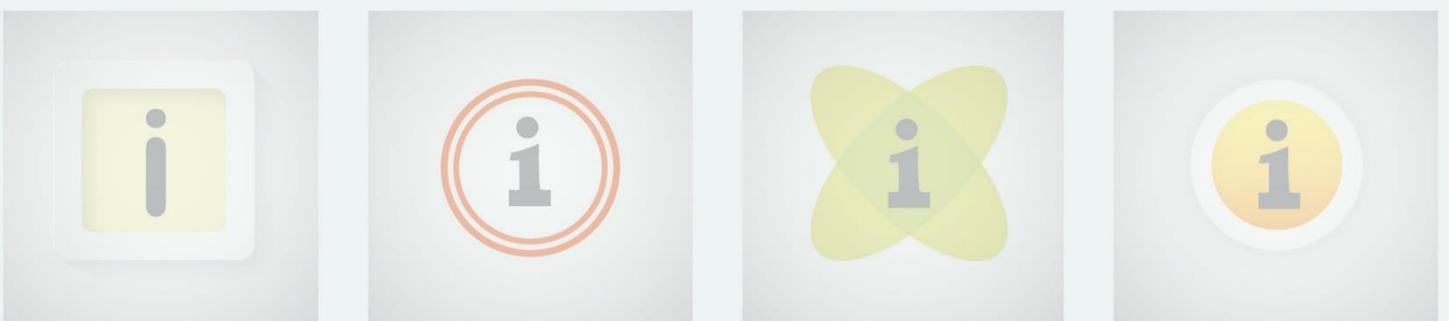


# Il Sistema di informazione e accoglienza turistica della Toscana



## Sommario

Introduzione .....	2
Sintesi dei risultati.....	6
LE SCHEDE INFORMATIVE DEI COMUNI.....	8
I dati sull’utenza del servizio.....	12
Le risorse finanziarie per l’operatività degli Uffici .....	15
LE SCHEDE INFORMATIVE DEGLI UFFICI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA.....	19
Logistica e caratteristiche del locale.....	22
Gli orari di apertura .....	26
Attrezzature ufficio.....	28
Servizi del front-office.....	29
Servizi di back-office .....	34
Gestione.....	36
Banche dati e software di gestione .....	36
Dati sul servizio svolto nel 2018 .....	37
LE SCHEDE INFORMATIVE DEL PERSONALE DEGLI UFFICI INFORMAZIONE .....	40

## Introduzione

I servizi relativi all'accoglienza e all'informazione dei turisti sono un'attività fondamentale per la conoscenza delle località e la valorizzazione delle risorse turistiche, ma le stesse prestazioni che erogano i punti informativi e la fitta rete delle relazioni che sviluppano con l'utenza possono incidere direttamente sul livello di "soddisfazione" del turista-visitatore. L'efficacia nel modo di operare degli Uffici di Informazione e accoglienza turistica è legata alla loro capacità di soddisfare le necessità e le aspirazioni dei turisti, i quali devono essere considerati i principali destinatari dei servizi, ma al tempo stesso interlocutori privilegiati dai quali raccogliere costantemente informazioni per orientare o ri-orientare l'attività degli stessi uffici. La principale sfida è, dunque, quella di porre attenzione alle esigenze degli utenti e saperle tradurre in prestazioni di qualità, in modo da rendere attrattivo qualsiasi elemento dell'offerta turistica territoriale.

Al termine del processo di ridefinizione delle funzioni amministrative dei Comuni, nonché della necessità di riorganizzare i servizi di informazione, sia in forma associata sia direttamente dai singoli comuni, si è ritenuto necessario avviare un'osservazione sulle attuali modalità organizzative della rete, ma soprattutto degli attori che erogano il servizio e ovviamente concorrono alla proposta di marketing territoriale dell'Ambito turistico di riferimento. Pertanto, l'obiettivo di questa indagine è di introdurre un modello di analisi che, perfezionato nel tempo, possa diventare lo strumento di un vero e proprio osservatorio del "servizio di informazione turistica" della Toscana, mediante la verifica continua delle necessità organizzative e la conformità agli standard qualitativi richiesti.

I risultati rappresentati nelle pagine successive possono essere considerati il punto di partenza per una prima riflessione sull'attuale stato dei servizi di accoglienza e informazione turistica della Toscana, sulla base delle linee progettuali indicate in maniera accurata dal Testo unico del sistema turistico regionale, successivamente disciplinate nel Regolamento (7 agosto 2018, n.47/R) di attuazione della legge regionale 20/12/2016 n. 86. Nel documento l'architettura del sistema di informazione e accoglienza regionale è indicata come una rete organizzata su due livelli: gli Uffici di interesse regionale e gli Uffici di interesse locale. I primi svolgono funzioni di una certa complessità di servizio al turista e alle imprese locali, agiscono avendo come riferimento sia l'ambito sia tutto il territorio regionale e sono situati nei luoghi interessati da importanti flussi turistici di transito quali: aeroporti internazionali, stazioni ferroviarie con

presenza di alta velocità e porti di attracco per turismo croceristico. Sono aperti tutto l'anno, con orari funzionali alle potenziali esigenze dei turisti e con standard di servizio programmati. Invece, gli uffici di informazione e accoglienza turistica locale svolgono i servizi relativamente al territorio di riferimento, sono situati prevalentemente all'interno dei centri storici, in prossimità delle principali attrattive turistiche o nei pressi di importanti snodi viari. Sono aperti almeno sei mesi, ma il periodo potrebbe essere ulteriormente ridotto in base alle valutazioni oggettive sulla stagionalità del mercato. I servizi di informazione e accoglienza turistica possono essere gestiti in forma associata oppure affidati dai Comuni a imprenditori, società, consorzi, cooperative, reti d'impresa o associazioni temporanee d'impresa, mediante procedura pubblica e nel rispetto di apposita convenzione. Inoltre, i servizi a carattere locale possono essere affidati, senza oneri per le Amministrazioni, alle Agenzie di Viaggio e alle Associazioni Pro-loco mediante apposita convenzione. Oltre alle caratteristiche strutturali e operative della rete dei servizi di informazione e accoglienza turistica, con l'obiettivo di stimolare il sistema al miglioramento dell'efficienza, sono stati disciplinati anche gli standard di servizio. I riferimenti descritti nell'Allegato B del Regolamento 7 agosto 2018, n.47/R sono:

#### **1) CARATTERISTICHE E STANDARD TECNICI**

##### ***Localizzazione e accessibilità***

- Facilmente raggiungibili
- Accessibilità disabili
- Segnaletica direzionale

##### ***Insegne***

- Contrassegnati esternamente ed internamente da apposito segno distintivo

#### **2) CARATTERISTICHE STRUTTURE E ARREDI**

- Superficie per il pubblico 20 mq, se ufficio di informazione di interesse regionale
- Superficie per il pubblico non inferiore a 10 mq, se di interesse locale
- Presenza di una zona per il ricevimento dell'utenza con una zona per l'attesa
- Arredi omogenei e di stile, in ottimo stato di conservazione
- Negli uffici di informazione regionale, area per l'attesa dotata di poltroncine e/o divanetti con tavolini bassi sui quali materiale informativo dell'ambito di riferimento e sulla Toscana (in distribuzione e/o consultazione)

### **Dotazioni**

- Minimo 2 PC, di cui uno per l'utenza con connessione internet
- Area WI-FI gratuito per l'utenza
- 1 stampante a colori
- Fotocopiatrice
- Telefono
- Segreteria telefonica (con messaggio registrato sugli orari di apertura dell'ufficio o numero telefonico di altro ufficio, in due lingue – italiano e inglese)
- Nell'area di attesa devono essere esposte cartine delle località (con evidenziati gli uffici), calendari aggiornati degli eventi e numeri di telefono utili

### **3) CARATTERISTICHE E STANDARD RELATIVI AI SERVIZI**

- Gli uffici di interesse regionale devono fornire informazioni sull'offerta dell'ambito territoriale di riferimento e sull'offerta del territorio regionale
- Gli uffici di interesse locale devono fornire informazioni sull'offerta dell'ambito territoriale, comunale, sovra comunale e di prodotto omogeneo

### **Orari di apertura**

- Gli uffici di interesse regionale aperti almeno 12 ore al giorno per tutto l'anno
- Gli uffici di interesse locale aperti almeno 6 ore al giorno per almeno 6 mesi
- Gli orari possono essere ridotti sulla base della stagionalità individuata a livello regionale, comunale o di ambito territoriale
- Gli orari devono essere esposti, riportati sul materiale informativo e sui siti web

### **Personale**

- Gli uffici di interesse regionale devono avere (in alta stagione) almeno due addetti al front office contemporaneamente e per l'intero orario di apertura
- Gli uffici di interesse locale devono avere un addetto fisso al front nell'orario di apertura
- Il personale addetto deve avere almeno il diploma di scuola media superiore
- Il personale deve saper utilizzare strumenti informatici e telematici
- Il personale deve possedere almeno il livello B1 (ai sensi del Quadro comune europeo – QCER) per la conoscenza delle lingue:

- Ufficio di interesse regionale: conoscenza della lingua inglese e almeno una lingua tra francese, tedesco, spagnolo, portoghese, russo, cinese, giapponese
- Ufficio di interesse locale conoscenza della lingua inglese e almeno una lingua tra francese, tedesco, spagnolo
- Il personale deve frequentare periodicamente corsi di formazione/aggiornamento sulle risorse e servizi turistici della Toscana. Il gestore dell'ufficio deve riportare la partecipazione ai corsi, su apposito registro.

### ***Modalità di erogazione dei servizi di informazione e accoglienza turistica***

- Il personale addetto al front office deve fornire informazioni precise e dettagliate sui servizi turistici dell'ambito di appartenenza (prezzi praticati, trasporti, pubblici esercizi, strutture congressuali, servizi di pubblica utilità)
- Il personale addetto al front office deve fornire informazioni esaurienti su risorse storico-artistiche, naturalistiche, itinerari, eventi, tempo libero e sport dell'ambito di appartenenza (orari, localizzazioni, accessibilità)
- Il personale addetto deve fornire assistenza al turista per l'inoltro alle autorità competenti di reclami per disservizi, fornendo specifici modelli da compilare
- Gli uffici devono distribuire e/o rendere disponibile materiale informativo (anche stampato per via telematica) sulle località dell'ambito di appartenenza, con indicate le principali attrattive e servizi
- Gli uffici devono assistere l'utente nell'effettuazione del download dall'applicazione regionale con le informazioni sulle attrattive del territorio e/o della Toscana.

Con riferimento a quanto appena descritto, l'indagine ha richiesto dapprima la predisposizione di tre diversi questionari. Uno rivolto ai Dirigenti/Referenti dei Comuni per gli Uffici Informazione attivi sui rispettivi territori; uno indirizzato ai Referenti/soggetti gestori dei singoli Uffici Informazione e l'ultimo indirizzato a tutto il personale/addetti degli uffici, sia del front office sia del back office. Le schede di rilevazione sono state inoltrate a tutti i Comuni, che a loro volta hanno redistribuito i questionari ai rispettivi uffici e ai singoli addetti. La rilevazione è stata avviata a gennaio 2019 e ha richiesto diverse successive azioni di sollecito. Al di là dei risultati presentati in questo lavoro, che assumono una dimensione campionaria, l'obiettivo finale è quello di proseguire con l'attività di rilevazione per creare un archivio completo di tutti gli uffici presenti sul territorio regionale.

## Sintesi dei risultati

Il primo aspetto rilevante emerso dall'indagine è senza dubbio la modesta sensibilità dimostrata dai soggetti a cui è stato diretto l'invito a fornire i dati sull'operatività degli uffici di informazione. Anche se legittima la scelta di non contribuire attivamente alla realizzazione del "primo progetto" regionale che ha l'obiettivo di presentare le caratteristiche del sistema di informazione turistica, e degli standard dei servizi erogati, è auspicabile che su tutto il territorio vi sia la piena consapevolezza che l'accoglienza è la sostanza dell'esperienza turistica. La percezione che un turista ha della destinazione risiede nella qualità e nella personalizzazione dei servizi offerti non solo dagli operatori turistici e dagli addetti ai lavori, ma anche da chi entra in contatto con gli ospiti ed eroga informazioni sulle opportunità che la destinazione offre.

Al di là di questa prima considerazione, **sono stati 153 i questionari utili inviati dai Comuni** e in termini di dimensionamento del mercato turistico rappresentano circa il 81% dei pernottamenti complessivi. Solo 99 Comuni hanno inviato i dati sul numero di utenti che ha usufruito dei servizi erogati dagli uffici. Quelli mancanti sono stati ricostruiti per un totale di 153 punti informativi che nel 2018 hanno accolto circa 3,872 milioni di utenti. Il rapporto tra utenti e arrivi turistici è di 37 ogni 100 visitatori giunti sul territorio; l'indicatore scende a 11,9 se si considera il numero dei pernottamenti. Gli Uffici con il rapporto più elevato sono in aree di montagna (66,8) e città/centri d'arte (46,5); il valore più basso è degli uffici delle aree termali (3,8%).

Le risorse finanziarie impegnate nel 2018 dai 95 Comuni che hanno fornito il dato ammontano a € 2,8 mln e € 3,2 mln di euro i costi effettivi di gestione (dato fornito da 98 Comuni). L'importo medio annuo di un singolo ufficio è di € 22,2 mila, che a consuntivo sale a € 23,5 mila. In media si impegnano 0,30 € per ogni turista che giunge sull'area; da 0,24 € per gli uffici delle località balneari a 2,18 € per quelle montane. Invece, il rapporto tra la spesa complessiva e il numero di utenti restituisce un valore medio di 0,98 € per ogni utente; 0,64 € per utente degli uffici delle città d'arte, 4,66 € per quelli delle aree rurali/collinari e 9,65 € per ogni utente delle aree del termale.

**Risultati** fortemente eterogenei emergono anche dall'analisi dei 165 questionari inviati dai Gestori degli Uffici. In alcune circostanze i riferimenti esplicitati nella norma sembrerebbero completamente disattesi, o semplicemente riadattati secondo interpretazioni soggettive. Dalla mancanza di segnaletica stradale (25,5%) a quella del segno distintivo (44,6%) che indica la presenza del servizio. Dall'ubicazione dei locali adibiti ad ufficio che nel 16,5% dei casi presentano

barriere architettoniche, al 48,5% che non dispongono di servizi igienici per gli utilizzatori del servizio, fino alla dimensione degli spazi utenza che in alcuni casi sono al di sotto dei 10/20 mq previsti dal Regolamento.

Anche sugli orari di apertura si rileva una forte eterogeneità territoriale, ma quello che più emerge è il 94,3% di uffici aperti nei giorni del sabato in alta stagione e solo l'81,1% di domenica. Qualche carenza emerge sulla dotazione tecnica, dalla disponibilità di personal computer ai software operativi, dalla connessione Internet al WI-FI free per l'utenza. Invece, per quanto attiene al servizio, la disponibilità e distribuzione gratuita del materiale informativo è correlata alle distanze geografiche: diminuisce quando i contenuti richiesti si allontanano dal luogo dove ha sede l'ufficio. Molti uffici non raccolgono segnalazioni o critiche degli utenti al sistema turistico locale, ma poco più della metà non censisce le richieste e la tipologia di utenza, mentre l'attività di redazione "data base turismo" delle risorse locali è realizzata solo dal 56,7%.

