



Per le vie del borgo...

Percorso di supporto e accompagnamento sul Bando MIC Attrattività Borghi - Linea B

STRUMENTI E RISORSE IN CAMPO DI ACCOGLIENZA
E VALORIZZAZIONE TURISTICA DEI TERRITORI

 giovedì 3 febbraio | 14³⁰ - 15³⁰

Strumenti e risorse in campo di accoglienza e valorizzazione turistica dei territori

Sonia Pallai

Responsabile Turismo Anci Toscana

La **governance turistica** della Toscana prevede l'interazione tra diversi soggetti, inclusa la **collaborazione tra pubblico e privato**.

I **Comuni**, attraverso gli **Ambiti Turistici**, hanno un **ruolo strategico**.
Quali sono gli enti, i ruoli e le competenze nel sistema turistico della Toscana?

Parlando di narrazione dei luoghi, identità, itinerari per la valorizzazione dei territori, **quali sono gli strumenti da conoscere per ispirarsi alla scrittura dei progetti** sul bando MIC attrattività dei borghi? E se parliamo di **accoglienza**, cosa ci viene in mente? Spunti e riflessioni per conoscere, o guardare con occhi nuovi, parte di ciò che abbiamo per progettare e creare valore per ciò che potremmo avere.

QUALI SONO GLI ENTI, I RUOLI E LE COMPETENZE NEL SISTEMA TURISTICO DELLA TOSCANA?





L'organizzazione turistica regionale

- Enti
- Ruoli
- Competenze
- I principali strumenti e le politiche turistiche di destinazione



II TESTO UNICO **DEL SISTEMA TURISTICO REGIONALE L.R. n. 86 del 20** **dicembre 2016**

disciplina il sistema organizzativo del turismo della Regione Toscana, le strutture turistico ricettive, le imprese e le professioni del turismo.

**Con il Testo Unico (T.U.)
si mette al centro di una rinnovata strategia
il ruolo dei Comuni.**

(Con il Regolamento di Attuazione del T.U., entrato in vigore l'11 agosto 2018, si è completato il quadro normativo concernente la materia del turismo).



L.R. n. 86 del 20 dicembre 2016

Nuove regole per nuove strategie

OBIETTIVI

- **Contribuire** a mantenere la destinazione Toscana in cima alle mete più desiderate al mondo
- **Trasformare** il potenziale di tutta la regione in una crescita turistica importante
- **Redistribuire** i flussi sul territorio regionale
- **Aumentare** l'apporto economico del turismo

STRUMENTI

- Quadro normativo di riferimento
- Un nuovo sistema organizzativo turistico regionale
- Facilitare rapporto tra operatori turistici (pubblici e privati)



La nuova governance turistica regionale

- **Regione Toscana**, il ruolo del legislatore, il governo delle complessive politiche di sviluppo turistico, la definizione degli indirizzi strategici, la rappresentazione gli interessi collettivi dell'intero sistema degli attori del pubblico e del privato presso i tavoli di concertazione governativi nazionali.
- **Toscana Promozione Turistica (TPT)**, Agenzia regionale, il compito di coordinare il lavoro di costruzione e promozione delle destinazioni e dei prodotti turistici territoriali che compongono l'offerta regionale.
- **Fondazione Sistema Toscana (FST)**, il compito di supportare le azioni di sviluppo turistico in ambito digitale (Promozione attraverso le nuove forme di comunicazione: VisitTuscany, Toscana Ovunque Bella, ..

Ambiti Territoriali (e PTO) -> Una delle principali innovazioni del T.U



La nuova governance turistica regionale

Sistema regionale della Promozione Turistica

GIUNTA REGIONALE

APPROVA annualmente il Piano delle attività di promozione

INDIVIDUA:

- Le attività attribuite a TPT e a FST
- Le iniziative proposte da soggetti terzi
- Sostegno alle attività di internazionalizzazione

TOSCANA PROMOZIONE TURISTICA

PROMUOVE l'offerta turistica territoriale, i percorsi, i prodotti turistici territoriali, le destinazioni e i sistemi di accoglienza locale.

