

SETTEMBRE 2019

TURISMO IN TOSCANA

Lucca, settembre 2019

Ambito Piana di Lucca

Le linee strategiche del Piano Promozionale per l'anno 2020

TOSCANA PROMOZIONE
TURISTICA



Fase 3 (Regione e TPT)

Questa fase è costituita da un lavoro di accompagnamento che TPT e Regione faranno con l'OTD in merito a:

- Aggiornamento per il vs. territorio del Catalogo della destinazione previsto dal Piano Strategico Nazionale del Turismo
- Integrazione con il sistema di individuazione dei prodotti turistici territoriali e con lo schema previsto dalla Regione per il Prodotto Turistico Omogeneo

Fase 1 (Regione)

Conoscenza situazione del

Comunicazione Turismo di Destinazione

- Definizione Comunità
- Identificazione territorio
- Definizione prodotto

Intesa generale con il vs. territorio del Regolamento Regionale

15/2015 (L. 15/2015)

IRPET

Fase 2 (OTD)

Con la OTD in 1/2015 sono state approvate le Linee guida per lo sviluppo dell'OTD di Comunicazione Turismo di Destinazione

La Regione, attraverso IRPET, nella 2a dipartimentale ha fornito

gli indirizzi e gli strumenti di lavoro per la OTD

La OTD è stata approvata nel 2015

IRPET

Fase 3 (Regione e TPT)

Un ulteriore passaggio è costituito da un lavoro di accompagnamento da TPT e Regione insieme con l'OTD in merito a:

- Aggiornamento del vs. territorio del Catalogo della destinazione previsto dal Piano Strategico Nazionale del Turismo
- Integrazione con il sistema di individuazione dei prodotti turistici territoriali e con lo schema previsto dalla Regione per il Prodotto Turistico Omogeneo

IRPET

Fase 4 (Anci e Regione)

Integrazione, se necessario, del sistema degli OTD informative da territorio secondo le seguenti linee:

- Coordinamento tra le attività territoriali informative in relazione ai
- standard di qualità del territorio
- Integrazione con il sistema di individuazione dei prodotti turistici territoriali e con lo schema previsto dalla Regione per il Prodotto Turistico Omogeneo

IRPET

Fase 5 (Anci, Regione e TPT)

Anci della progettazione di un OTD applicata integrato con territorio e TPT per una offerta differenziata da territorio a territorio

IRPET

Fase 6 (TPT)

Accompagnamento al territorio

Intesa di accompagnamento agli operatori pubblici e privati per una comunicazione turistica dei mercati di riferimento e per la promozione e sviluppo di prodotti turistici

IRPET

Fase 7 (TPT)

Definizione della strategia promozionale in coerenza con la linea strategica del Piano Promozionale 2020 e sviluppo del piano operativo turistico

IRPET

Regione Toscana



L'Offerta turistica della Toscana

Il lavoro di codificazione del **catalogo dei prodotti turistici** tiene conto sia della classificazione utilizzata nel catalogo delle destinazioni approvato a livello nazionale nell'ambito del Piano Strategico del Turismo, sia dell'impostazione di VisitTuscany, generata particolarmente in un'ottica "customer centric".

<p>1) ARTE E CULTURA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Short Break - Viaggi d'Arte - Eventi 	<p>5) BALNEARE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Famiglie - Nautica - Giovani
<p>2) ACTIVE TOURISM</p> <ul style="list-style-type: none"> - Montagna d'inverno - Natura - Sport 	<p>6) LUXURY</p> <ul style="list-style-type: none"> - Relax - Celebrazioni
<p>3) SLOW TOURISM</p> <ul style="list-style-type: none"> - Scoperta del territorio - Relax e benessere - Passione enogastronomica 	<p>7) BUSINESS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Affari - Congressi e conventions - Exhibition and events - Incentive
<p>4) RELIGIOSO</p>	<p>8) MEDICALE</p>