Sulla base dei dati disponibili sono stati circa 3,757 mln gli utenti nel 2018 (il 12,7% non ha indicato il dato). In media ogni ufficio locale ha rilevato 6.989 contatti, a fronte dei 41.802 di quelli definiti regionali. L'utenza prevalente è straniera: 42,1% di turisti dell'area UE e 29,7% extraeuropei. Le richieste maggiori sono per il patrimonio artistico, culturale e ambientale (33,9%), sui servizi di collegamento dei diversi sistemi di trasporto (17,8%). Le richieste dei servizi ricettivi sono il 14,3% del totale, mentre la voce "eventi" raggiunge il 13,8%.

Qualche perplessità emerge anche dall'**analisi dei risultati dei 257 questionari compilati dal personale degli uffici**, per il quale la conoscenza della lingua inglese si ferma al 94,2% dei rispondenti. Invece, sul fronte dell'attività di aggiornamento periodica i dati appaiono soddisfacenti. Una manifestazione di interesse assai più elevata si registra in merito ad una futura partecipazione a corsi di aggiornamento, anche se i contenuti richiesti sono orientati prevalentemente alle competenze in ambito della promozione turistica, del marketing e della comunicazione. Più difficile trovare riferimenti all'utilizzo di strumenti informatici e telematici, così come i riferimenti agli aspetti relazionali e al miglioramento delle capacità di contatto con il cliente - visitatore. Infine, le difficoltà operative maggiormente avvertite dagli addetti fanno riferimento alla mancanza di collaborazione e coordinamento con gli altri attori del territorio, ma anche a fattori strettamente operativi (mancanza di materiale informativo e non in lingua – carenza di personale – carenza di risorse economiche – ecc.), aspetti strutturali (segnaletica direzionale e insegne, organizzazione degli spazi, barriere architettoniche) e tecnologici (connessione internet, WI-FI free, strumentazione informatica).

## LE SCHEDE INFORMATIVE DEI COMUNI

Sono 153 i questionari compilati e le risposte inviate dai Dirigenti e/o Referenti del servizio di Informazione e accoglienza turistica dei singoli territori comunali; di questi 23 hanno indicato la “mancanza” del servizio sull’area di competenza (4 Comuni hanno notificato mediante mail l’assenza del servizio). Nei restanti 130 questionari sono state rilevate segnalazioni per 191 Uffici Informazione, anche se nella realtà si ridurrebbero a 184 in quanto alcuni sono gestiti in forma “associata”.

Trattandosi di dati relativi a circa il 56% dei comuni toscani, e non all’universo, è opportuno sottolineare che mediamente sui territori di quelli che hanno partecipato volontariamente all’indagine vengono registrate circa 39,0 milioni di presenze, pari a circa l’80% dei pernottamenti totali di tutta la regione (Fonte Regione Toscana, anno 2019). Pertanto, se da una parte consideriamo le informazioni puntuali che sono state inoltrate dai singoli Comuni e, dall’altra, la dimensione del mercato turistico che queste Amministrazioni gestiscono mediamente ogni anno, i risultati delle elaborazioni riportati nelle tavole successive assumono una certa rilevanza in quanto supportati da una buona rappresentatività statistica del “campione”. Ma al di là della considerazione tecnica, rimane l’apprezzamento per l’impegno di tutti coloro che hanno dato il loro contributo alla realizzazione dell’indagine, segno evidente di una disponibilità ad intraprendere un percorso condiviso di “innovazione” del servizio e delle proposte, funzionale non solo al sistema pubblico ma soprattutto agli operatori economici della filiera turistica.

Infine, per completezza delle informazioni, si segnala che alcuni Comuni hanno indicato Uffici di Informazione e accoglienza turistica situati in altri territori comunali, considerati pertanto a carattere sovra comunale:

- il Comune di Lucca ha indicato un totale di 3 uffici, di cui 1 localizzato a Viareggio (Ufficio IAT sovra comunale – Lucca);
- il Comune di Anghiari dichiara un totale di 2 uffici, di cui 1 si trova a Sansepolcro (Ufficio Comprensoriale Valtiberina Toscana);
- il Comune di Sestino ha dichiarato un totale di 2 uffici, di cui 1 a Sansepolcro (Ufficio Comprensoriale Valtiberina Toscana);
- il Comune di Caprese Michelangelo dichiara un totale di 2 uffici, di cui 1 si trova a Sansepolcro (Ufficio Comprensoriale Valtiberina Toscana);

- il Comune di Pistoia ha segnalato un totale di 4 uffici, di cui 1 localizzato a Montecatini Terme (Ufficio IAT) e 2 sull'area territoriale dei Comuni di Abetone e Cutigliano (Uffici IAT); lamentele
- il Comune di Figline e Incisa Valdarno ha dichiarato un totale di 3 uffici, di cui 1 a Reggello (Box Info Turistico).

Tav. 1 – Elenco dei Comuni che hanno inviato il questionario, divisi per ambito, e gli Uffici dichiarati

Ambito territoriale /Comune	Questionario /mail	Uffici indicati	Ambito territoriale /Comune	Questionario /mail	Uffici indicati
<b>Amiata</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>Piana di Lucca</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Abbadia San Salvatore	Sì	1	Altopascio	Sì	1
Arcidosso	Sì	1	Lucca	Sì	3
Castel del Piano	Sì	1	Montecarlo	Sì	1
Piancastagnaio	Sì	1	Porcari	Sì	0
Roccalbegna	Risposta mail	0	<b>Pistoia e Montagna P.se</b>	<b>5</b>	<b>9</b>
Santa Fiora	Sì	1	Abetone Cutigliano	Sì	2
Seggiano	Sì	0	Pistoia	Sì	4
<b>Area Pratese</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	Quarrata	Sì	1
Carmignano	Sì	3	San Marcello Piteglio	Sì	1
Montemurlo	Sì	2	Serravalle Pistoiese	Sì	1
<b>Arezzo</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>Riviera Apuana</b>	<b>3</b>	<b>8</b>
Arezzo	Sì	2	Carrara	Sì	5
Capolona	Sì	1	Massa	Sì	2
<b>Casentino</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	Montignoso	Sì	1
Bibbiena	Sì	1	<b>Terre di Pisa</b>	<b>14</b>	<b>15</b>
Castel Focognano	Sì	1	Calci	Sì	1
Castel San Niccolò	Sì	0	Casciana Terme Lari	Sì	2
Chiusi della Verna	Sì	2	Crespina Lorenzana	Sì	0
Montemignaio	Sì	0	Lajatico	Sì	1
Pratovecchio Stia	Sì	2	Montopoli in Val d'Arno	Sì	1
<b>Chianti</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	Palaia	Sì	1
Barberino Tavarnelle	Sì	2	Peccioli	Sì	1
Castellina in Chianti	Sì	1	Pisa	Sì	1
Greve in Chianti	Sì	2	Pontedera	Sì	1
Radda in Chianti	Sì	1	San Giuliano Terme	Sì	1
San Casciano in Val di Pesa	Sì	1	San Miniato	Sì	1
<b>Costa degli Etruschi</b>	<b>8</b>	<b>13</b>	Santa Maria a Monte	Sì	3
Bibbona	Sì	2	Terriciola	Sì	0
Campiglia Marittima	Sì	1	Vicopisano	Sì	1
Casale Marittimo	Sì	1	<b>Terre di Siena</b>	<b>6</b>	<b>6</b>
Castagneto Carducci	Sì	2	Asciano	Sì	2
Piombino	Sì	3	Buonconvento	Sì	1
Riparbella	Sì	1	Monteroni d'Arbia	Sì	0
Rosignano Marittimo	Sì	2	Rapolano Terme	Sì	1
San Vincenzo	Sì	1	Siena	Sì	1
<b>Elba</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	Sovicille	Sì	1
Marciana Marina	Sì	1	<b>Terre Valdelsa e Etruria V.na</b>	<b>10</b>	<b>11</b>
Portoferraio	Sì	1	Casole d'Elsa	Sì	1
<b>Empolese V. e Montalbano</b>	<b>8</b>	<b>10</b>	Castelnuovo Val di Cecina	Sì	2
Castelfiorentino	Sì	1	Colle di Val d'Elsa	Sì	2

Cerreto Guidi	Sì	1	Montecatini Val di Cecina	Sì	1
Certaldo	Sì	2	Monteriggioni	Sì	1
Empoli	Sì	2	Monteverdi Marittimo	Sì	0
Montaione	Sì	1	Pomarance	Sì	1
Montelupo Fiorentino	Sì	1	Radicondoli	Sì	1
Montespertoli	Sì	1	San Gimignano	Sì	1
Vinci	Sì	1	Volterra	Sì	1
<b>Firenze e Area Fiorentina</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>Val d'Orcia</b>	<b>2</b>	<b>4</b>
Bagno a Ripoli	Sì	0	Montalcino	Sì	1
Calenzano	Sì	1	Pienza	Sì	3
Fiesole	Sì	1	<b>Val di Chiana Aretina</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
Figline e Incisa Valdarno	Sì	3	Castiglion Fiorentino	Sì	1
Firenze	Sì	3	Civitella in Val di Chiana	Sì	1
Impruneta	Sì	0	Cortona	Sì	1
Lastra a Signa	Sì	1	Foiano della Chiana	Sì	1
Rignano sull'Arno	Sì	0	Lucignano	Sì	1
Scandicci	Sì	0	<b>Val di Chiana Senese</b>	<b>7</b>	<b>11</b>
Vaglia	Sì	1	Cetona	Sì	1
<b>Garfagnana e Media Valle S.</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	Chianciano Terme	Sì	2
Camporgiano	Sì	0	Chiusi	Sì	1
Pescaglia	Risposta mail	0	Montepulciano	Sì	3
Piazza al Serchio	Risposta mail	0	San Casciano dei Bagni	Sì	1
<b>Livorno</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	Sinalunga	Sì	2
Capraia Isola	Sì	1	Trequanda	Sì	1
Collesalveti	Sì	0	<b>Valdarno Aretino</b>	<b>8</b>	<b>9</b>
Livorno	Sì	2	Bucine	Sì	2
<b>Lunigiana</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	Castelfranco Piandiscò	Sì	0
Bagnone	Sì	1	Cavriglia	Sì	2
Filattiera	Sì	1	Laterina Pergine Valdarno	Sì	0
Fosdinovo	Sì	1	Loro Ciuffenna	Sì	1
Licciana Nardi	Sì	1	Montevarchi	Sì	1
Pontremoli	Sì	1	San Giovanni Valdarno	Sì	1
<b>Maremma Toscana Nord</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	Terranuova Bracciolini	Sì	2
Castiglione della Pescaia	Sì	2	<b>Valdinievole</b>	<b>3</b>	<b>2</b>
Follonica	Sì	1	Chiesina Uzzanese	Sì	0
Massa Marittima	Sì	1	Larciano	Risposta mail	0
Montieri	Sì	1	Pescia	Sì	2
Roccastrada	Sì	2	<b>Valtiberina Toscana</b>	<b>6</b>	<b>8</b>
Scarlino	Sì	3	Anghiari	Sì	2
<b>Maremma Toscana Sud</b>	<b>6</b>	<b>13</b>	Badia Tedalda	Sì	1
Grosseto	Sì	4	Caprese Michelangelo	Sì	1
Monte Argentario	Sì	2	Pieve Santo Stefano	Sì	1
Orbetello	Sì	3	Sansepolcro	Sì	1
Pitigliano	Sì	1	Sestino	Sì	2
Semproniano	Sì	1	<b>Versilia</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
Sorano	Sì	2	Camaiore	Sì	1
<b>Mugello</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	Forte dei Marmi	Sì	1
Barberino di Mugello	Sì	0	Pietrasanta	Sì	2
Dicomano	Sì	1	Viareggio	Sì	0
Scarperia e San Piero	Sì	1	<b>TOTALE TOSCANA</b>	<b>153</b>	<b>191</b>

Secondo le indicazioni riportate nei questionari, i Comuni gestiscono direttamente il 17% degli uffici, mentre nel 9,4% dei casi sono state segnalate forme di gestione in collaborazione con altri soggetti esterni. Per il 26,5% è stato indicato come soggetto gestore la Pro Loco, per il 15,5% la gestione è stata affidata a Società Srl/Snc e con la stessa percentuale a Società Cooperative. Per il restante 16% i Comuni ne affidano la gestione interamente ad Associazioni culturali e ad altri soggetti: Società per Azioni, Associazione di volontariato, Altra Associazione, Fondazioni, Consorzi, Aziende speciali, imprese individuali, Unione di Comuni. Infine, si precisa che per 3 Uffici non è stato possibile individuare i soggetti gestori.

Tav. 2 - Soggetto gestore degli Uffici Informazioni

<b>Gestore</b>	<b>Numero</b>	<b>%</b>
Pro Loco	48	26,5
Comune	31	17,1
Società Srl/Snc	28	15,5
Società Cooperativa	28	15,5
Gestione mista Comune/esterno	17	9,4
Associazione culturale	7	3,9
Altro soggetto	22	12,2
<b>Totale</b>	<b>181</b>	<b>100</b>

\*Per 3 uffici nel questionario inviato dai Comuni non è stato indicato il soggetto gestore

Tav. 3 – Gli altri soggetti gestori degli Uffici Informazioni

<b>Gestore</b>	<b>Num.</b>
Società Parchi Val di Cornia SpA	5
Strada del Vino Nobile di Montepulciano e dei Sapori della Valdichiana senese – Pro Loco	2
Azienda Speciale Bibbona	2
Associazione di volontariato	2
Collaborazione tra Fondazione Arezzo Intour e Cooperativa di servizi	2
Altra Associazione	1
Consorzio di Promozione Turistica della Versilia	1
Fondazione	1
Fondazione Peccioli per l'Arte	1
Impresa individuale	1
Unione Montana dei Comuni della Valtiberina Toscana	1
Teatro del Silenzio – Lajatico	1
Ageparc Associazione Campeggi Massa	1

Tav. 4 – I soggetti gestori degli Uffici Informazioni suddivisi per ambito territoriale

Ambito Territoriale	Pro Loco	Comune	Società Srl/Snc	Società Coop.	Gestione mista	Ass.ne culturale	Altro soggetto	Totale
Amiata	4	1	0	0	0	0	0	5
Area Pratese	3	2	0	0	0	0	0	5
Arezzo	0	1	0	0	0	0	2	3
Casentino	2	0	1	3	0	0	0	6
Chianti	1	1	0	4	0	0	0	6
Costa degli Etruschi	4	0	2	0	0	0	7	13
Elba	1	0	1	0	0	0	0	2
Empolese Val d'Elsa e Montalbano	3	3	0	3	1	0	0	10
Firenze e Area Fiorentina	4	0	3	0	1	2	0	10
Garfagnana e M. V. del Serchio	0	0	0	0	0	0	0	0
Livorno	1	0	0	2	0	0	0	3
Lunigiana	1	0	3	0	1	0	0	5
Maremma Toscana Area Nord	2	2	0	5	0	0	1	10
Maremma Toscana Area Sud	1	0	7	3	0	0	0	11
Mugello	1	1	0	0	0	0	0	2
Piana di Lucca	1	1	0	0	2	0	0	4
Pistoia e Montagna Pistoiese	0	5	1	0	0	0	0	6
Riviera Apuana	0	0	0	0	7	0	1	8
Terre di Pisa	2	4	2	1	0	2	4	15
Terre di Siena	2	1	0	2	1	0	0	6
Terre di Valdelsa e dell'Etruria Volt	3	1	5	2	0	0	0	11
Val di Chiana Aretina	2	0	1	1	1	0	0	5
Val di Chiana Senese	4	1	0	1	0	0	5	11
Val d'Orcia	1	0	2	1	0	0	0	4
Valdarno Aretino	3	3	0	0	0	3	0	9
Valdinievole	0	2	0	0	0	0	0	2
Valtiberina Toscana	2	1	0	0	1	0	1	5
Versilia	0	1	0	0	2	0	1	4

### I dati sull'utenza del servizio

Una sezione del questionario rivolto ai Comuni era dedicata alle informazioni di carattere strettamente operativo e all'attività svolta dai corrispondenti Uffici nel corso del 2018, in particolar modo sul numero di utenti che ha usufruito dei servizi. Su questo aspetto le indicazioni sono giunte solo da 99 Comuni; altri riferimenti sono stati ottenuti ricostruendo i dati che invece hanno fornito i gestori degli Uffici Informazioni nell'ambito di una rilevazione parallela.