PARTECIPA a progetti di promozione di altri soggetti pubblici operanti a livello locale, nazionale e internazionale.

FONDAZIONE SISTEMA TOSCANA

PROMUOVE l'immagine complessiva della Toscana in armonia con il piano annuale della Giunta Regionale.



2. I soggetti della collaborazione

Il sistema turistico toscano ridisegnato dalla nuova normativa regionale prevede, come accade in ogni sistema turistico, l'interazione di soggetti diversi.



La nuova "geografia turistica" della Toscana

Una delle principali innovazioni del T.U. è la divisione del territorio in **AMBITI TURISTICI**.

I nuovi attori protagonisti dello sviluppo della Destinazione Toscana: i Comuni, in forma aggregata

L'ecosistema di governo della Destinazione Toscana viene dunque ridisegnato dal nuovo assetto normativo secondo uno schema dove ognuno dei soggetti ha un preciso ruolo. Le linee guida contenute in questa documentazione ne vogliono definire nel dettaglio *le relazioni, le leve e gli strumenti* a cui fare riferimento per partecipare ad un processo collaborativo.

- | | |
|---|--|
| 1 Amiata | 15 Mugello |
| 2 Area Pratese | 16 Piana di Lucca |
| 3 Arezzo | 17 Pistoia e Montagna Pistoiese |
| 4 Casentino | 18 Riviera Apuana |
| 5 Chianti | 19 Terre di Pisa |
| 6 Costa degli Etruschi | 20 Terre di Siena |
| 7 Isola d'Elba | 21 Terre di Valdelsa e dell'Etruria Volterrana |
| 8 Empolese Val d'Elsa e Montalbano | 22 Val d'Orcia |
| 9 Firenze e Area Fiorentina | 23 Val di Chiana Aretina |
| 10 Garfagnana e Media Valle del Serchio | 24 Val di Chiana Senese |
| 11 Livorno | 25 Valdarno Aretino |
| 12 Lunigiana | 26 Valdinievole |
| 13 Maremma Toscana Area Sud | 27 Val Tiberina |
| 14 Maremma Toscana Area Nord | 28 Versilia |



Gli Ambiti e i loro Comuni

È l'organizzazione turistica del territorio ed è il risultato di 3 componenti:

1. Un **programma di sviluppo** con i relativi progetti attuativi
2. Un'**intesa** tra soggetti pubblici e tra pubblico e privato
3. Un **territorio** di riferimento



Le funzioni dell'Ambito Turistico

INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA (come strumento di Marketing territoriale)

ORGANIZZAZIONE, COORDINAMENTO E VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO

CONOSCENZA E PROGRAMMAZIONE

RACCORDO TERRITORIALE DELL'OFFERTA e di un suo sempre più stretto ORIENTAMENTO AL MERCATO

Attraverso l'accordo tra Comuni, e in collaborazione con Toscana Promozione Turistica, può:

Animare turisticamente l'area, organizzare l'**Informazione e Accoglienza turistica** a carattere sovra-comunale, **Organizzare prodotti turistici** di Ambito, Valorizzare il **territorio e le sue imprese** in modo integrato e unitario, **Monitorare** le attività svolte e i flussi turistici connessi...



L'Ambito ha la responsabilità di **coinvolgere gli attori del privato**, i portatori d'interessi collettivi, gli operatori del non profit con l'obiettivo di definire progetti a sostegno dello sviluppo turistico.

La collaborazione tra pubblico e privato non solo è inserita all'interno della legge, ma è strategica e alla base delle politiche di Ambito e della destinazione Toscana.

Ma soprattutto, **ce la chiede il mercato.**

I cambiamenti del mercato turistico impongono di lavorare in modo diverso rispetto al passato.