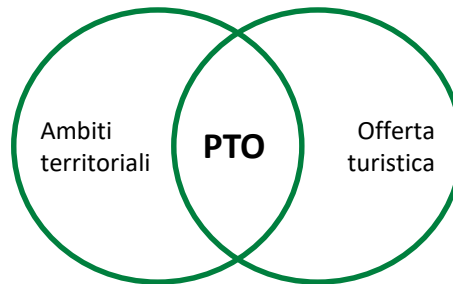
Mappatura dei prodotti turistici

ATTRATTORI	PRODOTTI	ARTE E CULTURA			ACTIVE			SLOW			BALNEARE			LUXURY		BUSINESS			RELIGIOSO	MEDICALE		
		SHORT BREAK	VIAGGI D'ARTE	EVENTI	MONTAGNA INVERNO	NATURA	SPORT	SCOPERTA TERRITORIO	RELAX E BENESSERE	PASSIONE ENOGASTR.	FAMIGLIE	NAUTICA	DIVERTIMENTO	RELAX	CELEBRATIONS	AFFARI	CONGRESSI E CONVENTION	EXHIBITIONS AND EVENTS			INCENTIVE	
	Centri storici grandi città																					
	Musei																					
	Siti Unesco																					
	Chiese																					
	Santuari e conventi																					
	Borghi storici																					
	Residenze storiche																					
	Università e Accademie																					
	Centri congressi e Fiere																					
	Luoghi di spettacolo																					
	Strutture ospedaliere eccellenza																					
	Paesaggio delle valli toscane																					
	Francigena e Cammini																					
	Strade del vino, dell'olio e dei sapori																					
	Ciclovie																					
	Campi da golf																					
	Terme																					
	Parchi ed aree protette																					
	Siti archeologici																					
	Percorsi trekking																					
	Impianti sciistici																					
	Parchi ed aree protette																					
	Spiagge																					
	Città sul mare																					
	Porti turistici																					
	Parchi ed aree protette																					
	Isole																					

Fonte: Catalogo nazionale delle Destinazioni – MIBACT 2018



I Prodotti Turistici Omogenei (PTO)



I **PTO** identificano le risorse territoriali, pubbliche e private, utili a **creare le condizioni di contesto per favorire** :

- la **qualificazione** e la **competitività** dell'offerta turistica integrata, chiaramente definita in coerenza con le scelte strategiche regionali;
- lo **sviluppo** e il **posizionamento** delle attività di commercializzazione del prodotto turistico delle imprese e degli operatori della filiera di riferimento;
- il **coordinamento** dell'azione dei diversi attori per rispondere alle **esigenze di un mercato specifico** consentendo il rafforzamento del brand regionale.

I Prodotti Turistici Omogenei (PTO)

Un PTO deve essere composto da

- a) aggregazione di Comuni associati mediante una convenzione ;
- b) risorse, materiali e immateriali, espressione della destinazione e della offerta integrata ;
- c) l'insieme delle attività e delle funzioni del settore pubblico in materia di turismo, (regolamentazione, servizi pubblici di informazione e accoglienza, promozione);
- d) l'insieme delle attività delle imprese e degli operatori della filiera del turismo e delle filiere attigue e complementari ;
- e) una strategia definita di marketing .

I Prodotti Turistici Omogenei (PTO)