Complessivamente i dati acquisiti fanno riferimento a 120 Comuni; il primo elemento su cui riflettere è che in diverse circostanze gli Uffici comunali che hanno la competenza sull'attività dei punti informazione non hanno fornito né il volume di attività sviluppata né il numero di utenti che ha utilizzato il servizio.

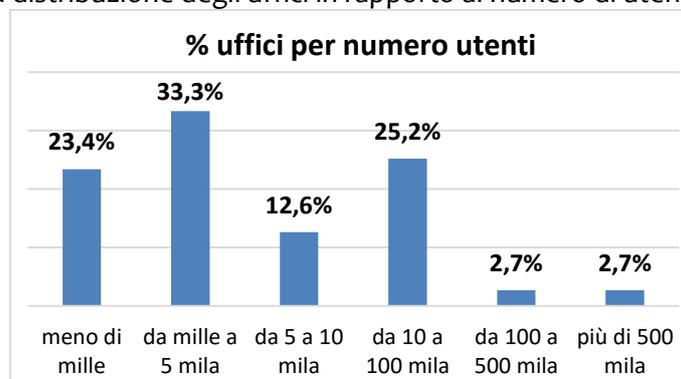
Considerati i dati disponibili, relativi a 153 Uffici Informazione, complessivamente sono stati segnalati circa 3,872 milioni di utenti, con valori fortemente eterogenei tra le diverse aree territoriali: si va da un minimo di 100 utenti registrati negli Uffici di Castel Focognano, Dicomano, Montopoli Val d'Arno e Semproniano, ad un massimo di 400 mila utenti per San Gimignano, tra 500-600 mila utenti per Firenze e Lucca, 800 mila utenti per Pisa. Infine, sempre sulla base dei dati disponibili, al fine di stabilire un “indicatore di produttività” degli Uffici oggetto di analisi è stato calcolato il rapporto tra il numero di utenti dichiarati e il corrispondente numero di arrivi di turisti ufficiali registrati sui rispettivi territori. Il risultato ottenuto precisa che mediamente per ogni 100 visitatori arrivati nei comuni dove hanno sede gli Uffici di informazione e accoglienza turistica, 37 hanno usufruito del servizio; invece, l'indicatore scende a 11,9 se si rapportano gli utenti al numero totale dei pernottamenti registrati nelle stesse aree.

Tav. 5 – Il numero di utenti dei 138 uffici per cui è stato possibile ricostruire il dato

	<b>Anno 2018</b>
Totale utenti – Anno 2018	3,872 mln
- Utenti medi per Comune con Uffici	34.881
- Numero medio utenti per ufficio presente	25.306
- Rapporto (Utenti/Arrivi turistici) x 100	37,0
- Rapporto (Utenti/Presenze turistiche) x 100	11,9

Al di là dei valori medi sopra riportati, è comunque utile sottolineare che l'operatività dei singoli uffici è strettamente correlata all'affermazione sui mercati turistici dei rispettivi territori, cioè alla loro capacità di attrarre flussi di visitatori. Infatti, secondo i dati disponibili, il 23,4% degli Uffici ha registrato un'utenza inferiore alle mille unità, mentre in un Ufficio su tre l'utenza media dichiarata è stata tra le 1.000 e 5.000 unità. Nel 5,4% sono state superate le 100 mila unità.

Fig. 1 – La distribuzione degli uffici in rapporto al numero di utenti dichiarati



Indicazioni alquanto interessanti emergono anche dall'analisi degli “indicatori di produttività” dei singoli uffici ripartiti per Ambito Turistico Territoriale.

Tav. 6 - Dati Utenza per Ambito territoriale e “indicatori di produttività”

Ambito Territoriale	Num. Utenti	Media utenti per ufficio presente	(Utenti / Arrivi turistici) x 100	(Utenti / Presenze tur.) x 100
Amiata	9.474	3.158	35,1	11,6
Area Pratese	2.500	833	10,8	3,6
Arezzo	100.000	50.000	40,6	21,4
Casentino	8.190	1.365	31,6	12,2
Chianti	23.319	4.664	11,2	3,1
Costa degli Etruschi	29.504	3.278	4,9	0,8
Empolese Val d'Elsa e Montalbano	91.330	11.416	60,9	12,3
Firenze e Area Fiorentina	636.349	70.705	14,6	5,2
Livorno	185.000	61.667	102,0	48,0
Lunigiana	13.990	2.798	56,0	24,0
Maremma Toscana Area Nord	27.283	3.898	27,2	5,4
Maremma Toscana Area Sud	52.654	5.850	9,5	2,1
Mugello	10.020	5.010	25,1	8,8
Piana di Lucca	509.503	127.376	187,2	88,5
Pistoia e Montagna Pistoiese	100.578	50.289	92,4	36,0
Riviera Apuana	29.234	3.654	12,6	3,0
Terre di Pisa	833.748	59.553	88,2	31,3
Terre di Siena	110.000	18.333	16,8	7,4
Terre di Valdelsa e dell'Etruria Volter.	762.126	69.284	165,5	60,6
Val di Chiana Aretina	19.773	4.943	19,4	6,0
Val di Chiana Senese	47.243	4.724	10,4	4,5
Val d'Orcia	143.940	35.985	105,0	41,9
Valdarno Aretino	3.325	416	4,1	1,1
Valdinievole	476	238	1,9	0,8
Valtiberina Toscana	75.885	15.177	148,9	61,6
Versilia	46.370	11.593	11,9	3,1
<b>Totale</b>	<b>3.871.814</b>	<b>25.306</b>	<b>37,0</b>	<b>11,9</b>

Continuando l'osservazione sulla “produttività” degli Uffici informazione, quelli che restituiscono il valore più elevato nel rapporto utenti/arrivi turistici sono localizzati nelle aree di montagna (66,8) e delle città/centri d'arte (46,5%). Gli Uffici con il più basso tasso di utilizzo sono quelli delle aree ad offerta termale (3,8%).

Tav. 7 - Dati Utenza per risorsa turistica e “indicatori di produttività”

Risorsa territoriale	Num. Utenti	Media utenti per ufficio presente	(Utenti / Arrivi turistici) x 100	(Utenti / Presenze turistiche) x 100
Arte/Affari	3.367.493	56.125	46,5	17,8
Balneare	301.496	11.596	15,7	3,3
Campagna/Collina	85.177	2.839	22,1	5,9
Montagna	49.655	3.820	66,8	20,2
Termale	16.423	1.642	3,8	1,2
Altro interesse	51.570	3.684	12,3	3,3
<b>Totale</b>	<b>3.871.814</b>	<b>25.306</b>	<b>37,0</b>	<b>11,9</b>

## Le risorse finanziarie per l'operatività degli Uffici

In merito alle risorse finanziarie impegnate nel 2018 per l'organizzazione e l'operatività degli Uffici il dato è stato fornito solo da 95 Comuni. L'informazione non è stata riportata nei questionari inviati da Abetone Cutigliano, Altopascio, Badia Tedalda, Barberino Tavarnelle, Capolona, Casale Marittimo, Castel del Piano, Castel Focognano, Civitella in Val di Chiana, Colle Val d'Elsa, Cortona, Dicomano, Empoli, Forte dei Marmi, Greve in Chianti, Lajatico, Lucca, Lucignano, Montepulciano, Monteriggioni, Monteverdi Marittimo, Pescia, Piancastagnaio, Pietrasanta, Pieve Santo Stefano, Portoferraio, Radicondoli, Rapolano Terme, Roccastrada, Rosignano Marittimo, San Miniato, Scarlino, Semproniano, Siena, Sorano.

Nella stessa sezione del questionario era prevista anche l'indicazione del dato relativo ai costi complessivi del servizio rilevati a consuntivo. In questo caso sono stati solo 89 i Comuni che hanno risposto; dato mancante per Abetone Cutigliano, Altopascio, Badia Tedalda, Capolona, Casale Marittimo, Castel Focognano, Civitella in Val di Chiana, Colle Val d'Elsa, Cortona, Dicomano, Empoli, Figline e Incisa Valdarno, Forte dei Marmi, Lajatico, Lucca, Lucignano, Montepulciano, Monteriggioni, Monteverdi Marittimo, Pescia, Piancastagnaio, Pieve Santo Stefano, Portoferraio, Quarrata, Radicondoli, Rapolano Terme, Roccastrada, San Giuliano Terme, San Miniato, Semproniano, Siena, Sorano.

Al di là delle difficoltà oggettive di comparazione dei valori previsionali e di quelli a consuntivo, dovute essenzialmente alle risposte mancanti e alla non perfetta corrispondenza dei Comuni che hanno fornito i due valori, nelle tavole successive è possibile osservare i numerosi casi in cui i costi effettivi di gestione del servizio si attestano su valori più elevati di quelli inizialmente impegnati. In linea di massima il differenziale, rispetto al budget preventivato, è stimato al +7%.

Tav. 8 – Le risorse impegnate e i costi effettivamente sostenuti

	<b>Risorse impegnate</b>	<b>Costo effettivo</b>
Importo anno 2018	2,813 milioni € (95 Comuni)	3,200 milioni € (98 Comuni)
- Importo medio per Comune	29.611 €	32.652 €
- Importo medio per ufficio presente	22.150 €	23.529 €

Un altro aspetto da non trascurare è la forte differenziazione delle realtà territoriali. Infatti, rispetto alle risorse impegnate si registrano casi in cui i Comuni hanno destinato al servizio importi minimi di 1.000 €, fino ad un massimo di 703 mila euro. Stessa situazione anche per

quanto riguarda i costi effettivi, per i quali abbiamo 12 Comuni che hanno dichiarato valori inferiori a 5 mila euro e 2 Comuni che invece hanno superato i 100 mila euro.

Tav. 9 – La ripartizione dei Comuni per risorse impegnate e per costi effettivamente sostenuti

<b>Risorse impegnate</b>	<b>% Comuni</b>	<b>Costo effettivo</b>	<b>% Comuni</b>
< 5 mila euro	12,6	< 5 mila euro	12,2
Da 5 a 10 mila euro	12,6	Da 5 a 10 mila euro	11,2
Da 10 a 20 mila euro	30,5	Da 10 a 20 mila euro	27,6
Da 20 a 50 mila euro	35,8	Da 20 a 50 mila euro	35,7
Da 50 a 100 mila euro	6,3	Da 50 a 100 mila euro	11,2
> 100 mila euro	2,1	> 100 mila euro	2,0
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>Totale</b>	<b>100</b>

Tav. 10 – Le risorse impegnate e i costi effettivamente sostenuti suddivisi per Ambiti territoriali

<b>Ambito Territoriale</b>	<b>Risorse impegnate</b>			<b>Costo effettivo</b>		
	<b>Budget</b>	<b>Media per Comune</b>	<b>Media per Ufficio</b>	<b>Costo</b>	<b>Media per Comune</b>	<b>Media per Ufficio</b>
Amiata	65.000	21.667	21.667	87.000	21.750	21.750
Area Pratese	28.100	14.050	5.620	28.100	14.050	5.620
Arezzo	84.000	84.000	42.000	84.000	84.000	42.000
Casentino	32.796	10.932	6.559	38.546	12.849	7.709
Chianti	44.873	14.958	14.958	120.372	24.074	17.196
Costa degli Etruschi	148.845	24.808	14.885	212.316	30.331	17.693
Elba	8.500	8.500	8.500	7.978	7.978	7.978
Empolese Val d'Elsa e Montalbano	160.865	26.811	22.981	181.865	25.981	22.733
Firenze e Area Fiorentina	819.424	117.061	91.047	772.899	154.580	110.414
Livorno	88.882	44.441	29.627	88.382	44.191	29.461
Lunigiana	46.640	9.328	9.328	61.740	12.348	12.348
Maremma Toscana Area Nord	150.912	37.728	30.182	209.069	41.814	26.134
Maremma Toscana Area Sud	132.806	33.202	22.134	132.806	33.202	22.134
Mugello	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000
Piana di Lucca	13.008	13.008	13.008	13.008	13.008	13.008
Pistoia e Montagna Pistoiese	61.843	15.461	20.614	59.100	19.700	29.550
Riviera Apuana	57.462	19.154	7.183	65.027	21.676	8.128
Terre di Pisa	263.195	26.319	20.246	237.754	26.417	19.813
Terre di Siena	36.462	12.154	9.116	36.462	12.154	9.116
Terre di Valdelsa e dell'Etruria Volterr.	146.915	29.383	24.486	205.323	41.065	34.221
Val di Chiana Aretina	7.500	3.750	3.750	4.800	2.400	2.400
Val di Chiana Senese	159.878	26.646	19.985	162.505	27.084	20.313
Val d'Orcia	25.531	12.766	6.383	25.531	12.766	6.383
Valdarno Aretino	123.185	20.531	13.687	130.185	21.698	14.465
Valtiberina Toscana	64.418	16.105	21.473	103.000	25.750	34.333
Versilia	24.000	24.000	24.000	114.125	57.063	38.042

Altri dati sicuramente interessanti possono essere osservati nella tavola successiva dove è riportato il valore medio delle risorse che i Comuni impegnano per la gestione degli uffici, opportunamente distinti per aree classificate secondo il principio della risorsa turistica prevalente. Nelle realtà in cui l'offerta si rivolge essenzialmente al segmento del turismo

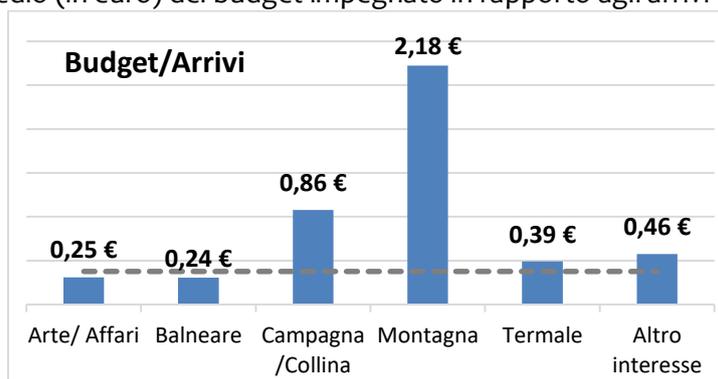
culturale, ad ogni ufficio viene destinato un finanziamento medio di 34 mila euro, che a consuntivo salgono a oltre 35 mila euro. L'impegno finanziario più basso è stato rilevato per le aree del turismo rurale e della collina e per quelle classificate ad "altro interesse".