Destinazione > **Prodotti | Esperienze | Attività**



QUALI SONO GLI STRUMENTI DA CONOSCERE PER ISPIRARSI ALLA SCRITTURA DEI PROGETTI?

→ NEXT

SPUNTI E IDEE



300 slides di approfondimenti a disposizione di tutti

#TuscanyTogether



**ANALISI DI PORTAFOGLIO
I PRODOTTI TURISTICI DELLA TOSCANA SECONDO
L'ESPERIENZA DI VACANZA VISSUTA DAL TURISTA**

Report

A cura di Ciset

31/10/2020

https://team.toscanapromozione.it/wp-content/uploads/2021/01/TPT_Portafoglio_report_completo.pdf



Per le vie del borgo...

SOMMARIO (I)



1. Obiettivi del lavoro e metodologia	3
2. Peso e andamento dei prodotti	10
3. La distribuzione per tipologia ricettiva	13
4. I prodotti per ambito	15
5. I profili dei principali segmenti/prodotti	35
5.1. I turisti balneari: quadro generale e comportamento a destinazione	36
5.2. I turisti culturali: quadro generale e comportamento a destinazione	50
5.3. I turisti amanti del relax in campagna: quadro generale e comportamento a destinazione	51
5.4. I turisti alla scoperta del territorio: quadro generale e comportamento a destinazione	78
5.5. I turisti enogastronomici: quadro generale e comportamento a destinazione	92
5.6. I turisti per lavoro: quadro generale e comportamento a destinazione	107
5.7. I turisti natura: quadro generale e comportamento a destinazione	119
5.8. I partecipanti a eventi business: quadro generale e comportamento a destinazione	132
5.9. I turisti religiosi: quadro generale e comportamento a destinazione	141
5.10. I turisti della montagna: quadro generale e comportamento a destinazione	150
5.11. I partecipanti a matrimoni e altre celebrazioni	159
PARTE II (VEDI SOMMARIO PARTE II)	Altr

docur
nto



Università
Ca' Foscari
Venezia

CISET

SOMMARIO PARTE II



5.12. I turisti sportivi: quadro generale e comportamento a destinazione	2	6.4. Il turismo enogastronomico	80
5.13. I turisti dello shopping: quadro generale e comportamento a destinazione	12	6.5. Il relax in campagna	86
5.14. I partecipanti ad eventi culturali e sportivi: quadro generale e comportamento a destinazione	24	6.6. Il turismo termale e tenesse	93
5.15. I turisti benessere: quadro generale e comportamento a destinazione	35	6.7. Il turismo natura	99
5.16. I turisti delle cure termali: quadro generale e comportamento a destinazione	46	6.8. Il turismo business	104
6. La situazione competitiva	57	6.9. MICE	109
6.1. Il turismo balneare	59	6.10. Il turismo sportivo	114
6.2. Il turismo culturale tradizionale: sightseeing e città d'arte	65	7. Considerazioni finali: portafoglio e articolazione dei prodotti	121
6.3. Il turismo del paesaggio culturale	70	8. L'indagine	129



Per le vie del borgo...

Linee Guida per la Governance Turistica

Il documento che traduce in metodi e strumenti operativi la governance disegnata dalla Legge, approfondendo le relazioni, le leve e gli strumenti a cui fare riferimento per collaborare.



#TuscanyTogether: un metodo avviato da Toscana Promozione Turistica che ha attivato una collaborazione virtuosa verso il basso (nella costruzione e gestione della offerta territoriale) e verso l'alto (nell'ingaggio della domanda più conveniente per il modello di sviluppo della Toscana).

