'ambito

Come l'iniziativa contribuisce a raggiungere gli obiettivi: Nell'attuale panorama di concorrenza diffusa, il fattore qualità diventa un elemento strategico per attrarre, soddisfare e fidelizzare il visitatore. Qualità nei suoi molteplici aspetti: oggettivi e soggettivi. Sviluppare gli elementi che caratterizzano la qualità è fondamentale: riconoscerli, migliorarli, svilupparli. Conoscere il territorio, per dare risposte alle richieste/esigenze/curiosità dell'ospite, capire il cliente/visitatore, per prevenire, interpretare e rispondere ai bisogni, sviluppare un senso di sicurezza e riconoscimento, per rassicurare il turista. Obiettivo della azione è portare a conoscenza gli "stakeholder" dei fattori anche nuovi che segnalano la qualità (ad esempio la sostenibilità ed il Green Deal Europeo). La misura della predisposizione ai temi della qualità dell'ospitalità sarà data dalla presenza ai momenti d'informazione e di aggiornamento. Il risultato potrà essere misurato attraverso la misura del gradimento degli ospiti e la misura del sentiment sulle piattaforme on line.

### Categoria iniziativa

Affiancamento agli operatori, coaching, sviluppo delle competenze

### Descrizione

Attività di informazione e Aggiornamento (Patentino dell'Ospitalità) per gli operatori e per il sistema di Governance circa i temi dell'ospitalità, sostenibilità e impatto del settore attraverso l'organizzazione di seminari informativi in relazione ai prodotti turistici dell'ambito ed in collaborazione con BTO LAB.

Fasi di lavoro:

1. Ascolto degli operatori per individuazione delle tematiche da affrontare
2. Organizzazione di 5 incontri online/presenza per il periodo primaverile 2023, di 5 incontri nell'autunno 2023
3. Organizzazione di tutta la documentazione da inviare ai partecipanti (relazioni, powerpoint)
4. Verifica del livello di soddisfazione degli operatori partecipanti

L'iniziativa è appositamente strutturata come un progetto di Informazione e Aggiornamento degli operatori dell'Ambito, pubblici e privati, Amministratori, addetti degli IAT e componenti della Governance dell'Ambito. È finalizzata alla condivisione di informazioni e alla conoscenza approfondita dei prodotti turistici del territorio, e si concretizzerà in momenti di aggiornamento e confronto guidati da esperti di tematiche specifiche.

È prevista l'organizzazione di seminari, possibilmente in presenza, sui temi di maggior interesse del sistema turistico locale. A seconda delle tematiche affrontate, alcuni incontri potranno essere organizzati in collaborazione con BTO LAB. Tutto il percorso verrà comunque programmato per approfondire e analizzare i trend turistici attuali, conoscere, valorizzare e promuovere il territorio dell'Ambito e i suoi prodotti, creare e consolidare reti di networking, conoscere le realtà imprenditoriali locali ed extra territoriali, affrontare i temi dell'ospitalità e della sostenibilità.

Il "Patentino dell'ospitalità" non ha un valore esclusivamente formale, ma rappresenta, per chi lo acquisisce, un attestato di attenzione ed interesse verso gli sviluppi del mercato turistico, sempre più articolato e complesso, con il rapido cambiamento degli stili di vita, delle richieste dei clienti, della digitalizzazione, della concorrenza, che deve fare i conti con mercati a volte controllati da pochi "big". Seguire il percorso del "patentino" significa anche interagire con operatori del comparto pubblico e di quello privato, potendo contribuire alla discussione sui temi trasversali che caratterizzano la natura intrinseca del settore turistico, sempre più interconnesso, sovrapposto e caratterizzato dalla richiesta di prodotti legati a motivazioni forti.