Tav. 11 – Le risorse impegnate e i costi effettivamente sostenuti suddivisi per risorsa turistica

Risorsa turistica	Risorse impegnate			Costo effettivo		
	Budget	Media per Comune	Media per Ufficio	Costo	Media per Comune	Media per Ufficio
Arte/Affari	1.507.470	47.108	34.261	1.701.699	50.050	35.452
Balneare	488.655	32.577	20.361	707.387	39.299	22.819
Campagna/Collina	350.727	15.942	12.526	356.244	16.193	12.723
Montagna	108.000	15.429	15.429	129.300	16.163	16.163
Termale	151.736	25.289	18.967	127.736	25.547	18.248
Altro interesse	206.452	15.881	12.903	177.528	16.139	12.681

Infine, vale la pena soffermarsi su altri due indicatori di performance degli Uffici di Informazione e accoglienza turistica, ottenuti dall'incrocio dei dati disponibili. In particolare, il primo riferimento rappresenta il valore medio del budget impegnato in rapporto al numero degli arrivi turistici che solitamente si registrano sui territori. In media le Amministrazioni impegnano 0,30 euro per ogni turista che giunge sull'area; il valore diminuisce sensibilmente per quelle aree affermate e meta di flussi numericamente rilevanti – città/centri d'arte e affari – a differenza di altri territori dove la consistenza del mercato è assai ridotta, non per mancanza di appeal ma per la spiccata stagionalità del sistema di offerta che incide sulla continuità dei flussi.

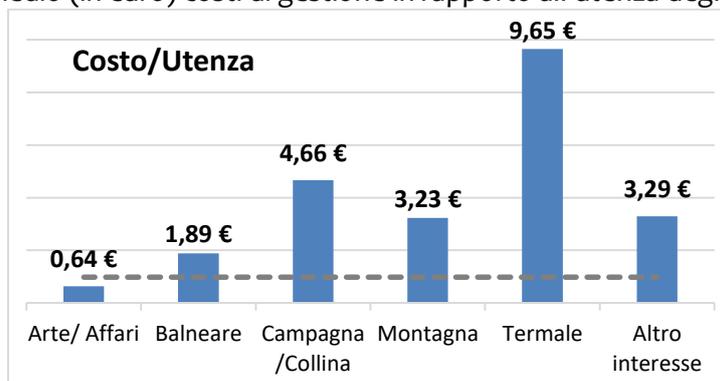
Fig. 2 – Valore medio (in euro) del budget impegnato in rapporto agli arrivi turistici per risorsa



L'altro indicatore di "efficienza" del sistema informativo regionale indica quante unità hanno usufruito del servizio, in rapporto alle risorse finanziarie effettivamente consumate. Il valore medio complessivo in questo caso si attesta a 0,98 euro per ogni utente del servizio di informazione regionale, ma la differenza territoriale rispetto al precedente parametro appare

assai rilevante. Se per gli uffici localizzati nelle aree caratterizzate dalla presenza di attrattori culturali il rapporto si ferma a 0,64 euro per ogni utente del servizio, quelli delle aree rurali e collinari spendono 4,66 euro per ogni utente. Per le aree del termale il valore sale addirittura a 9,65 euro per utente.

Fig. 3 – Valore medio (in euro) costi di gestione in rapporto all'utenza degli uffici per risorsa



## **LE SCHEDE INFORMATIVE DEGLI UFFICI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA**

Prima di passare alla rappresentazione dei risultati ottenuti dalla elaborazione dei dati forniti dai Gestori degli uffici è opportuno sottolineare che oggi il principale strumento di informazione turistica è dato dal web; attraverso i tablet, gli smartphone e i navigatori satellitari, il turista può informarsi in qualsiasi momento sulle proposte di itinerari, le risorse turistiche e i servizi presenti sul territorio. Perciò, le tendenze evolutive del mercato potrebbero indurre ad una seria riflessione sulla necessità di rimodulare il concetto di informazione e accoglienza svolto dagli uffici, in quanto l'informazione è costantemente diffusa e facilmente reperibile. Inoltre, non va trascurato che l'accoglienza sul territorio viene svolta primariamente dagli operatori delle strutture ricettive, molti dei quali sono anche preparati ad illustrare le risorse e a fornire le informazioni sui servizi presenti nel territorio. Oggi gli uffici di informazione e accoglienza sono importantissimi in quei luoghi dove si sviluppano grandi flussi turistici, dove c'è bisogno di assistenza e, soprattutto, in occasione di eventi di forte richiamo o attività stagionali che producono ingenti flussi turistici. Anche nei centri minori il servizio assume una sua valenza strategica, purché programmato e reso attivo in funzione del calendario degli eventi e della stagionalità dei flussi, coordinandosi con i programmi organizzativi promossi dagli Enti Locali dell'intero territorio di riferimento.

In base alle nuove evolute esigenze del turista, sempre più orientato alla ricerca di un'offerta originale, flessibile e conveniente, assumere un ruolo di "ufficio di consulenza turistica" capace di andare oltre le tradizionali attività del desk, potrebbe rappresentare una spinta innovativa, che non si limita solo a restituire l'informazione ma suggerisce percorsi, tematismi ed esperienze territoriali, rendendo più completo il servizio offerto. Se da una parte questa scelta comporterebbe l'acquisizione di nuove competenze, dall'altra bisognerebbe sviluppare un programma esecutivo per omogeneizzare l'operatività del servizio su tutto il territorio regionale, a partire dai canali di comunicazione utilizzati sia per la raccolta che per la distribuzione delle informazioni turistiche, dalle modalità organizzative degli uffici, ma anche dai sistemi attraverso i quali si rendono pubbliche le informazioni relative alle imprese ricettive a tutti gli attori che concorrono alla proposta di marketing territoriale d'ambito o dell'intera regione.

L'analisi è stata svolta rilevando direttamente i dati dai gestori dei punti informativi, che su base volontaria hanno compilato e restituito il questionario proposto. Complessivamente quelli ricevuti sono stati 165.

Tav. 1 – Elenco dei Comuni dai quali sono pervenuti i questionari compilati dai singoli Uffici

Ambito territoriale /Comune	Num. questionario compilati	Ambito territoriale /Comune	Num. questionario compilati
<b>Amiata</b>	<b>3</b>	<b>Piana di Lucca</b>	<b>4</b>
Abbadia San Salvatore	1	Altopascio	1
Arcidosso	1	Lucca	2
Santa Fiora	1	Montecarlo	1
<b>Area Pratese</b>	<b>3</b>	<b>Pistoia e Montagna Pistoiese</b>	<b>5</b>
Carmignano	1	Abetone Cutigliano	2
Montemurlo	1	Pistoia	1
Prato	1	San Marcello Piteglio	1
<b>Arezzo</b>	<b>1</b>	Serravalle Pistoiese	1
Capolona	1	<b>Riviera Apuana</b>	<b>6</b>
<b>Casentino</b>	<b>6</b>	Carrara	4
Bibbiena	1	Massa	1
Castel Focognano	1	Montignoso	1
Chiusi della Verna	1	<b>Terre di Pisa</b>	<b>11</b>
Poppi	1	Calci	1
Pratovecchio Stia	2	Casciana Terme Lari	2
<b>Chianti</b>	<b>6</b>	Lajatico	1
Barberino Tavarnelle	2	Palaia	1
Castellina in Chianti	1	Peccioli	1
Greve in Chianti	1	Pisa	1
Radda in Chianti	1	Pontedera	1
San Casciano in Val di Pesa	1	San Giuliano Terme	1
<b>Costa degli Etruschi</b>	<b>14</b>	Santa Maria a Monte	1
Bibbona	3	Vicopisano	1
Campiglia Marittima	1	<b>Terre di Siena</b>	<b>5</b>
Casale Marittimo	1	Asciano	1
Castagneto Carducci	2	Buonconvento	1
Cecina	1	Rapolano Terme	1
Piombino	3	Siena	1
Riparbella	1	Sovicille	1
Rosignano Marittimo	1	<b>Terre di Valdelsa ed Etruria V.na</b>	<b>11</b>
San Vincenzo	1	Casole d'Elsa	1
<b>Elba</b>	<b>1</b>	Castelnuovo di Val di Cecina	2
Marciana Marina	1	Colle di Val d'Elsa	2
<b>Empolese Val d'Elsa e Montalbano</b>	<b>8</b>	Monteriggioni	1
Castelfiorentino	1	Monteverdi Marittimo	1
Cerreto Guidi	1	Pomarance	1
Certaldo	1	Radicondoli	1
Empoli	1	San Gimignano	1
Montaione	1	Volterra	1
Montelupo Fiorentino	1	<b>Val di Chiana Aretina</b>	<b>5</b>
Montespertoli	1	Castiglion Fiorentino	1
Vinci	1	Civitella in Val di Chiana	1
<b>Firenze e Area Fiorentina</b>	<b>8</b>	Cortona	1
Calenzano	1	Foiano della Chiana	1
Fiesole	1	Lucignano	1
Firenze	3	<b>Val di Chiana Senese</b>	<b>10</b>
Lastra a Signa	1	Cetona	1
Signa	1	Chianciano Terme	1
Vaglia	1	Chiusi	1

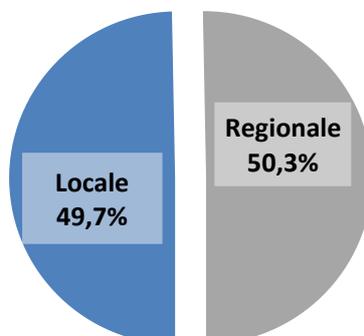
<b>Garfagnana e Media Valle del S.</b>	<b>1</b>	Montepulciano	1
Castelnuovo di Garfagnana	1	San Casciano dei Bagni	1
<b>Livorno</b>	<b>2</b>	Sarteano	1
Capraia Isola	1	Sinalunga	1
Livorno	1	Torrita di Siena	2
<b>Lunigiana</b>	<b>6</b>	Trequanda	1
Bagnone	1	<b>Val d'Orcia</b>	<b>4</b>
Filattiera	1	Montalcino	1
Fosdinovo	1	Pienza	3
Licciana Nardi	1	<b>Valdarno Aretino</b>	<b>8</b>
Pontremoli	2	Bucine	2
<b>Maremma Toscana Nord</b>	<b>12</b>	Castelfranco Piandiscò	1
Castiglione della Pescaia	1	Cavriglia	1
Follonica	1	Loro Ciuffenna	1
Gavorrano	1	Montevarchi	1
Massa Marittima	1	San Giovanni Valdarno	1
Monterotondo Marittimo	2	Terranuova Bracciolini	1
Montieri	1	<b>Valdinievole</b>	<b>4</b>
Roccastrada	2	Montecatini Terme	3
Scarlino	3	Pescia	1
<b>Maremma Toscana Sud</b>	<b>11</b>	<b>Valtiberina Toscana</b>	<b>2</b>
Grosseto	4	Badia Tedalda	1
Isola del Giglio	1	Sansepolcro	1
Orbetello	3	<b>Versilia</b>	<b>6</b>
Pitigliano	1	Camaiore	1
Sorano	2	Forte dei Marmi	1
<b>Mugello</b>	<b>2</b>	Pietrasanta	2
Dicomano	1	Seravezza	1
Scarperia e San Piero	1	Viareggio	1
		<b>TOTALE TOSCANA</b>	<b>165</b>

Dall'analisi emergono situazioni differenti che possono essere riassunte, a grandi linee, distinguendo due gruppi di uffici in base alle modalità operative e alle caratteristiche del servizio di informazione erogato:

- del primo gruppo fanno parte gli uffici dotati di tutti i requisiti previsti nel questionario di indagine. Sono principalmente gli uffici di interesse regionale, o che si definiscono tali anche se non hanno le caratteristiche previste dall'art. 5, comma 1 del Regolamento 7 agosto 2018, n. 47/R, che forniscono informazioni sull'offerta turistica territoriale dove ha sede e, in generale, sull'offerta turistica di tutta la regione, garantendo una continuità di servizio prevalentemente tutto l'anno;
- nel secondo gruppo sono inclusi gli uffici di informazione sull'offerta turistica locale, sovra comunale e di prodotti turistici omogenei. Sono aperti stagionalmente o in funzione dei principali eventi che possono esercitare capacità di attrazione sulla domanda turistica.

In base alle indicazioni fornite, il campione di uffici rispondenti è stato così suddiviso: 83 di interesse regionale e 82 di interesse locale.

Fig. 1 – La caratterizzazione del campione di Uffici rispondenti



Tav. 2 – La caratterizzazione del campione di Uffici rispondenti per ambito

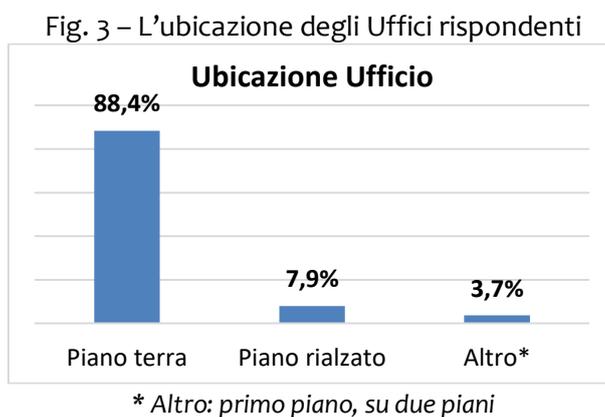
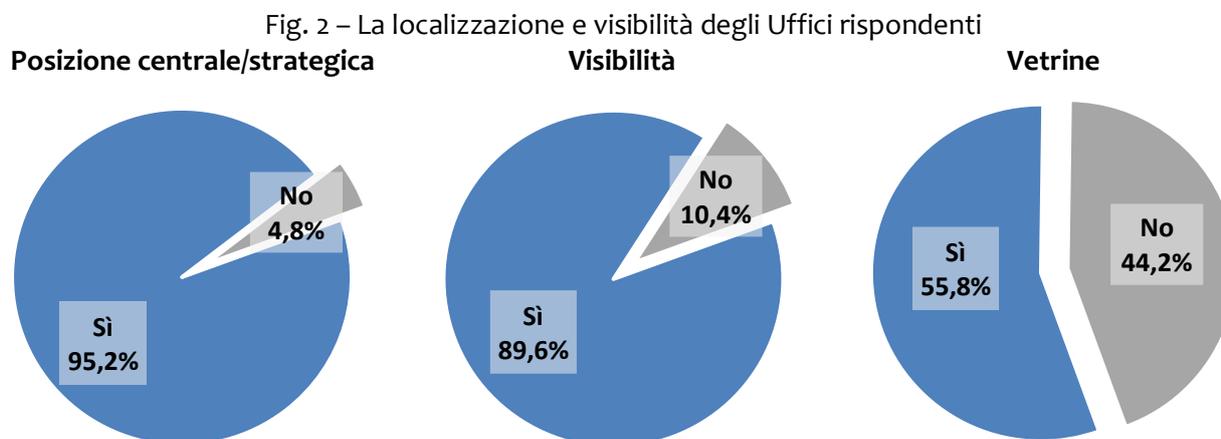
Ambito territoriale	Carattere			Ambito territoriale	Carattere		
	Locale	Regionale	Totale		Locale	Regionale	Totale
Amiata	3		3	Mugello	2		2
Area pratese	3		3	Piana di Lucca	3	1	4
Arezzo	1		1	Pistoia e Montagna Pistoiese	4	1	5
Casentino	4	2	6	Riviera Apuana	4	2	6
Chianti	2	4	6	Terre di Pisa	4	7	11
Costa degli Etruschi	2	12	14	Terre di Siena	3	2	5
Elba	1		1	Terre di Valdelsa e Etruria Volt.	2	9	11
Empolese Val d'Elsa Montalbano	3	5	8	Val di Chiana Aretina	4	1	5
Firenze e Area Fiorentina	3	5	8	Val di Chiana Senese	8	2	10
Garfagnana e Media Valle del S.		1	1	Val d'Orcia	2	2	4
Livorno	1	1	2	Valdarno Aretino	5	3	8
Lunigiana	3	3	6	Valdinievole	3	1	4
Maremma Toscana Area Nord	6	6	12	Valtiberina Toscana	1	1	2
Maremma Toscana Area Sud	5	6	11	Versilia		6	6

### Logistica e caratteristiche del locale

Rispetto a quanto previsto dal Regolamento 7 agosto 2018, n. 47/R, (attuazione della Legge Regionale n. 86/2016) i risultati del campione sulla localizzazione degli uffici appaiono sostanzialmente accettabili. Infatti, solo nel 4,8% dei casi i gestori hanno segnalato una criticità di posizionamento.