Home

Linee guida

News

Digital Labs

Contatti

Home

#TUSCANYTOGETHER

Le aree prodotte dell'offerta turistica regionale

Arte e cultura			Active		
Short Break	Viaggi d'arte	Eventi	Montagna Inverno	Natura	Sport
Slow			Balneare		
Scoperta Territorio	Relax, Benessere e Termale	Passione Enogastronomica	Famiglie	Nautica	Divertimenti
Luxury		Business			
Scoperta Territorio	Relax e Benessere	Scoperta Territorio	Relax e Benessere	Passione Enogastronomica	
Religioso		Medicale e Termale			

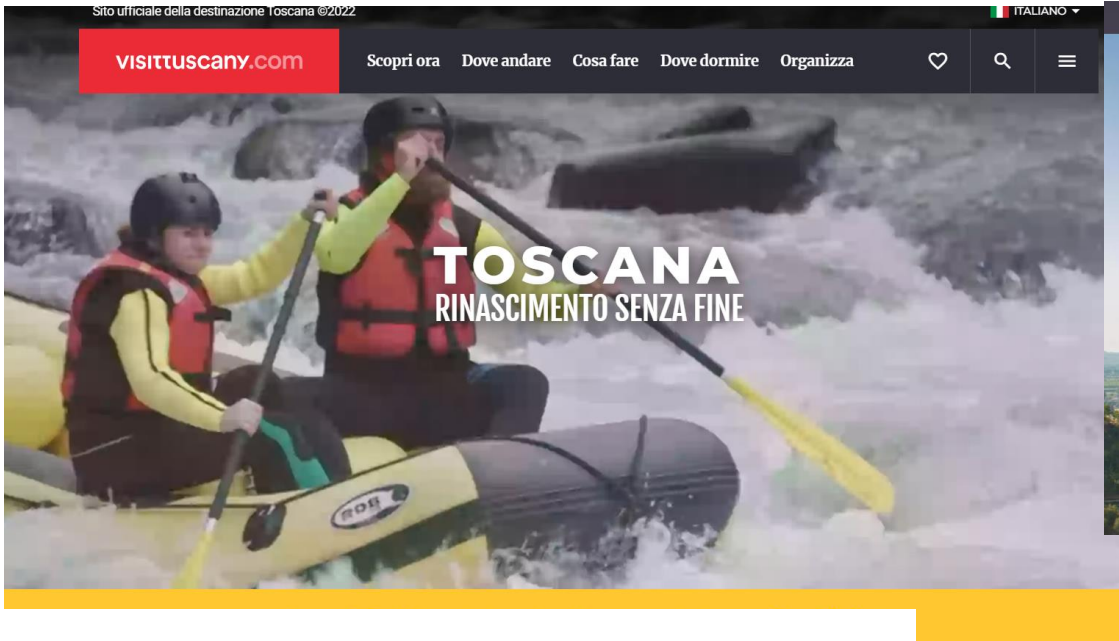
**PIATTAFORMA DI PROGRAMMAZIONE
DEGLI AMBITI TURISTICI**
Ultime news
Economia circolare: Enel X e Morellino di Scansano insieme per uno sviluppo sostenibile

 Roma, Scansano (GR) 31 marzo 2021 - Una decisa accelerazione lungo la strada che porta alla sostenibilità, all'interno di uno dei territori del vino tra i più sensibili nel Paese... [Leggi tutto >](#)
Toscana, al via la call per gli operatori turistici

PIATTAFORMA DI PROGRAMMAZIONE - L'evoluzione delle Linee Guida per gli Ambiti Turistici: la piattaforma digitale di **CO-PROGRAMMAZIONE** con cui gli oltre 240 Comuni raggruppati nei 28 Ambiti, con la Regione Toscana e le sue Agenzie (TPT e FST) hanno collaborato per definire la strategia regionale. Un metodo di programmazione attraverso cui gli Ambiti hanno tirato fuori i «prodotti» e TPT costruito le aree prodotte dell'offerta turistica regionale e il **Piano di promozione 2021** (un metodo di lavoro che rappresenta una novità assoluta).