## **Soggetto responsabile**

ISTITUTO SPECIALIZZATO

## **Descrizione delle spese previste**

Spesa Corrente

Acquisto Beni e

servizi

## **Livello di progettazione**

Progetto preliminare

## **Annualità previste per l'attuazione**

Anno di

inizio: 2022

Anno di fine:

2023

# **Indagini per il miglioramento dell'attrattività dell'ambito**

## **Obiettivi dell'iniziativa**

Obiettivi di: Attrattività

Costruire i prodotti turistici dell'ambito

Migliorare la conoscenza del mercato turistico dell'ambito

Come l'iniziativa contribuisce a raggiungere gli obiettivi: La scheda di profilazione è lo strumento di sintesi delle informazioni dei target di clientela. Tali dati costituiscono indicazioni utili per la definizione delle future politiche turistiche del territorio oper la futura programmazione dell'offerta delle singole imprese. Tutto il materiale realizzato (profilazione e studio sui media tradizionali e guide turistiche) sarà presentato e distribuito a tutti gli stakeholder, pubblici e privati, in modo da facilitare la riflessione di tutto il sistema sulle caratteristiche del mercato, anche mediante le analisi e gli approfondimenti personali sui segmenti di domanda a seconda dell'età anagrafica, la frequenza d'acquisto, la tipologia di bisogno, le richieste dei servizi, oppure il cluster di appartenenza, ecc.

## **Categoria iniziativa**

Audit della destinazione / indagini, studi e ricerche

## Descrizione

La domanda turistica tende sempre più a scegliere servizi e destinazioni partendo dalle esperienze ed attività che si aspettano di poter vivere durante il soggiorno. Questo significa che ormai siamo passati dal turismo dei luoghi ai turismi delle motivazioni e delle emozioni. Pertanto è cambiato il processo di progettazione dei prodotti turistici, tradizionali o esperienziali, e la segmentazione e la profilazione delle diverse clientele consente di individuare i requisiti per la definizione dei "prodotti". Aumenta la necessità per istituzioni territoriali e imprese di operare in un'ottica di sistema, indispensabile per assicurare la customer experience richiesta dal mercato.

Le diverse fasi dell'attività possono essere così sintetizzate:

1. Analisi desk mediante elaborazione dei dati ufficiali dell'Ambito disaggregati per comune, comparto ricettivo, nazionalità e periodo di svolgimento del soggiorno. Oltre ad individuare il trend del mercato territoriale, rispetto ai risultati consolidati del 2021, l'osservazione consentirebbe di estrapolare alcune importanti informazioni in merito agli orientamenti della domanda nella scelta dei servizi ricettivi, alla durata del soggiorno, alle aree prescelte per il pernottamento. L'attività potrebbe essere inclusa anche un focus particolare sulle prime cinque provenienze regionali della domanda italiana e sulle prime cinque provenienze dai mercati esteri.
2. Realizzazione di una indagine diretta presso la domanda turistica dell'Ambito da realizzare nel corso del 2022, a partire dai mesi primaverili fino al periodo autunnale. La ricerca assumerebbe i requisiti di un'indagine campionaria mediante utilizzo di un questionario autocompilato dai turisti e/o su piattaforma informatica. Per realizzarla è necessaria la collaborazione degli attori locali e i punti di distribuzione che potrebbero essere le strutture ricettive del territorio, i musei o altri siti musealizzati normalmente visitati dai turisti, esercizi della ristorazione, ecc.
3. Analisi dei dati dei turisti che si recano presso gli uffici di informazione turistica riferiti ai servizi maggiormente richiesti rilevati attraverso la piattaforma MAKE IAT predisposta da Fondazione Sistema Toscana in uso da giugno
4. Sentiment Analysis dell'ambito. Anche in questo caso i dati relativi all'ambito per l'anno 2022 saranno estrapolati dall'Osservatorio regionale ed analizzati per conto dell'ambito.

Le principali informazioni da acquisire vanno dalle caratteristiche socio-demografiche del visitatore ai principali attrattori oggetto della visita, dal periodo prescelto per la vacanza all'interesse specifico della visita, dal profilo di spesa alla soddisfazione per i servizi usufruiti.

Inserimento delle informazioni raccolte in un database, elaborazione dei risultati e stesura di un report conclusivo su supporto digitale.

Obiettivo è quello di strutturare un sistema duraturo di "profilazione" della domanda turistica, che sappia individuare i veri drivers di crescita del mercato.

Inoltre sarà organizzato uno studio finalizzato alla ricaduta di immagine derivante dai media tradizionali (cinema e TV) sul territorio della Versilia.