Valori abbastanza elevati, ma non del tutto soddisfacenti, anche per quanto riguarda la **visibilità dei punti informativi: l'89,6% dei rispondenti la giudica positivamente**. Da segnalare, inoltre, che solo nel **58,1% dei casi l'ufficio dispone di illuminazione notturna**.

Le risposte positive scendono al 55,8% quando si fa riferimento alla disponibilità di vetrine. Invece, rispetto alla **ubicazione degli uffici l'11,6% ha segnalato la collocazione dei locali ad un piano rialzato o al primo piano.**

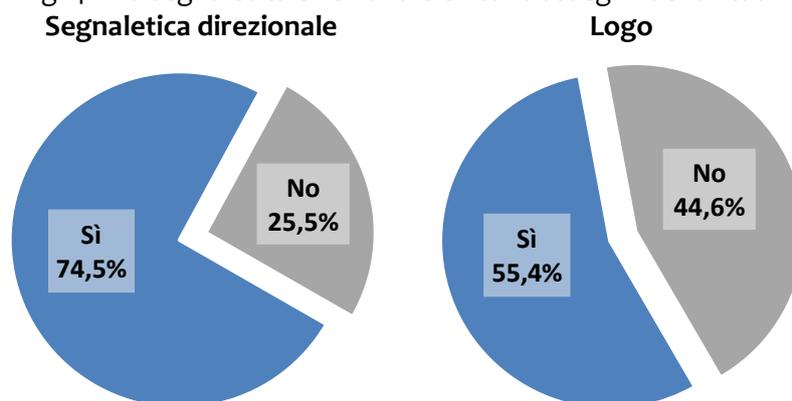


**Diminuiscono** sensibilmente **le risposte positive** quando si fa riferimento alla messa in opera **della segnaletica direzionale**, che deve essere realizzata e mantenuta in buono stato dai Comuni. In questo caso abbiamo registrato un **25,5% di risposte negative**.

Ancora peggio per quanto attiene **l'esistenza dell'apposito segno distintivo, indicato solo dal 55,4% del campione**. Sempre in merito ai contrassegni che ne permettono una facile individuazione degli uffici, alla domanda sulla eventuale registrazione del logo, ha fornito l'indicazione la metà del campione: 20 uffici hanno risposto affermativamente contro 62 che invece hanno segnalato una risposta negativa.

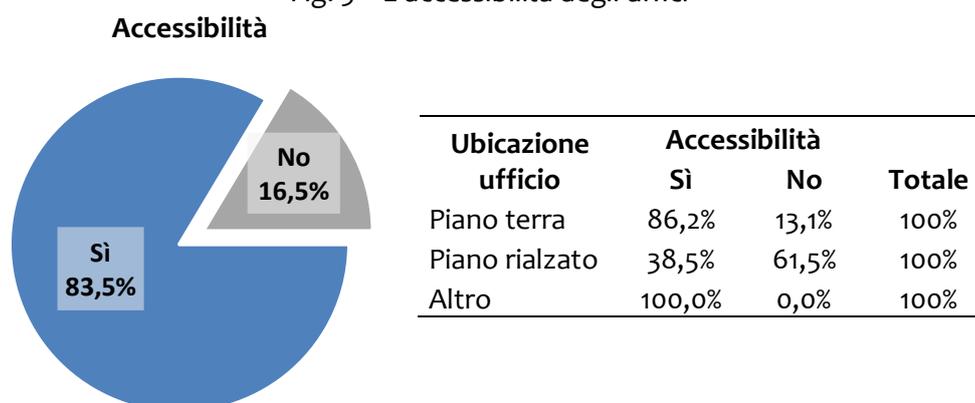
Dall'analisi delle informazioni ricevute dai soggetti referenti della registrazione del logo sono stati indicati la Regione Toscana (3 uffici), le Province interessate (2 uffici), i Comuni interessati (5 uffici), le Pro Loco (3 uffici), un Ente Parco, una Fondazione e un Consorzio (un ufficio ciascuno).

Fig. 4 – La segnaletica direzionale e i contrassegni identificativi



Spostando l'attenzione sugli aspetti strutturali degli uffici, **nel 16,5% dei casi è stata dichiarata l'esistenza di barriere architettoniche che di fatto non consentono l'accessibilità a tutte le categorie di utenti.** In particolare, gli impedimenti sono stati rilevati nel 57,9% degli uffici ubicati nei piani rialzati, ma anche per il 13,1% di quelli posizionati al piano terra.

Fig. 5 – L'accessibilità degli uffici



Pur in presenza di un numero elevato di non risposte, è stato possibile ottenere un riferimento alla dimensione media complessiva degli uffici, che è pari a 60,5 mq. Invece, la misura dello spazio medio a disposizione degli utenti è di 37,7 mq, sostanzialmente in linea con quanto indicato dal Regolamento, anche se **il 7,8% degli uffici che si sono autodefiniti di interesse regionale dichiara disponibilità di spazio inferiore a 10 mq e un altro 20,3% una superficie compresa tra 10 mq e 20 mq**, ben al di sotto dei parametri stabiliti dal Regolamento. Infine, considerando solamente gli uffici che hanno indicato sia la superficie complessiva sia lo spazio a disposizione degli utenti, si può stimare che quest'ultimo rappresenti mediamente circa il 64% di tutta la superficie dell'ufficio.

Tav. 3 – La superficie complessiva e gli spazi a disposizione del pubblico

	Non risposte	Superficie media	Range (min – max)
Superficie complessiva	33	60,5 mq	6,4 mq– 1.253,0 mq
Spazio a disposizione utenti	40	37,7 mq	0 mq – 250,0 mq

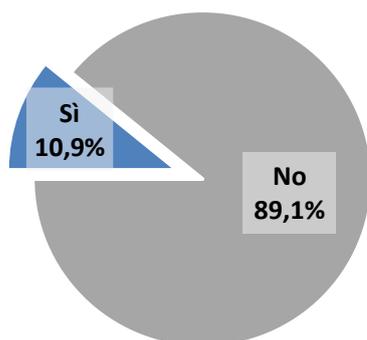
Tav. 4 – La superficie degli spazi a disposizione del pubblico. Val. %

Superficie destinata al pubblico	Locale	Regionale	Totale
Inferiore ai 10 mq	9,8%	7,8%	8,8%
Da 10 a 20 mq	27,9%	20,3%	24,0%
20 mq e oltre	62,3%	71,9%	67,2%
Totale	100	100	100

Rimanendo in tema di servizi rivolti all’utenza, solo il 51,5% dei rispondenti dichiara la dotazione dei servizi igienici dedicati all’utenza e solo il 10,9% ha invece ha attrezzato uno spazio per il cambio e l’allattamento dei bambini.

Fig. 6 – Gli altri spazi disponibili per l’utenza

**Spazio baby pit-stop per cambio e allattamento**

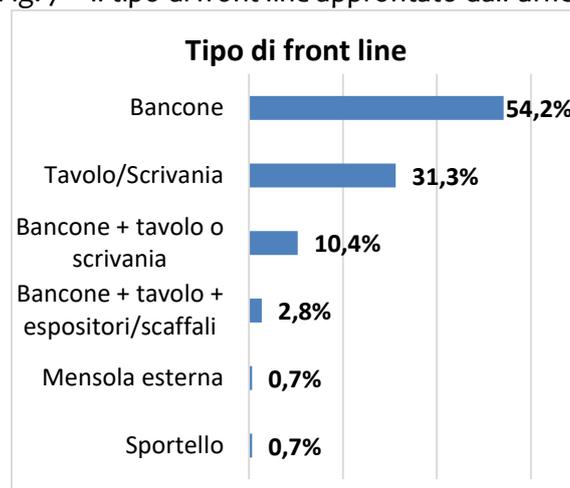


**Altri spazi disponibili**

- Spazi museali/espositivi/didattici
- Toilette e bagno per disabili
- Magazzino/ripostiglio
- Tavoli/divani per consultazione materiale
- Piazzale/spazio esterno
- Mini area giochi/giardinetto
- Sala riunioni/conferenze
- Biblioteca/spazi lettura/area bookcrossing
- Shop/vetrine prodotti/oggettistica
- Ingresso/sala di attesa
- Postazione internet/Wi Fi
- Punto ristoro/bar
- Zona degustazione
- Uffici vari
- Postazione PAAS
- Noleggio bike

Se invece spostiamo l’attenzione sulle modalità organizzative dello spazio destinato all’accoglienza degli utenti, il modello di ufficio informazione che emerge dall’indagine è quello tradizionale dove il rapporto con il turista è mediato dal “bancone”. In molte altre circostanze, invece, si registra un tentativo di riorganizzazione degli spazi dell’accoglienza: ricevere il turista al tavolo può essere un modo per farlo sentire ospite gradito, protagonista e non soggetto passivo.

Fig. 7 – Il tipo di front line approntato dall'ufficio



### Gli orari di apertura

Il 39% degli uffici ha dichiarato un'apertura stagionale compresa tra un minimo di due mesi fino ad un massimo di 10 mesi. **Gli uffici di rilevanza locale sono in prevalenza ad apertura annuale (66,7%), mentre la quota di quelli di interesse regionale scende al 61%, a differenza di quanto previsto dal Regolamento 07/08/2018.**

Tav. 5 – il periodo di operatività degli uffici. Val. %

Apertura	Carattere dell'ufficio		
	Locale	Regionale	Totale
Annuale	66,7	55,4	61,0
Stagionale	33,3	44,6	39,0
Totale	100	100	100

Tav. 6 – il periodo di operatività degli uffici suddiviso per ambiti

Ambito territoriale	Apertura			Ambito territoriale	Apertura		
	Annuale	Stagion.	Totale		Annuale	Stagion.	Totale
Amiata	3		3	Mugello	2		2
Area pratese	3		3	Piana di Lucca	3	1	4
Arezzo	1		1	Pistoia e Montagna Pistoiese	5		5
Casentino	2	4	6	Riviera Apuana	1	5	6
Chianti	1	5	6	Terre di Pisa	10	1	11
Costa degli Etruschi	2	12	14	Terre di Siena	5		5
Elba		1	1	Terre di Valdelsa e Etruria Volt.	6	5	11
Empolese Val d'Elsa Montalbano	6	2	8	Val di Chiana Aretina	3	2	5
Firenze e Area Fiorentina	6	2	8	Val di Chiana Senese	9	1	10
Garfagnana e Media Valle del S.	1		1	Val d'Orcia	4		4
Livorno	1	1	2	Valdarno Aretino	3	4	7
Lunigiana		6	6	Valdinievole	4		4
Maremma Toscana Area Nord	6	6	12	Valtiberina Toscana	2		2
Maremma Toscana Area Sud	5	6	11	Versilia	6		6

Oltre il 60% degli uffici modifica l'orario di apertura nel corso dell'anno. In media l'orario settimanale di apertura si attesta su 37,1 ore nei periodi di massima affluenza (35,7 ore per gli uffici di carattere "locale", 38,3 ore per gli uffici di interesse "regionale"). Nel resto dell'anno la media delle ore settimanali di apertura scende a 25,6.

Nel 94,3% dei casi gli uffici hanno segnalato l'apertura del sabato nei periodi di massima affluenza; sempre nei periodi di alta stagione l'81,1% degli uffici ha indicato l'apertura domenicale.

Tav. 7 – Orari di apertura nei periodi di maggior affluenza

	LUN	MAR	MER	GIO	VEN	SAB	DOM
% di uffici aperti	84,3%	90,6%	94,3%	95,6%	97,5%	94,3%	81,1%
Media ore apertura (solo uffici aperti)	5,7	5,9	5,6	5,9	5,9	5,9	5,8

Tav. 8 – Ore medie settimanali di apertura degli uffici nei periodi di maggior affluenza suddivisi per ambito

Ambito	Media ore/settimana	Ambito	Media ore/settimana
Amiata	36,0	Mugello	33,8
Area pratese	28,7	Piana di Lucca	37,1
Arezzo	22,0	Pistoia e Montagna Pistoiese	37,6
Casentino	35,2	Riviera Apuana	27,8
Chianti	38,0	Terre di Pisa	31,0
Costa degli Etruschi	40,9	Terre di Siena	37,2
Elba	42,0	Terre di Valdelsa e Etruria Volt.	44,9
Empolese Val d'Elsa Montalbano	38,8	Val di Chiana Aretina	35,5
Firenze e Area Fiorentina	42,4	Val di Chiana Senese	33,9
Garfagnana e Media Valle del S.	49,0	Val d'Orcia	42,4
Livorno	45,5	Valdarno Aretino	35,4
Lunigiana	31,6	Valdinievole	32,0
Maremma Toscana Area Nord	34,1	Valtiberina Toscana	47,0
Maremma Toscana Area Sud	33,2	Versilia	49,5

Per quanto attiene il numero di operatori impegnati nella gestione degli uffici, il conteggio totale di quelli indicati dai rispondenti è di 423 unità complessive. Mediamente 2,7 per struttura – massimo di 24 operatori indicati da due uffici di Firenze – e 2,3 impiegati esclusivamente nell'area del front office.