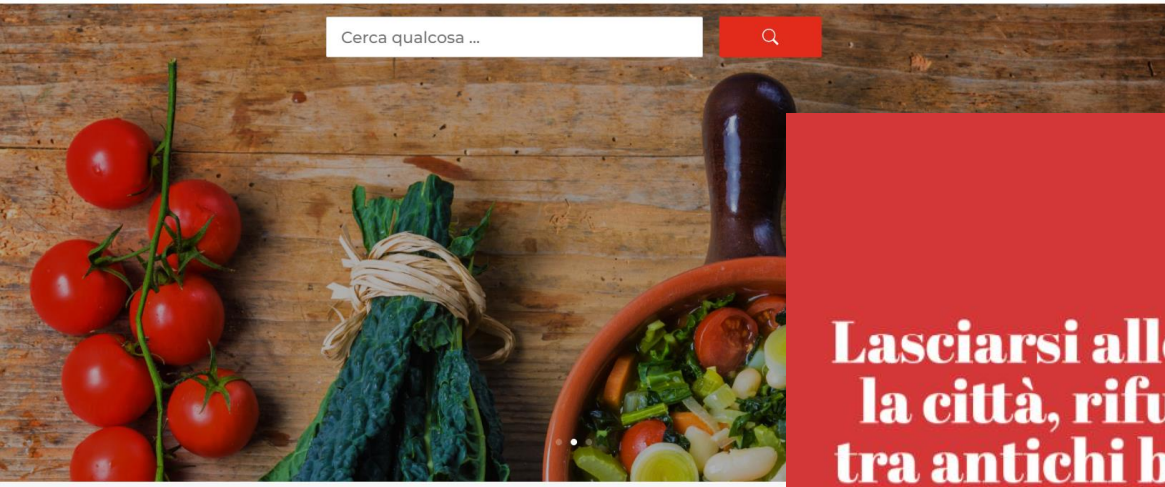
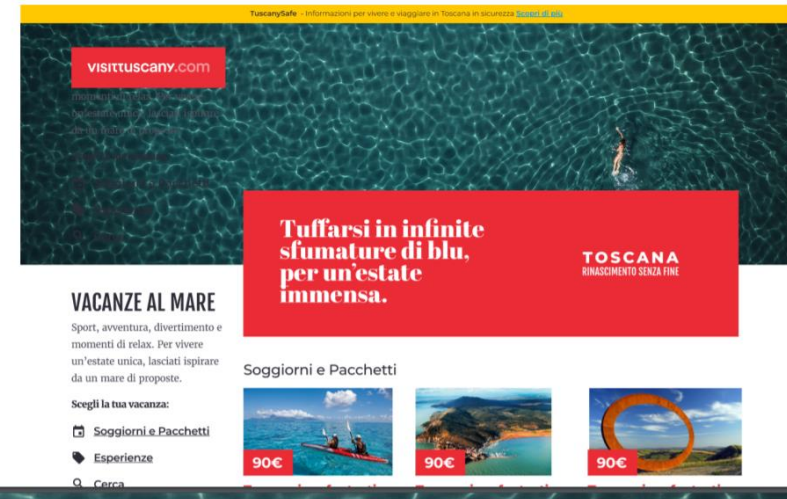
Alla pagina <http://team.toscanapromozione.it/> sono disponibili le Linee Guida per la Governance, il Piano Promozionale, l'archivio dei Digital Labs (hanno l'obiettivo di valorizzazione delle competenze e comprensione del mercato in evoluzione e tante altre informazioni utili per gli operatori del turismo, del sistema pubblico e privato).

STRUMENTI



IL PROGETTO MENU

LE LANDING PAGE DELLA CAMPAGNA



**Lasciarsi alle spalle
la città, rifugiarsi
tra antichi borghi e
sapori senza tempo.**

Organizza la tua vacanza, scegli tra mille esperienze su visittuscany.com



ACCOGLIENZA



Cultura dell'accoglienza

In che modo gli operatori turistici (pubblici e privati) e i residenti si relazionano con i turisti? Sono attenti ai loro bisogni? Sono aperti e pronti ad aiutarli? Ogni soggetto presente in un territorio contribuisce a rendere quel territorio più o meno accogliente. Questo richiede progetti condivisi, formazione, e campagne di sensibilizzazione. Ma anche un complesso di servizi pubblici per la informazione e l'accoglienza dei turisti sui territori, gestiti in rete in modo da garantire una efficace assistenza ai turisti durante l'intera fase di visita.