Organizzazione di uno studio sulle principali guide turistiche nazionali ed internazionali per verificare la presenza dei principali prodotti turistici dell'ambito e dei comuni dell'ambito. I criteri di scelta delle Guide da analizzare saranno quelli della rilevanza riconosciuta dal mercato e della frequenza di aggiornamento dei contenuti. Nel corso dell'attività verrà verificata anche la presenza di particolari suggerimenti verso alcune tipologie di prodotti. Le versioni linguistiche da osservare saranno quelle in italiano, tedesco e inglese

## Soggetto responsabile

ISTITUTO DI RICERCA SPECIALIZZATO

## Descrizione delle spese previste

Spesa Corrente

Acquisto Beni e

servizi

## Livello di progettazione

Progetto preliminare

## **Annualità previste per l'attuazione**

Anno di

inizio: 2022

Anno di fine:

2023

## **L'analisi dell'offerta per aree/prodotto: mappatura della filiera**

### **Obiettivi dell'iniziativa**

Obiettivi di: Attrattività

Costruire i prodotti turistici dell'ambito

Migliorare la conoscenza del mercato turistico dell'ambito

Come l'iniziativa contribuisce a raggiungere gli obiettivi: I diversi attori delle filiere di prodotto individuate saranno coinvolti direttamente nella costruzione di nuove proposte turistiche, nella rigenerazione, rilancio o innovazione dei prodotti di Ambito, sia mediante forme di produzione autonoma sia in forma associata. L'obiettivo è di intercettare una quota importante di stakeholders della filiera, in modo da poter accrescere una visione unitaria della destinazione, sviluppando al tempo stesso azioni di marketing per collegare organicamente la destinazione al mercato

### **Categoria iniziativa**

Azioni di sistema / Coordinamento e organizzazione

## **Descrizione**

Aree Prodotto dell'ambito Versilia: (ACTIVE TOURISM - OUTDOOR, EVENTI SPORTIVI, SLOW TOURISM - ENOGASTRONOMIA, BORGHI e SMART WORKING, CAMMINI e PERCORSI, BALNEARE, ARTE, CULTURA E TRADIZIONI).

Obiettivo dell'attività è di individuare e archiviare tutti i soggetti attivi nei diversi segmenti dell'offerta turistica dell'Ambito, che non essendo ancora perfettamente collegati in "Rete" e integrati nei sistemi di offerta territoriale, necessitano di essere accompagnati nello sviluppo di azioni sinergiche con gli altri attori locali.

Ciò che è importante acquisire sono tutte quelle informazioni che consentono di ricostruire le diverse tipologie di imprese aderenti alla filiera di "prodotto", le loro caratteristiche e i servizi di cui necessitano le stesse imprese della filiera.

Le diverse fasi dell'attività possono essere così sintetizzate:

1. Definizione dei campi informativi indispensabili alla raccolta dati delle diverse tipologie di servizi, attività e imprese della filiera di ogni area prodotto. Si dovranno pertanto predisporre schede da utilizzare per la raccolta dati. Ove possibile, ogni "scheda operatore" dovrà prevedere le informazioni anagrafiche dei servizi, attività e imprese, le caratteristiche strutturali edei servizi, gli standard qualitativi e le indicazioni sui servizi aggiuntivi che caratterizzano la singola offerta.
2. Avvio della fase di ricerca desk delle rispettive filiere delle aree prodotto mediante consultazione di pagine web, social e/o contatti diretti. L'attività consiste in una ricostruzione delle aree ove è presente un'offerta. Successivamente si passerà ad individuare e catalogare i servizi, le attività e le aziende delle rispettive filiere, eventuali elementi strutturali, le figure professionali direttamente impegnate, il mondo dell'associazionismo e tutte gli altri attori che in forma diretta o indiretta partecipano al sistema di offerta. Ove possibile, saranno avviati contatti diretti per raccogliere informazioni capillari sui singoli territori
3. Inserimento delle informazioni raccolte mediante ricerca web, social o direttamente dagli operatori. Al termine delle fasi precedenti dovrà essere implementato un data base secondo le impostazioni contenute nelle schede informative definite con la Committenza. Verranno creati tanti DB per quante sono le aree prodotto
4. La consegna del supporto informatico con la banca dati verrà stabilito dal committente, unitamente ad una relazione difine attività.