Tav. 9 – Gli addetti del servizio di informazione

Operatori impiegati:	Num. risposte	Totale	Media per ufficio
- Complessivamente nel servizio	158	423	2,7
- In attività di informazione e sportello	151	351	2,3

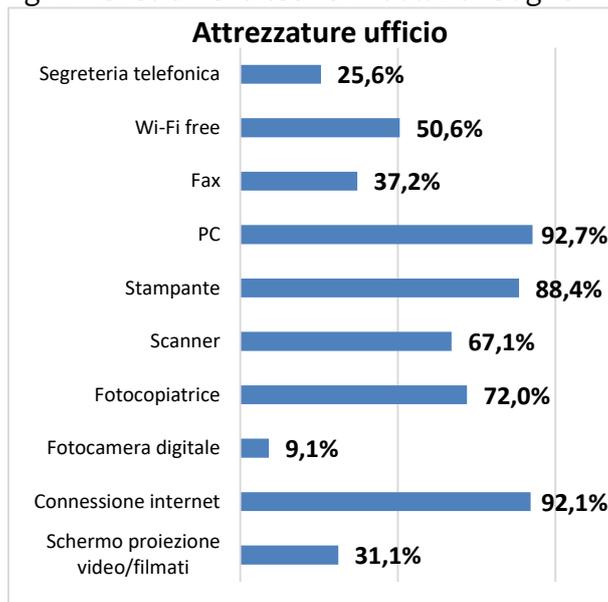
Tav. 10 – Il numero medio degli addetti degli uffici suddivisi per ambito

Ambito	Media operatori impiegati		Ambito	Media operatori impiegati	
	Nel servizio	Nelle attività di informazioni e sportello		Nel servizio	Nelle attività di informazioni e sportello
Amiata	1,3	1,0	Mugello	3,0	3,0
Area pratese	3,7	2,0	Piana di Lucca	3,3	3,0
Arezzo	1,0	1,0	Pistoia e Montagna Pistoiese	1,8	1,5
Casentino	2,2	2,5	Riviera Apuana	1,7	1,0
Chianti	1,4	1,0	Terre di Pisa	1,9	2,2
Costa degli Etruschi	2,5	1,9	Terre di Siena	3,2	2,6
Elba	1,0	1,0	Terre di Valdelsa e Etruria Volt.	2,5	1,9
Empolese Val d'Elsa Montalbano	3,0	2,6	Val di Chiana Aretina	3,8	3,0
Firenze e Area Fiorentina	8,1	7,8	Val di Chiana Senese	2,8	1,9
Garfagnana e Media Valle del S.	2,0	2,0	Val d'Orcia	2,5	2,5
Livorno	3,5	3,0	Valdarno Aretino	2,4	2,7
Lunigiana	2,2	1,5	Valdinievole	3,3	3,3
Maremma Toscana Area Nord	2,3	1,8	Valtiberina Toscana	2,5	2,5
Maremma Toscana Area Sud	1,5	1,4	Versilia	2,3	1,8

## Attrezzature ufficio

Rispetto a quanto previsto dal Regolamento, i risultati della dotazione disponibile presso gli uffici risulterebbero sostanzialmente carenti. Basterebbe soffermarsi sulla disponibilità di personal computer, dichiarata nel 92,7% degli uffici, ormai indispensabile per archiviare ed erogare qualsiasi tipo di informazione. Ma altre lacune emergerebbero anche per quanto attiene al Wi-Fi, alla connessione internet o semplicemente alla disponibilità di una segreteria telefonica per gli orari di chiusura delle strutture.

Fig. 8 – Gli strumenti tecnici in dotazione agli uffici



Partendo dalla situazione appena rappresentata, sono state **285 le segnalazioni dei Referenti sugli investimenti più urgenti da realizzare per migliorare il processo produttivo dell'ufficio**. Da sottolineare che circa **il 40% delle richieste ha come riferimento gli investimenti in innovazione tecnologica**, molte delle quali riferite a dotazioni mancanti e indispensabili per innalzare gli standard qualitativi del servizio. Altre indicazioni su aspetti diversi del servizio possono essere osservate nella tavola successiva.

Tav. 11 – Gli investimenti o le attività più urgenti per il miglioramento del servizio

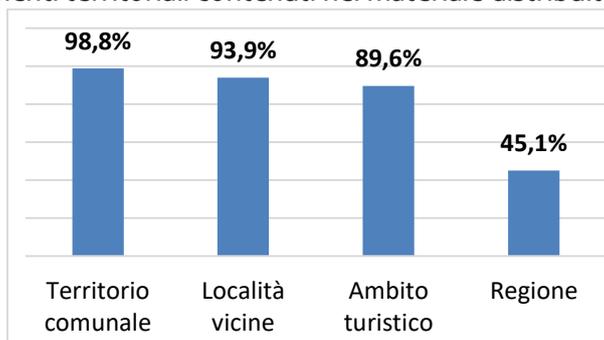
<b>Proposte di miglioramento del servizio</b>	<b>Frequenza</b>
Segnaletica esterna/Insegna/vetrina/illuminazione per migliorare visibilità ufficio	34
Rinnovamento attrezzatura informatica	28
Strumenti multimediali (megaschermo, totem informativo, internet point, audio guide)	28
Materiale informativo (in più lingue, gratuito, aggiornato)	27
Connessione internet (wi-fi, fibra)	20
Investimenti sul personale (nuove assunzioni, formazione)	19
Nuovi arredi/Allestimenti interni (espositori)	18
Ampliamento ufficio/Nuova sede/nuovi spazi	16
Stampante multifunzione/a colori/fotocopiatrice/scanner	15
Fax, telefono, segreteria	12
Migliorare coordinamento con territorio e altri uffici turistici	11
Accessibilità e fruibilità del servizio a persone diversamente abili	10
Ampliamento orario di apertura ufficio (fine settimana, aperture serali)	10
Impianti (riscaldamento/aria condizionata/impianto elettrico)	6
Manutenzione interna ed esterna/Impianto riscaldamento	6
Realizzazione/Restyling sito web di promozione del territorio	5
Software per l'ottimizzazione del servizio (gestione utenza, offerta del territorio)	4
Maggiori risorse per il servizio	3
Servizi igienici	3
Software grafica	2
Attività di booking	2
Scaffalature per materiale informativo	1
Vendita prodotti e gadget	1
Bigliettazione visite guidate, escursioni, spettacoli	1
Video sorveglianza interna	1
Servizio assistenza biciclette	1
Uniformare i back - office	1

### **Servizi del front-office**

La fotografia dello stato di fatto degli uffici, in merito alla disponibilità e distribuzione gratuita del materiale informativo, mette in evidenza una copertura del servizio direttamente correlata alle distanze geografiche. Se la distribuzione del materiale relativo al territorio comunale in cui

ha sede la struttura raggiunge il 98,8% dell'operatività dichiarata, quello con i contenuti di rilevanza regionale si ferma al 45,1% delle indicazioni fornite dal campione. Ma più che questo ultimo dato, quello su cui riflettere è che nel complesso **gli uffici farebbero emergere qualche difficoltà nell'erogazione del servizio, considerato che il campione è costituito per circa la metà da punti informativi di rilevanza locale e di interesse regionale.**

Fig. 9 – I riferimenti territoriali contenuti nel materiale distribuito gratuitamente



Tav. 12 – I riferimenti territoriali contenuti nel materiale distribuito gratuitamente per ambito. Val. %

Ambito territoriale	Materiale relativo a:			
	Comune	Località vicine	Ambito turistico	Regione
Amiata	66,7	66,7	100	0,0
Area pratese	66,7	66,7	100	33,3
Arezzo	100	0,0	0,0	0,0
Casentino	100	100	100	16,7
Chianti	100	100	100	100
Costa degli Etruschi	100	85,7	100	71,4
Elba	100	100	100	0,0
Empolese Val d'Elsa e Montalbano	100	100	100	50,0
Firenze e Area Fiorentina	100	100	100	75,0
Garfagnana e Media Valle del Serchio	100	100	100	0,0
Livorno	100	100	100	0,0
Lunigiana	100	100	100	33,3
Maremma Toscana Area Nord	100	100	91,7	50,0
Maremma Toscana Area Sud	100	90,9	90,9	63,6
Mugello	100	100	100	0,0
Piana di Lucca	100	100	75,0	0,0
Pistoia e Montagna Pistoiese	100	100	40,0	0,0
Riviera Apuana	100	100	100	50,0
Terre di Pisa	100	90,9	90,9	54,5
Terre di Siena	100	80,0	80,0	20,0
Terre di Valdelsa e dell'Etruria Volterrana	100	100	72,7	54,5
Val di Chiana Aretina	100	100	100	20,0
Val di Chiana Senese	100	100	90,0	20,0
Val d'Orcia	100	100	75,0	50,0
Valdarno Aretino	100	71,4	57,1	14,3
Valdinievole	100	100	100	50,0
Valtiberina Toscana	100	100	100	50,0
Versilia	100	100	100	100

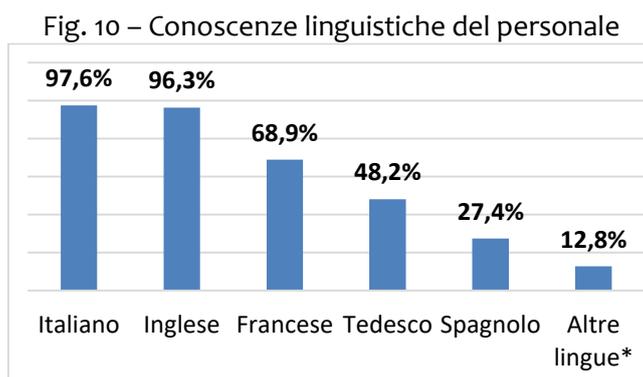
Gli altri servizi informativi dichiarati dagli uffici sono:

- ✓ Nel 95,1% dei casi la diffusione gratuita di materiale dei principali comuni dell'ambito turistico e/o consultazione di materiale cartaceo realizzato da Consorzi turistici, Enti Pubblici e Associazioni di categoria, ecc.;
- ✓ Il 68,9% del campione garantisce la possibilità di consultare all'interno dell'ufficio materiale informativo del territorio locale, regionale e nazionale;
- ✓ Le informazioni sulle risorse e opportunità in ambito locale (in loco, tramite telefono, fax, e mail) le dichiara il 92,7% del campione;
- ✓ Le informazioni sulle risorse delle località vicine (in loco, tramite telefono, fax, e mail) sono state indicate dall'86,6%;
- ✓ Le informazioni sulle risorse dell'ambito turistico le fornisce l'82,9% degli uffici;
- ✓ Le informazioni sulle risorse regionali le eroga, come da classificazione, solo il 50,6% del campione.

Tav. 13 – Tipologia di informazione erogata (in loco, tramite telefono, fax o mail) per ambito. Val. %

Ambito territoriale	Informazioni su risorse relative a:			
	Comune	Località vicine	Ambito turistico	Regione
Amiata	100	100	100	0,0
Area pratese	33,3	33,3	66,7	0,0
Arezzo	100	0,0	0,0	0,0
Casentino	100	100	66,7	33,3
Chianti	83,3	83,3	83,3	66,7
Costa degli Etruschi	100	85,7	100	85,7
Elba	100	100	100	0,0
Empolese Val d'Elsa e Montalbano	87,5	87,5	87,5	62,5
Firenze e Area Fiorentina	87,5	87,5	87,5	62,5
Garfagnana e Media Valle del Serchio	100	100	100	100
Livorno	100	100	100	50,0
Lunigiana	100	100	100	50,0
Maremma Toscana Area Nord	100	91,7	75,0	50,0
Maremma Toscana Area Sud	100	100	100	54,5
Mugello	100	100	100	0,0
Piana di Lucca	100	100	75,0	25,0
Pistoia e Montagna Pistoiese	100	100	40,0	20,0
Riviera Apuana	33,3	33,3	33,3	33,3
Terre di Pisa	90,9	81,8	90,9	63,6
Terre di Siena	100	40,0	100	40,0
Terre di Valdelsa e dell'Etruria Volterrana	100	90,9	90,9	81,8
Val di Chiana Aretina	100	80,0	60,0	20,0
Val di Chiana Senese	80,0	80,0	70,0	20,0
Val d'Orcia	100	100	100	50,0
Valdarno Aretino	100	100	57,1	42,9
Valdinievole	100	100	100	25,0
Valtiberina Toscana	100	100	100	50,0
Versilia	100	100	100	100

Nel 97,6% degli uffici è garantita la conoscenza di almeno una lingua straniera, nel 96,3% di almeno due lingue straniere (al riguardo il **Regolamento prevede**, sia per gli uffici di rilevanza regionale sia locale, **l'obbligo della conoscenza della lingua inglese**). Le competenze linguistiche in inglese sono state dichiarate dal 96,3% dei casi, quelle in francese nel 68,9% dei casi. Le altre competenze indicate con una certa frequenza sono il tedesco e lo spagnolo, ma ne sono state segnalate altre dieci, seppur con frequenze minori.



\* Altre lingue: portoghese, russo, giapponese, arabo, cinese, ungherese, olandese, albanese, polacco, croato

Gli altri servizi al turista dichiarati dal campione sono:

- ✓ **La vendita di guide, cartine, pubblicazioni, stampe, sia del luogo ove ha sede l'ufficio sia dell'ambito turistico;** in totale le segnalazioni hanno raggiunto il 53,0% del totale, di cui il 44,4% giunto da punti di interesse locale e il 61,4% da strutture di interesse regionale;
- ✓ **La vendita di gadget e merchandising, del territorio e dell'ambito turistico,** la segnala il 37,2% del campione: il 35,8% delle strutture di interesse locale e il 38,6% di interesse regionale.

Continuando nell'analisi dei dati forniti, è utile ricordare che il punto informativo interagisce con il turista e molto spesso rappresenta l'interfaccia tra quest'ultimo e il sistema di offerta territoriale che fornisce servizi. Talvolta la qualità offerta può essere percepita in maniera differente e, magari, si traduce in elemento di insoddisfazione. Per queste ragioni è importante strutturare un buon servizio di customer care finalizzato alla raccolta e possibilmente gestione di eventuali reclami per disservizi. In sostanza, un sistema di accoglienza deve avere ben chiaro che ogni cliente insoddisfatto ha il diritto di presentare le sue rimostranze, ed è dovere di coloro che presidiano il territorio di accoglierle e prendere atto delle carenze di servizio. Le lamentele dei clienti devono quindi essere lette come una seconda chance per far meglio, per limitare le inefficienze del sistema. Da questo punto di vista si rileva, purtroppo, che solo il **62,2% del**

**campione ha dichiarato la raccolta di suggerimenti, segnalazioni, critiche degli utenti al sistema turistico locale;** ciò viene realizzato dal 51,9% degli uffici di interesse locale e dal 72,3% di quelli di interesse regionale.

Tra gli altri servizi dichiarati dal campione troviamo gli spazi attrezzati per gli utenti con **Internet point per l'autoconsultazione. Questa dotazione è stata segnalata dal 21,3% del campione:** solo il 16,0% degli uffici di interesse locale e il 26,5% di interesse regionale.

**Il Totem**, o altri strumenti come bacheche con schermo e data base, per l'autoconsultazione l'ha indicato **il 18,3% del campione:** 14,8% locale e 21,7% regionale. **Altri sistemi** quali Tablet, Touch screen connesso ad internet, pannelli/monitor informativi esterni, audioguide, ecc. sono disponibili presso il 6,7% degli uffici campione (4,9% locali e 8,4% regionali).

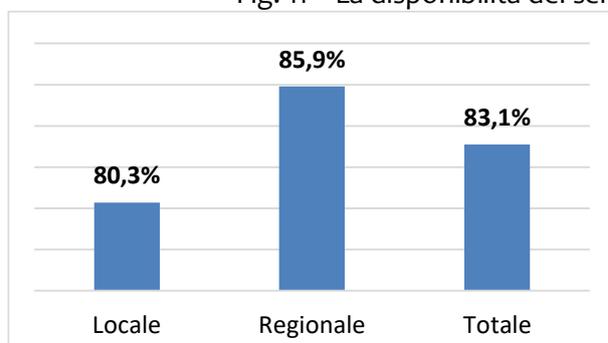
Infine, l'ultima segnalazione è relativa al **materiale per persone con bisogni speciali.** Solo 5 uffici (2 locali e 3 regionali) hanno dichiarato la dotazione di audiolibri e altro materiale per non vedenti, mentre solo l'Ufficio "regionale" di Piazza Stazione di Firenze ha indicato la presenza di uno sportello dedicato alle persone non udenti e la disponibilità di sistemi di video-messaggi per comunicare mediante la lingua dei segni.