(linee guida)

L'orientamento

La Toscana si caratterizza per la presenza di un turismo multi-destinazione. Allo stesso tempo, la visita di piccoli centri e città rappresenta una delle attività più praticate. È, quindi, importante che l'arrivo nei piccoli centri e nelle città, così come la stessa visita sia facile e piacevole per i visitatori che, nella maggior parte dei casi, non hanno familiarità con i luoghi che visitano. L'orientamento è l'insieme di strumenti (dall'informazione alla segnaletica) che ha come prima missione facilitare l'arrivo e la visita a destinazione. Inoltre, l'orientamento è diventato una delle più importanti strategie di destinazione. Le tecniche sofisticate di orientamento aiutano a migliorare i livelli di soddisfazione dei visitatori, a distribuire i flussi da luoghi affollati a luoghi meno noti, ad aumentare il tempo di permanenza e quindi incrementare la spesa dei visitatori.

L'orientamento non riguarda solo quindi l'informazione e la segnaletica. È un approccio integrato per rendere accessibili città e destinazioni attraverso una varietà di metodi che includono segnaletica, arredo urbano, storytelling, uso di edifici importanti, tecnologia, illuminazione, uffici informazione, mappe, sito di destinazione e altri meccanismi che possono influenzare i flussi di visitatori in particolari direzioni.

Cultura dell'accoglienza

In che modo gli operatori turistici (pubblici e privati) e i residenti si relazionano con i turisti? Sono attenti ai loro bisogni? Sono aperti e pronti ad aiutarli? Ogni soggetto presente in un territorio contribuisce a rendere quel territorio più o meno accogliente. Questo richiede progetti condivisi, formazione, e campagne di sensibilizzazione. Ma anche un complesso di servizi pubblici per la informazione e l'accoglienza dei turisti sui territori, gestiti in rete in modo da garantire una efficace assistenza ai turisti durante l'intera fase di visita.



Il valore aggiunto (della destinazione) è fornito dall'Accoglienza, cioè il Setting (servicescape, lo scenario, l'estetica, la cura della sfera pubblica) e l'Orientamento (informazioni, segnaletica), dalle Attività per la fruizione delle attrazioni (servizi, strutture e attrezzature), dai Servizi di supporto (sicurezza, salute, ecc.)

(Linee Guida)



Accoglienza e promozione

- Due ruoli diversi, ma funzionali l'uno all'altro.
- L'accoglienza nella destinazione rimane uno dei migliori strumenti di promozione del territorio.

Centralità dell'utente (come principio cardine dell'accoglienza)



L'informazione e l'accoglienza dovrebbe
essere **ACCESSIBILE** a tutti



La legge non definisce «cosa si intende per accoglienza turistica»

In effetti non è facile definirlo **cosa si intende**.

EPPURE TUTTI NOI ABBIAMO UN'IDEA DI COSA SIGNIFICA «ACCOGLIENZA»

Intanto primo spunto di riflessione – DI QUALE MOMENTO PARLIAMO?

Accoglienza e informazione... Quando.

Non dimentichiamo i «3 momenti», le tre fasi:

- prima > il sogno, desiderio
- durante > soddisfare e superare le aspettative
- dopo > stimolare il ricordo



Accoglienza è...le risposte dei partecipanti

Marco: Familiarità, condivisione...

Azzurra: Solarità e competenza

Irene: Comunità locale, rete territoriale, arti e mestieri locali...
CONDIVISIONE

Stefania: dare il benvenuto e dire "noi ci siamo, siamo qui, per farvi stare bene qui da noi e insieme a noi"

Roberto: Ascoltare, condividere, suggerire, interagire e mettere gli altri a proprio agio

Carmela: prendere per mano il turista/ospite e accompagnarlo nella visita del nostro territorio, della nostra casa...