Un'attività parallela è prevista per la mappatura dell'offerta informativa dei singoli comuni aderenti all'ambito (itinerari, servizi, attività e iniziative di ogni singolo comune), mentre si prenderà in considerazione anche l'offerta della sentieristica e delle strutture dedicate all'attività outdoor dell'Ambito. Ultima iniziativa è rivolta all'individuazione dei principali attrattori culturali e artistici collegati alle tradizioni locali e degli eventi collegati al prodotto Arte e cultura, così come l'identificazione dei prodotti tipici e tradizionali del territori già presenti negli archivi regionali e gli eventi collegati all'enogastronomia.

Il risultato finale dell'iniziativa sarà la disponibilità di un data base con un quadro effettivo dei soggetti e degli attrattori che contribuiscono alla produzione dei servizi turistici, oltre che alla commercializzazione dei diversi prodotti dell'Ambito. Al tempo stesso la "Rete" di operatori potrà rappresentare lo strumento per sviluppare la capacità innovativa e la competitività sul mercato delle imprese, rendendole partecipi di un progetto comune e spingendole alla programmazione di azioni sinergiche.

L'attività prevede anche l'organizzazione di un sistema di redazione (Back Office- Redazione diffusa) per gli uffici informazione dell'ambito turistico alla luce anche della partenza della piattaforma MAKE IAT.

## **Soggetto responsabile**

SEGRETERIA TECNICA DELL'AMBITO - PERSONALE DELL'AMBITO

## **Descrizione delle spese previste**

SPESA CORRENTE - ACQUISTO DI BENI E SERVIZI E COSTO DEL PERSONALE

## **Descrizione delle fonti finanziarie previste**

Certe attività prevedono l'utilizzo del personale del comune capofila dell'ambito

## **Livello di progettazione**

Progetto preliminare

## **Annualità previste per l'attuazione**

Anno di

inizio: 2022

Anno di fine:

2023

## **Organizzazione e gestione degli strumenti informativi dell'ambito**

### **Obiettivi dell'iniziativa**

Obiettivi di: Accoglienza

MIGLIORAMENTO DELLA CULTURA DELL'OSPITALITA' NELLA VERSILIA

Come l'iniziativa contribuisce a raggiungere gli obiettivi: L'informazione turistica è un elemento fondamentale del marketing; l'informazione non può essere unica, ma deve essere articolata per target e canali in relazione al prodotto, al messaggio, al momento in cui è necessario parlare con il potenziale cliente. Per fare ciò è necessario realizzare una opportuna pianificazione ed accompagnare la comunicazione con messaggi e supporti diversi. Questa azione intende realizzare un piano di informazione complesso, organizzato, integrato per portare a conoscenza del destinatario le opportunità del territorio. La presenza di un piano organico, la realizzazione e la diffusione del materiale sono elementi di valutazione della validità dell'iniziativa.

### **Categoria iniziativa**

Servizi per i turisti



## Descrizione

L'informazione, specialmente in ambito turistico, richiede una ampia diversificazione di strumenti e di messaggi. Occorre infatti informare in fase di scelta di un prodotto / destinazione, in fase di acquisto dei servizi base (soggiorno, ristorazione ecc...), in fase di presenza sul territorio. Deve essere anche una informazione articolata, che lega territorio, imprese, visitatori potenziali e visitatori acquisiti. Deve avere tempistiche diverse, ma raggiungere anche una capacità di interazione rapida, mettendo a disposizione delle imprese canali per raggiungere velocemente il target. Per finire, per essere efficace, deve mettere insieme la capacità dei soggetti pubblici, che, aggregando le offerte, possono realizzare azioni a livello di mercati ampi, in concorrenza con i competitor globali, e i singoli operatori del territorio, interessati a "parlare" direttamente con gli ospiti, offrendo molte e varie esperienze. Per ultimo, l'informazione ha valore nella costruzione di attività congiunte sul territorio, sviluppando e facilitando i rapporti tra gli operatori. Questa azione prevede l'organizzazione e la realizzazione di strumenti informativi, sia su supporti informatici che su supporti cartacei, in una griglia complessa di offerta e domanda.