Una riflessione a parte **merita il servizio booking, introdotto dall'81,7% degli uffici che hanno partecipato all'indagine** (il 79% locale e l'84,3% regionale). **Circa il 95% di coloro che hanno risposto hanno precisato che la prenotazione viene effettuata in forma esclusivamente gratuita,** ma l'aspetto più interessante è senza dubbio l'osservazione sulle diverse tipologie di servizi potenzialmente prenotabili:

- ✓ Verifica della **disponibilità** e successiva **prenotazione delle strutture ricettive:** la segnala il 48,8% del campione – 40,7% uffici locali e 56,6% uffici regionali;
- ✓ **Prenotazioni delle strutture ricettive locali e dell'ambito turistico con emissione di voucher,** indicata dal 14,0% dei rispondenti – 7,4% locali e 20,5% regionali;
- ✓ **Prenotazione** e successiva emissione di biglietti per **visite guidate, escursioni, gare, premi, spettacoli, concorsi e altre iniziative culturali locali e dell'ambito turistico,** segnalata dal 32,9% degli uffici – 25,9% locali e 39,8% regionali;
- ✓ **Prenotazione servizio guide e accompagnatori** nel territorio dove ha sede l'ufficio e dell'ambito turistico, indicata dal 45,1% degli uffici – 43,2% locale e 47,0% regionale;
- ✓ Il **noleggio di audioguide** è stato segnalato dal 4,3% del campione.

Gli **altri servizi di prenotazione** disponibili sono: **vendita biglietti di trasporto pubblico/transfer e tessere parcheggi** (8 segnalazioni), **noleggio bike** (7), **prenotazione wine tasting/degustazioni** (5), **prenotazione e vendita biglietti musei/mostre** (4), **noleggio auto** (2).

Fig. 11 – La disponibilità del servizio prenotazione/booking



	Val. %
Gratuitamente	94,8
A pagamento	2,2
Gratuitamente/A pagamento	4,0
Totale	100

### Servizi di back-office

Sull'attività operativa del back office l'analisi dei dati forniti dai diversi punti informativi della regione ha evidenziato qualche ritardo nella riorganizzazione del servizio. Secondo le analisi evolutive del turismo cambiano i comportamenti dei viaggiatori e cambiano le aspettative. Da "ospiti" in cerca di informazioni a "viaggiatori consapevoli" sempre più informati preventivamente e in cerca di esperienze personalizzate, di valore aggiunto e di un supporto reale da parte della destinazione, prima, durante e dopo il soggiorno. L'uso di internet ha cambiato profondamente i rapporti. Le persone oggi vivono online e spesso utilizzano lo smartphone per ricercare informazioni locali. In questo contesto, per esempio, non si fa riferimento ad un "collettore" delle informazioni sull'area o a una piattaforma come fonte informativa condivisa su eventi, operatori e servizi del territorio, ma ogni singola realtà organizza la funzione del back office secondo una propria interpretazione:

- ✓ L'attività standard di **redazione del "data base turismo" sulle risorse locali è stata segnalata dal 56,7% del campione** (40,7% uffici di interesse locale e 72,3% regionale);
- ✓ **Il 62,2% ha dichiarato l'attività di redazione di documenti** e collaborazioni diverse nella realizzazione di **opuscoli e guide di informazione locale**;
- ✓ **Il 67,1% ha indicato l'attività di aggiornamento di mailing list di operatori locali, enti, altri soggetti, ecc. per gestione mirata della corrispondenza e attività di direct-marketing**;
- ✓ **Il 30,5% ha segnalato la realizzazione di rassegne stampa**, periodici o fogli a fini gestionali e promozionali;

- ✓ **Solo 7 segnalazioni hanno indicato l'attività di aggiornamento di un "portale" informativo** e in 6 casi è stato fatto riferimento alla creazione e gestione di contenuti Social;
- ✓ 5 le segnalazioni sul coordinamento del calendario eventi e 3 riferite alla gestione di newsletter.

Infine, si segnala che **il 58,5% del campione ha indicato la realizzazione di indagini statistiche sulle richieste e caratteristiche degli utenti del servizio, mentre solo il 37,2% ha dichiarato l'attività di gestione dell'archivio reclami.**

Invece, rispetto alle collaborazioni attivate dagli uffici informazione nelle azioni di marketing locale, emerge un discreto dinamismo per le attività di supporto all'ideazione, organizzazione e promozione di iniziative ed eventi locali, calendari eventi, programmi di visite guidate, mostre, concorsi, itinerari a tema. L'obiettivo ovviamente è di contribuire a migliorare il posizionamento della località e lo dichiara il 76,8% del campione.

Un altro 47,6% di segnalazioni ha indicato il contributo dell'ufficio alla realizzazione di materiale documentale e gadget (monografie, guide, gestione archivi fotografici, documentazione storica e tradizioni locali, merchandising). Invece, **solo il 28% del campione ha fatto riferimento ad attività di organizzazione di stage, seminari, corsi di aggiornamento, rivolti al personale interno e agli operatori locali, sulla qualità dei servizi turistici.**

Altre segnalazioni hanno fatto riferimento a collaborazioni con istituti scolastici per attività di stage (8 indicazioni), attività di web-marketing (4), organizzazione workshop ed educational per operatori/blogger/influencer (3), partecipazione a fiere e workshop turismo (3), organizzazione di eventi culturali, coordinamento rapporti Comune/operatori (1), realizzazione dell'osservatorio turistico territoriale (1).

Un altro dato sicuramente rilevante è che solo il 33,5% degli uffici informazione si attiva per la ricerca di risorse finanziarie da destinare alla realizzazione di nuovi progetti (24,7% degli uffici locali e il 42,2% regionali).

Infine, il 32,9% dei rispondenti ha dichiarato di svolgere anche un ruolo di coordinamento di altri sportelli informativi ad apertura temporanea o stagionale. Assolutamente marginale la scelta di attivare postazioni self service decentrate.

Tav. 14 – L'attivazione di postazioni self service decentrate. Val. %

	Carattere		
	Locale	Regionale	Totale
Si	4,5	3,7	4,1
No	95,5	96,3	95,9
Totale	100	100	100

## Gestione

In merito alla differente articolazione dei soggetti che gestiscono l'operatività degli uffici, è opportuno segnalare una certa discordanza con i valori emersi dall'analisi dei dati forniti dai Comuni. In molti casi ai questionari inviati dai Comuni non è stato possibile sovrapporre le informazioni dei corrispondenti uffici; cioè è capitato che si aveva a disposizione il questionario inviato dall'Ente e non quello dell'Ufficio, e viceversa.

In ogni caso, secondo i dati disponibili, la forma di gestione prevalente è quella dell'affidamento del servizio a soggetti esterni, principalmente cooperative, società o consorzi a capitale misto pubblico-privato: 44,8%, percentuale che sale al 61% tra gli uffici campione di interesse regionale e si ferma al 28,4% tra quelli di interesse locale. L'affidamento esterno alla Pro Loco è indicato al 26,4% e questa soluzione è più frequente per gli uffici di interesse locale.

Tav. 15 – I diversi soggetti gestori degli uffici di informazione e accoglienza turistica. Val. %

Gestione	Carattere		
	Locale	Regionale	Totale
Direttamente dal Comune	19,8	4,9	12,3
Affidamento esterno a Pro Loco	34,6	18,3	26,4
Affidamento esterno a società, cooperativa, consorzio, ecc.	28,4	61,0	44,8
Gestione mista: Comune - Impresa/Associazione esterna	16,0	14,6	15,3
Altra soluzione	1,2	1,2	1,2
Totale	100	100	100

\* Società privata; Cooperativa di Comunità privata

## Banche dati e software di gestione

Per strutturare al meglio il modello organizzativo e produttivo degli uffici, sia nella fase di raccolta svolta prevalentemente dal back office sia nell'erogazione delle informazioni turistiche, il personale ha la necessità di avvalersi delle strumentazioni digitali atte a favorire la corretta archiviazione e il facile reperimento delle informazioni richieste dagli utenti. Secondo i dati riportati nella tavola successiva, emergerebbero importanti carenze nella disponibilità di software e programmi gestionali.

Tav. 16 – Le soluzioni software disponibili presso gli uffici. Val %

	Locale		Regionale		Totale	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO
L'ufficio dispone di pacchetto Office?	73,5	26,5	93,3	6,7	83,9	16,1
Altri software per gestione documenti interni, mailing list, files di testo, contabilità, ...	68,9	31,1	76,3	23,8	72,7	27,3
Software per realizzare archivi informazioni locali, aggiornamento sistema informativo locale, ecc.	38,9	61,1	48,0	52,0	43,5	56,5
Software per trattare file immagini, suoni, video, ecc.	31,9	68,1	47,9	52,1	40,0	60,0

La funzione centrale di tutta l'attività d'ufficio, cioè quella della creazione, aggiornamento e mantenimento della banca dati, viene realizzata prevalentemente dal personale addetto allo sportello. Solo nel 12,2% dei casi gli uffici esternalizzano il servizio.

Tav. 17 – Creazione e aggiornamento del data base informativo. Val %

Inserimento/aggiornamento dati	Carattere		
	Locale	Regionale	Totale
Personale dello sportello informativo	86,4	89,0	87,8
Da esterni (società di consulenza e di servizi)	13,6	11,0	12,2
Totale	100	100	100

### Dati sul servizio svolto nel 2018

Pur essendo ormai una procedura adottata in moltissimi settori di attività, **il 12,7% degli uffici campione, pari a 21 in valori assoluti, non ha indicato il dato sull'utenza che nel corso del 2018 ha fatto ricorso al servizio.** In alcuni casi sono stati gli stessi Referenti a comunicare la scelta di non realizzare il censimento dei contatti.

Sulla base dei dati disponibili nel 2018 sono stati complessivamente quasi 3,757 mln i contatti registrati, di cui 3,302 mln negli uffici di interesse regionale e 454 mila in quelli di interesse locale.

**Mediamente ogni ufficio locale ha rilevato 6.989 contatti, a fronte dei 41.802 di quelli regionali.**

Tav. 18 – Il numero di utenti registrati nel 2018

Utenti	Carattere		
	Locale	Regionale	Totale
Totale Utenti	454 mila (65 uffici)	3,302 mln (79 uffici)	3,757 mln (144 uffici)
Media per ufficio	6.989	41.8021	26.088

Tav. 19 – Il numero di utenti registrati nel 2018 per ambito

<b>Ambito</b>	<b>Media utenti per Ambito</b>	<b>Ambito</b>	<b>Media utenti per Ambito</b>
Amiata	3.158	Mugello	5.010
Area pratese	4.926	Piana di Lucca	125.627
Arezzo	Dato non dispon.	Pistoia e Montagna Pistoiese	13.539
Casentino	1.756	Riviera Apuana	4.429
Chianti	4.664	Terre di Pisa	74.958
Costa degli Etruschi	4.173	Terre di Siena	22.254
Elba	Dato non dispon.	Terre di Valdelsa e Etruria Volt.	69.475
Empolese Val d'Elsa Montalbano	13.005	Val di Chiana Aretina	5.644
Firenze e Area Fiorentina	79.684	Val di Chiana Senese	7.904
Garfagnana e Media Valle del S.	9.432	Val d'Orcia	35.963
Livorno	92.500	Valdarno Aretino	1.121
Lunigiana	2.798	Valdinievole	8.859
Maremma Toscana Area Nord	4.677	Valtiberina Toscana	11.793
Maremma Toscana Area Sud	4.125	Versilia	9.410

L'analisi dei contatti per area geografica di provenienza evidenzia come la tipologia di utenza prevalente sia quella di nazionalità straniera: 42,1% di turisti dell'area UE e 29,7% di turisti extraeuropei. La componente italiana si ferma al di sotto del 30%.

Tav. 20 – Il numero di utenti registrati nel 2018 per provenienza. Val. %

<b>Provenienza</b>	<b>Carattere</b>		
	<b>Locale</b>	<b>Regionale</b>	<b>Totale</b>
Toscana	18,0	4,3	5,8
Italia	39,3	20,4	22,4
Paesi UE	26,6	44,0	42,1
Paesi Extra UE	16,0	31,3	29,7
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Tav. 21 – Numero medio di informazioni erogate mediante differenti canali

<b>Tipo di informazione</b>	<b>Carattere</b>		
	<b>Locale</b>	<b>Regionale</b>	<b>Totale</b>
Informazioni erogate direttamente in ufficio	5.324	40.708	23.637
Informazioni erogate per corrispondenza	102	232	178
Informazioni erogate mediante telefono	1.529	999	1.235
Informazioni erogate tramite e-mail	1.796	1.044	1.379
Contatti internet: visite sito	21.050	208.568	154.991

L'analisi dei contatti per argomento evidenzia la prevalenza di richieste riguardanti il patrimonio artistico, culturale e ambientale delle diverse località regionali (33,9%). Abbastanza elevata anche la quota di richieste relative alla mobilità territoriale, in particolare sui servizi di collegamento forniti dai diversi sistemi di trasporto (17,8%). Le richieste relative ai servizi ricettivi rappresentano il 14,3% del totale, mentre la voce "eventi" ha raggiunto il 13,8%.

Abbastanza articolato il contenuto della voce “altro”, dove convergono richieste relative a escursioni, visite guidate, prodotti tipici, sia artigianali che enogastronomici, attività commerciali, ristoranti, laboratori, corsi di cucina, ecc.

Tav. 22 – Tipologie di richieste informative. Val. %

Informazioni su	Carattere		
	Locale	Regionale	Totale
Ricettività	18,0	13,9	14,3
Risorse turistiche	36,4	33,6	33,9
Eventi	28,6	12,0	13,8
Trasporti	9,3	18,8	17,8
Altro*	5,1	8,4	8,0
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

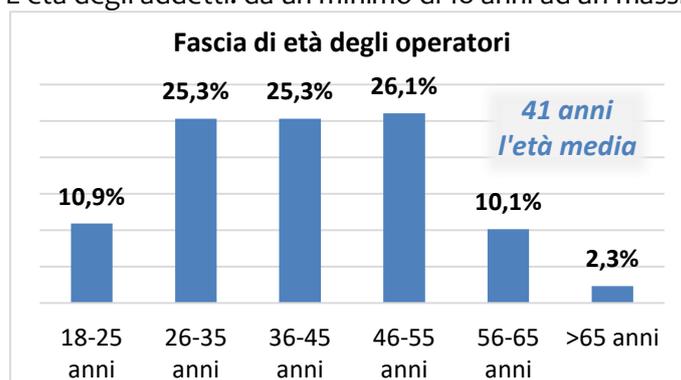
## LE SCHEDE INFORMATIVE DEL PERSONALE DEGLI UFFICI INFORMAZIONE

A completare il quadro conoscitivo della rete degli uffici di informazione turistica regionale sono i risultati dei 257 questionari compilati dal personale addetto, sia del front office sia del back office. La distribuzione territoriale di coloro che hanno inviato le informazioni probabilmente non garantisce una completa copertura territoriale del campione, ma la numerosità delle osservazioni è sicuramente sufficiente a tracciare un quadro indicativo del fenomeno osservato.