Paola: Lasciare la voglia di tornare

Elena: Essere pronti a regalare sempre emozioni

Samantha: gentilezza, sorriso, competenza e disponibilità. Saper rendere il turista "speciale", lasciargli un ottimo ricordo della vacanza trascorsa

Ivana: mettere a proprio agio i turisti

Paola: Un bel sorriso, mascherina permettendo, è il primo biglietto da visita

Milena: Essere empatici

Lara: Dopo il sorriso, la fiducia nella qualità delle informazioni.

Enrica: Trasmettere al turista il nostro amore per la nostra terra

Loriana: farli sentire a casa e trasferire il nostro entusiasmo per il territorio e proporci come punto di riferimento (come avere un conoscente in un luogo lontano da casa)

Maria Luisa: aiutare il turista o l'utente nella risoluzione delle problematiche e trovare delle alternative con gentilezza, pazienza empatia professionalità e disponibilità

Antonella: Far si che la loro vacanza sia unica

Patrizia: essere il primo ambasciatore del proprio territorio

Antonella: passione (nel proprio lavoro), ascolto e condivisione

Milena: "tutti noi siamo tutti ufficio turistico"

Irene: Comunità locale, rete territoriale, arti e mestieri locali...
CONDIVISIONE

STEFANIA: dare il benvenuto e dire "noi ci siamo, siamo qui, per farvi stare bene qui da noi e insieme a noi"

Roberto: Ascoltare, condividere, suggerire, interagire e mettere gli altri a proprio agio

Carmela: prendere per mano il turista/ospite e accompagnarlo nella visita del nostro territorio, della nostra casa...

Paola: Lasciare la voglia di tornare

Elena: Essere pronti a regalare sempre emozioni

Samantha: gentilezza, sorriso, competenza e disponibilità. Saper rendere il turista "speciale", lasciargli un ottimo ricordo della vacanza trascorsa

Paola: Trasferire l'emozione e trasmettere il messaggio che siamo noi i primi ad essere innamorati del nostro territorio e che nella loro permanenza è rimasto ancora molto, troppo da vedere. Si torna a casa con la prospettiva di tornare

Azzurra: Solarità, competenza e aiuto nella creazione di un'esperienza avendo cercato il reale desiderio dell'avventore o del turista a lungo termine.

Desiree: accompagnare, ascoltare il turista ma anche la persona che ti trovi davanti, ascoltandolo e con cortesia, aiutandolo

Roberta: aprire la propria casa, dare e ricevere esperienze...

Armando: prima> sogno, contatto e rendersi disponibili; durante>ascolto per adattare l'esperienza alle necessità del turista; dopo>stimolare la creazione di comunità tra turisti che hanno avuto stessa esperienza ma anche tra locali e turisti

Silvia: capacità nell'anticipare la richiesta. Suggerire ciò che il turista non si aspetta.

Roberta: il punto tre mi piace tanto!! Mettere il vestito buono...

Chiara: Ascoltare, ma anche proporre, offrire, suggerire, aiutare a vivere al meglio il "tempo vacanza"

LA CARTELLONISTICA UNICA, per sentirsi parte di...

Come i negozi che appartengono ad una catena si riconoscono anche dall'insegna, così anche gli IAT che appartengono ad un unico sistema, ad un'unica destinazione: la Toscana.

La Regione Toscana ha dato delle direttive per realizzare una cartellonistica unica per tutti gli Uffici di Informazione che operano sul territorio regionale

http://www301.regione.toscana.it/bancadati/atti/Contenuto.xml?id=5233780&nomeFile=Decreto_n.18057_del_31-10-2019-Allegato-A



*i*nformazione



<https://lascuola.ancitoscana.it/corso/in-formazione/>



Per le vie del borgo...

Grazie