Sono questi gli obiettivi strategici dell'iniziativa rivolta all'organizzazione e gestione di tutti gli strumenti informativi disponibili nelle diverse località dell'Ambito.

Dopo una prima fase programmatica, propedeutica alla condivisione dei processi operativi e delle singole azioni da realizzare, l'iniziativa prevede l'avvio di un processo di raccolta e analisi del materiale informativo realizzato dai singoli Comuni e dall'Ambito. A seguito dell'analisi dei contenuti verrà strutturato un piano editoriale e successivamente si valuterà l'inserimento dei materiali raccolti sulle piattaforme regionali (Visit Tuscany, Toscana Ovunque Bella....)

La fase successiva prevede l'organizzazione di contenuti relativi agli attrattori dell'Ambito per inserirli su piattaforme online quali Wikipedia, Google, Tripadvisor, ecc.

Sempre nell'ambito dell'iniziativa è prevista una ulteriore attività di organizzazione e gestione di strumenti online (strumenti social) finalizzata al miglioramento dell'informazione e accoglienza turistica

Nel quadro complessivo del progetto è previsto, inoltre, l'aggiornamento e l'ampliamento dei contenuti del portale di Ambito, incluso lo sviluppo grafico, multimediali e il collegamento al portale regionale tramite il sistema di API e Widget

Infine, l'iniziativa prevede la progettazione e realizzazione di materiale informativo cartaceo (mappe, guide territoriali ecc.) e materiale informativo a supporto dei prodotti turistici individuati (da definire in stretta collaborazione con la DMC di ambito) da rendere disponibile presso gli IAT dell'ambito, incluso lo sviluppo di contenuti editoriali sulla base delle linee guida di Tuscany Together.

Alla luce del lavoro svolto dall'ambito nell'analisi dei principali attrattori dell'ambito, si propone l'organizzazione di un progetto finalizzato alla diffusione di informazioni attraverso l'utilizzo di QR CODE collegato al portale regionale Visit Tuscany, di Ambito e delle singole amministrazioni comunali

## Soggetto responsabile

AGENZIA DI COMUNICAZIONE DELL'AMBITO - PERSONALE DELL'AMBITO

## Descrizione delle spese previste

Spesa Corrente

Acquisto Beni e servizi - Costo del personale

## Descrizione delle fonti finanziarie previste

Certe attività prevedono l'utilizzo del personale del comune capofila dell'ambito

## Livello di progettazione

Progetto preliminare

## Annualità previste per l'attuazione

Anno di

inizio: 2022

Anno di fine:

2023



---

# Organizzazione, costruzione e valorizzazione dei prodotti turistici

## Obiettivi dell'iniziativa

Obiettivi di: Attrattività

Costruire i prodotti turistici dell'ambito

Migliorare la conoscenza del mercato turistico dell'ambito

Come l'iniziativa contribuisce a raggiungere gli obiettivi: Il territorio dell'ambito mette a disposizione del mercato turistico una serie di prodotti da considerare sia in forma individuale, per attirare visitatori rispetto ai singoli interessi, sia in forma integrata, per dare opportunità di vivere esperienze a chi è già sul territorio. L'iniziativa è destinata a fare crescere sempre più la consapevolezza di un lavoro realizzato "per prodotti", la natura e l'essenza di ogni prodotto, le opportunità di promozione attraverso i canali istituzionali, la possibilità di creare connessioni tra gli operatori. La crescita delle offerte sulle piattaforme, la partecipazione agli eventi organizzati, la crescita della integrazione tra operatori, sono i termini di misurabilità della azione.