Tav. 1 – La distribuzione dei questionari per ambito turistico

Ambito turistico	Num.	Ambito turistico	Num.
Amiata	3	Piana di Lucca	22
Area Pratese	8	Pistoia e Montagna Pistoiese	6
Casentino	9	Riviera Apuana	9
Chianti	5	Terre di Pisa	21
Costa degli Etruschi	23	Terre di Siena	11
Elba	1	Terre di Valdelsa ed Etruria Volterrana	20
Empolese Val d'Elsa e Montalbano	9	Val di Chiana Aretina	5
Firenze e Area Fiorentina	11	Val di Chiana Senese	16
Garfagnana e Media Valle del Serchio	2	Val d'Orcia	10
Livorno	4	Valdarno Aretino	12
Lunigiana	3	Valdinievole	3
Maremma Toscana Area Nord	19	Valtiberina Toscana	6
Maremma Toscana Area Sud	10	Versilia	8
Mugello	1	<b>Totale Toscana</b>	<b>257</b>

Fig. 1 – L'età degli addetti: da un minimo di 18 anni ad un massimo di 75



Il 63,0% degli addetti ha dichiarato la residenza nello stesso comune dove ha sede l'ufficio, ma un dato sicuramente rilevante è il livello di istruzione indicato: il diploma di istituto superiore è segnalato al 42,4%, il possesso della laurea triennale al 24,3% e la laurea magistrale al 33,3%.

Per coloro che hanno segnalato come titolo di studio il diploma, gli indirizzi di provenienza sono il Tecnico Economico - Amministrazione Finanza e Marketing e Informatica – (21), il Liceo

Linguistico (19), il Tecnico per il turismo/alberghiero (18), il Liceo Scientifico (15), il Liceo Classico (6).

Per le lauree triennali le aree formative più ricorrenti sono le Lingue (28), Economia del Turismo (8), Beni Culturali (7), Comunicazione e Marketing (4), Scienze Economiche (3) e Psicologia (2).

Infine, per la laurea magistrale le segnalazioni sui corsi di studio contemplano Lingue e Letterature Moderne (23), Progettazione dei Sistemi Turistici (2), Beni culturali/archeologia (10), Storia dell'Arte (9), Lettere classiche e moderne (8), Scienza economiche (4) e Scienze Politiche (4).

Tav. 2 – Il titolo di studio del personale per fascia d'età. Val. %

Fascia di età	Diploma	Laurea triennale	Laurea magistrale	Totale
18 – 25 anni	67,9	28,6	3,6	100
26 – 35 anni	27,7	40,0	32,3	100
36 – 45 anni	29,2	29,2	41,5	100
46 – 55 anni	52,2	13,4	34,3	100
56 – 65 anni	58,3	0,0	41,7	100
> 65 anni	50,0	0,0	50,0	100
<b>Totale</b>	<b>42,4</b>	<b>24,3</b>	<b>33,3</b>	<b>100</b>

Il 94% del personale dichiara la conoscenza della lingua inglese, anche se con differenti livelli di competenze. Anche in questo caso si conferma il disallineamento con le prescrizioni del Regolamento, che stabilisce la conoscenza dell'inglese da parte di tutto il personale degli uffici. La seconda lingua straniera è il francese (70,4%), a seguire lo spagnolo (40,9%) e il tedesco (38,5%).

Tav. 3 – Le lingue straniere conosciute. Val. %

Lingua	Val. %	Livello di conoscenza			Totale
		Ottimo	Buono	Sufficiente	
Inglese	94,2	46,5	46,1	7,5	100
Francese	70,4	26,1	40,6	33,3	100
Tedesco	38,5	25,5	26,5	48,0	100
Spagnolo	40,9	21,0	40,0	39,0	100
Portoghese	4,7	41,7	25,0	33,3	100
Cinese	1,2	0,0	0,0	100,0	100
Russo	5,1	30,8	7,7	61,5	100
Altre	5,4	57,1	7,1	35,7	100

Nel corso degli ultimi due anni il 56,7% degli addetti ha partecipato a corsi di formazione e/o aggiornamento; in media ogni operatore ha dedicato 30 ore.

Tav. 4 – La quota di coloro che hanno partecipato a corsi di aggiornamento per ambito turistico

<b>Ambito turistico</b>	<b>Val. %</b>	<b>Ambito turistico</b>	<b>Val. %</b>
Amiata	33,3	Piana di Lucca	61,9
Area Pratese	25,0	Pistoia e Montagna Pistoiese	83,3
Casentino	44,4	Riviera Apuana	0,0
Chianti	40,0	Terre di Pisa	33,3
Costa degli Etruschi	50,0	Terre di Siena	72,7
Elba	0,0	Terre di Valdelsa ed Etruria Volterrana	80,0
Empolese Val d'Elsa e Montalbano	66,7	Val di Chiana Aretina	40,0
Firenze e Area Fiorentina	81,8	Val di Chiana Senese	50,0
Garfagnana e Media Valle del Serchio	0,0	Val d'Orcia	50,0
Livorno	50,0	Valdarno Aretino	58,3
Lunigiana	33,3	Valdinievole	66,7
Maremma Toscana Area Nord	84,2	Valtiberina Toscana	83,3
Maremma Toscana Area Sud	50,0	Versilia	75,0
Mugello	100	<b>Totale Toscana</b>	<b>56,7</b>

Per coloro che hanno intrapreso un percorso di aggiornamento professionale la sfera di interesse ha toccato differenti tematiche. Il marketing, la comunicazione e le tecniche specifiche della promozione turistica sono state quelle che hanno suscitato il maggior interesse degli addetti. Un discreto numero di segnalazioni sono state riportate anche per i programmi di formazione nell'ambito dell'ambiente, della sicurezza e dell'innovazione organizzativa, insieme a "Competenze gestionali e di processo" e "Analisi di mercato".

Tav. 5 – I contenuti dei corsi di aggiornamento

<b>Contenuti</b>	<b>Frequenze</b>
Social e web marketing/promozione online	45
Conoscenza del territorio (storia, arte, archeologia, strutture termali, cantine)	31
Primo soccorso/sicurezza nei luoghi di lavoro/Antincendio/Haccp	30
Marketing turistico territoriale/Marketing emozionale	22
Tecniche di accoglienza	22
Servizi museali (custodia/accoglienza/didattica)	20
Turismo ambientale/parchi/riserve naturali	20
Accoglienza/Comunicazione con turisti con bisogni speciali	12
Tecniche di comunicazione	12
Corsi di lingua (francese, inglese, spagnolo, russo)	10
Gestione uffici turistici e contabilità	9
Tecniche di promozione prodotti e servizi turistici	9
Pianificazione e organizzazione eventi	8
Storytelling e scrittura digitale	7
Europrogettazione e progettazione regionale	6
Approccio al workshop e borse del turismo	5
Storia dell'arte	5

Informatica/Programmi di grafica	4
Fundraising	4
Corso per guida turistica/ambientale, accompagnatore turistico	4
Le officine di identità	4
Legislazione turistica e norme sulla privacy	4
Terzo settore	4
Progettazione e piani di sviluppo/Valorizzazione del territorio e delle risorse	3
Corso anticorruzione	3
Progettazione locandine e depliant/Produzioni multimediali	3
Appalti e contributi pubblici	3
Percorsi di internazionalizzazione	2
Altro	12

Lo stesso personale dichiara anche la disponibilità a partecipare in futuro ad altri corsi di aggiornamento, ma ciò che colpisce è il 94% di manifestazione di interesse, un valore particolarmente elevato.

Tav. 6 – Quota di operatori interessati a corsi di aggiornamento per ambito turistico

<b>Ambito turistico</b>	<b>Val. %</b>	<b>Ambito turistico</b>	<b>Val. %</b>
Amiata	100,0%	Piana di Lucca	95,0%
Area Pratese	87,5%	Pistoia e Montagna Pistoiese	100,0%
Casentino	77,8%	Riviera Apuana	100,0%
Chianti	100,0%	Terre di Pisa	85,7%
Costa degli Etruschi	90,9%	Terre di Siena	100,0%
Elba	0,0%	Terre di Valdelsa ed Etruria Volterrana	100,0%
Empolese Val d'Elsa e Montalbano	100,0%	Val di Chiana Aretina	100,0%
Firenze e Area Fiorentina	81,8%	Val di Chiana Senese	93,8%
Garfagnana e Media Valle del Serchio	100,0%	Val d'Orcia	90,0%
Livorno	100,0%	Valdarno Aretino	100,0%
Lunigiana	100,0%	Valdinievole	100,0%
Maremma Toscana Area Nord	94,4%	Valtiberina Toscana	100,0%
Maremma Toscana Area Sud	100,0%	Versilia	100,0%
Mugello	100,0%	Totale Toscana	94,0%

Più che ad un corso di aggiornamento correlato ai cambiamenti del mercato, per molti addetti degli uffici di informazione si avverte la necessità ancora una volta di acquisire competenze in ambito della promozione turistica, del marketing e della comunicazione. È raro trovare anche riferimenti all'utilizzo di strumenti informatici e telematici, ma ancora più carenti sono i riferimenti agli aspetti relazionali e al miglioramento delle capacità di contatto con il cliente - visitatore. Nelle attività connesse al turismo sapere comunicare in maniera efficace è fondamentale. Comunicazione empatica e professionale da sapere gestire in fase di accoglienza

e spiegazione delle opportunità offerte dal territorio, ma anche in fase di gestione di eventuali emergenze e/o controversie con i turisti.

Tav. 7 – L’interesse del personale per i futuri corsi di aggiornamento e /o riqualificazione

Contenuti	Frequenza
Marketing turistico/Mkg territoriale/promozione turistica	88
Social e web marketing/promozione online/Storytelling	68
Corsi di lingua (giapponese, russo, inglese, francese, spagnolo)	65
Risorse del territorio (storico/culturali, ambientali, naturalistiche)	42
Tecniche di accoglienza e assistenza turistica	32
Informatica/Programmi di grafica/sviluppo siti web	21
Tecniche di comunicazione	21
Progettazione turistica/sviluppo turistico sostenibile	15
Gestione delle risorse culturali del territorio	12
Organizzazione/Promozione eventi	10
Gestione e museale museale	9
Corso per guida turistica/ambientale/accompagnatore turistico	6
Gestione ufficio informazioni/organizzazione personale	6
Sinergia e collaborazioni con altri operatori del territorio	6
Grafica pubblicitaria	6
Accoglienza per turismo accessibile	5
Associazionismo e terzo settore	5
Gestione flussi turistici	3
Partecipazione bandi di finanziamento	3
Fundraising	3
Gestione prenotazioni	2
BIBLIOTECONOMIA	2
Creazione pacchetti turistici	2
Enogastronomia	2
Legislazione turistica	2
Altro	5

Per una migliore lettura dei riferimenti sopra indicati, i contenuti suggeriti sono stati sintetizzati in aree tematiche. I risultati sono:

- ✓ Il 72,0% degli addetti ha manifestato interesse per le tematiche del marketing territoriale, della comunicazione e della promozione turistica del territorio;
- ✓ Il 66,9% ha manifestato l’interesse ad ampliare la conoscenza delle risorse storico-artistiche e culturali dell’area;
- ✓ Il miglioramento delle competenze linguistiche raggiunge il 66,5%;
- ✓ Le tecniche di ricerca e comunicazione web sono state indicate dal 54,1% del campione;
- ✓ Le tecniche di comunicazione e accoglienza si fermano al 53,3% delle segnalazioni;

- ✓ Un peso minore si registra per le conoscenze informatiche dedicate alla gestione dell'ufficio (51,0%);
- ✓ L'organizzazione di processo e del lavoro (interno/esterno) è materia di interesse per il 31,1% del personale intervistato.

Altri contenuti segnalati, difficilmente aggregabili in aree tematiche sono stati: progettazione e realizzazione borse turistiche; forme alternative di turismo; turismo sportivo; gestione prenotazioni; relazioni turistiche internazionali; legislazione turistica; progettazione grafica dépliant informativi; .

Infine, l'ultima parte dell'indagine è stata dedicata alle difficoltà operative o criticità di contesto che avvertono gli addetti degli uffici. Alla domanda ha risposto il 62,0% del campione e la suddivisione per ambito è riportata nella tavola successiva.

Tav. 8 – Quota di operatori che segnalano criticità del servizio per ambito turistico. Val.%

<b>Ambito turistico</b>	<b>Val. %</b>	<b>Ambito turistico</b>	<b>Val. %</b>
Amiata	66,7	Piana di Lucca	80,0
Area Pratese	50,0	Pistoia e Montagna Pistoiese	100
Casentino	12,5	Riviera Apuana	100
Chianti	50,0	Terre di Pisa	66,7
Costa degli Etruschi	59,1	Terre di Siena	55,6
Elba	0,0	Terre di Valdelsa ed Etruria Volterrana	55,0
Empolese Val d'Elsa e Montalbano	55,6	Val di Chiana Aretina	80,0
Firenze e Area Fiorentina	72,7	Val di Chiana Senese	50,0
Garfagnana e Media Valle del Serchio	100	Val d'Orcia	77,8
Livorno	50,0	Valdarno Aretino	63,6
Lunigiana	33,3	Valdinievole	66,7
Maremma Toscana Area Nord	70,6	Valtiberina Toscana	66,7
Maremma Toscana Area Sud	30,0	Versilia	42,9
Mugello	100	<b>Totale Toscana</b>	<b>62,0</b>

Numerosi i suggerimenti riportati nei questionari, che per facilità di lettura sono stati sintetizzati ed elencati nella tavola successiva.

Oltre a quelli strettamente operativi, che potrebbero condizionare pesantemente l'erogazione del servizio (mancanza di materiale informativo – materiale non in lingua – carenza di personale – carenza di dotazioni informatiche – carenza di risorse economiche – ecc.), gli addetti chiedono di adeguare almeno lo standard del servizio previsto dal Regolamento. In particolare:

- ✓ L'installazione della segnaletica e delle insegne per una più agevole individuazione dei punti informativi;

- ✓ Una migliore organizzazione degli spazi interni e soprattutto delle aree di attesa dell'utenza;
- ✓ La connessione internet e la predisposizione dell'area WI-FI gratuito per l'utenza;
- ✓ L'eliminazione della barriere architettoniche.

Tav. 9 – Le criticità da superare

I riferimenti	Frequenza
Scarsa organizzazione territoriale/mancanza di collaborazione e coordinamento	35
Materiale informativo e promozionale carente, non aggiornato, non tradotto in lingua	33
Maggiore visibilità esterna/Segnaletica e insegna/luci/Posizione ufficio	27
Organizzazione spazi, allestimenti e arredi interni	25
Mancanza di personale (sia personale assunto sia volontari), continuità	24
Difficoltà a reperire informazioni aggiornate sul territorio (eventi, trasporti, attività, ...)	17
Rinnovamento dotazioni informatiche	12
Maggiore visibilità online/sito internet più funzionale	12
Connessione internet (Wi-Fi, fibra)	12
Scarse risorse economiche	11
Programmazione e organizzazione attività ufficio	11
Ampliare periodo/orari di apertura dell'ufficio	9
Cartellonistica	8
Informatizzazione attività ufficio	6
Comunicazione e collaborazione interna	5
Predisporre un sistema di prenotazione ricettività online	5
Attività di merchandising/Vendita libri/guide e gadget	5
Dotazioni multimediali/totem per autoconsultazione	4
Presenza di barriere architettoniche	4
Ampliamento i servizi offerti agli utenti	4
Pochi punti informazioni nel territorio	4
Formazione e aggiornamento del personale	4
Servizi igienici non adatti	3
Software per rilevazione dati utenti/Sistema elimina code	3
Mancanza del telefono	3
Agenda unica degli eventi	3
Altro	4