## Categoria iniziativa

Azioni di sistema / Coordinamento e organizzazione

## Descrizione

La domanda turistica si muove sempre più con riferimento ai "prodotti", ossia motivata dallo svolgere attività, assumendo il contesto come valore aggiunto. Questa tendenza, in una realtà come quella della Toscana, ha una valenza molto alta, considerato il valore delle risorse naturali, culturali e immateriali che caratterizzano la regione. È importante quindi sviluppare la capacità di articolare una proposta basata su prodotti / motivazioni, organizzare un catalogo ed una gamma di offerta, facilitare il confronto e la collaborazione tra gli operatori, legare il catalogo con le analisi, gli studi e le indicazioni provenienti da TPT, come soggetto in grado di fornire indicazioni e conoscenza del mercato.

L'iniziativa si svilupperà mediante il coordinamento di tutti i progetti collegati ai prodotti di interesse: (ACTIVE TOURISM - OUTDOOR, EVENTI SPORTIVI, SLOW TOURISM - ENOGASTRONOMIA, BORGHI e SMART WORKING, CAMMINI e PERCORSI, BALNEARE, ARTE, CULTURA E TRADIZIONI).

Il ruolo della DMC di Ambito è proprio quello quindi, di valorizzare il territorio con la costruzione dei prodotti principali verso i mercati nazionali e internazionali ritenuti principali per la destinazione.

Per l'organizzazione e la costruzione dei prodotti turistici, suddivisi per periodi stagionali, sarà determinante il confronto tra i diversi soggetti che saranno coinvolti negli incontri programmati con specifici tavoli di lavoro.

Quindi, in una prima fase verranno raccolte le informazioni di mercato, individuando il profilo del turista a cui è destinata la proposta. La stesura di un programma di massima consentirà di individuare le "emozioni" e le "esperienze" che incroceranno le aspettative della domanda.

Il coordinamento dei vari progetti collegati ai prodotti elencati è il compito principale della DMC di Ambito e dei coordinatori individuati e pertanto sono previste delle attività specifiche.

- A seguito della specifica mappatura degli operatori turistici, si prevede pertanto il coinvolgimento degli operatori in incontri/tavoli di lavoro concreti con l'obiettivo di organizzare e costruire i vari prodotti turistici suddividendoli per periodi stagionali.

- Allo stesso modo sono previsti degli Open Day per le amministrazioni, personale IAT/Proloco e a tutte le imprese volti alla conoscenza e messa in pratica degli effettivi prodotti e servizi che gli operatori turistici realizzano, in modo tale da poter organizzare a 360° tutti le offerte turistiche del territorio.

- A seguito della costruzione dei prodotti e coinvolgimento attivo degli operatori turistici del territorio, la DMC dell'ambito prevede delle azioni di supporto alle iniziative di Toscana Promozione Turistica, rivolte al rafforzamento dell'immagine del territorio, valorizzando i prodotti turistici individuati, caratterizzati sia dagli elementi materiali sia immateriali con forti specificità locali.

- È prevista l'organizzazione del materiale informativo a supporto dei prodotti individuati (Guide, Brochure, pagine web sul portale di ambito, ecc...) dovrà essere finalizzata alla valorizzazione delle proposte, ad aumentare la percezione della destinazione come meta con un'offerta articolata nei diversi periodi dell'anno, a pubblicizzare gli eventi territoriali e le iniziative strettamente collegate ai prodotti turistici individuati, ad aumentare la quantità e qualità dei contatti sul web, a rafforzare il posizionamento dell'Ambito sui mercati turistici nazionali e internazionali

Sono previste anche delle attività specifiche di informazione e sensibilizzazione nei confronti degli operatori turistici privati e amministrazioni comunali all'utilizzo della piattaforma regionale MAKE. Sono previsti infatti degli incontri sul territorio/webinar online dedicati allo specifico argomento.

Pertanto, tutte le attività saranno coordinate dalla DMC di Ambito che cercherà di rendere sempre più attiva ed efficace la collaborazione tra la filiera degli operatori turistici privati e le amministrazioni comunali.

## Soggetto responsabile

PRODUCT MANAGER e DMC DI AMBITO

## Descrizione delle spese previste

Spesa corrente

Acquisto beni e servizi e consulenza

## Livello di progettazione

Progetto preliminare

- 
- 

## **Annualità previste per l'attuazione**

Anno di

inizio: 2022

Anno di fine:

2023