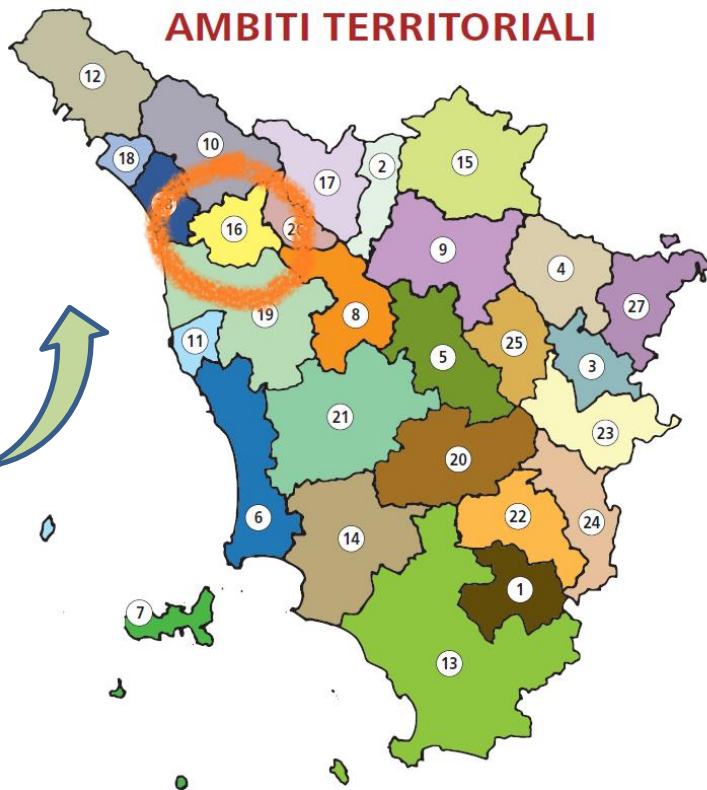
Caratteristiche generali	Caratteristiche macro delle proposte turistiche contenute nella linea del PTO, mediante un concept definito e da una analisi strutturata del prodotto
Componenti: a) attrattori	Risorse pubbliche e private da inserire nelle offerte del prodotto
Componenti: b) servizi turistici disponibili	Servizi turistici (pubblici e privati) proposti in modo integrato
Destinazioni coinvolte	Aree e ambiti territoriali all'interno dei quali è presente una offerta turistica riconducibile al PTO (individuata mediante una analisi dei flussi turistici dei 5 anni precedenti)
Tipologia flussi turistici	i Flussi turistici di riferimento, nuovi flussi che si intendono attrarre, motivazioni (principale o secondaria) del viaggio
Mercati	Principali mercati di riferimento (provenienza, tipologie prodotto)
Scenario competitivo	Principali competitor e dinamiche relative
Stagionalità	Stagionalità dei flussi che si intendono generare) dal PTO (incremento, diversificazione, estensione)
Modalità offerta prodotto	Requisiti di fruizione e beni e erogazione dei servizi

AMBITO PIANA DI LUCCA

AMBITI TERRITORIALI

6 COMUNI

Altopascio, Capannori,
Lucca, Montecarlo, Porcari,
 Villa Basilica



AMBITO PIANA DI LUCCA

La domanda turistica: prodotti & mercati

% presenze per tipologia di destinazione dai principali mercati
(dettaglio Italia e primi 10 mercati esteri)

Paese di provenienza	Arte/Affari
Italia	41,7
Regno Unito	8,3
Stati Uniti d'America	8,3
Germania	8,2
Francia	4,4
Paesi Bassi	3,4
Cina (incluso Hong Kong)	2,1
Svizzera (incluso Liechtenstein)	2,0
Danimarca	1,9
Australia	1,8
Norvegia	1,8
Totale estero	58,3
Totale	100,0

Fonte: elaborazioni SL&A su dati Regione Toscana, 2018

AMBITO PIANA DI LUCCA

Offerta Turistica

ARTE E CULTURA – SLOW: SCOPERTA TERRITORIO, PASSIONE ENOGASTRONOMICA - LUXURY: CELEBRATIONS

Esempi di Attrattori

FRANCIGENA E CAMMINI (Via Francigena e altri cammini)

EVENTI (Lucca Comics, Lucca Summer Festival)

CENTRI STORICI GRANDI CITTA' (Lucca e le sue mura)

BORGHİ STORICI (Montecarlo)

VILLE (le Ville della Piana di Lucca: Villa reale di Marlia, Villa Torrigiani, Villa Mansi ...)

Progetto Start Up

Turismo culturale, Enogastronomico, Natura e Outdoor, MICE

Fase 5 (Anci, Regione e TPT)

Avvio della progettazione di un DMS regionale integrato con i territori e i PTO per una efficace digitalizzazione del sistema turistico regionale

Fase 1 (Regione)

Conclusione valutazione del
Quadro Strategico di Destinazione

- Definizione Comunità
- Individuazione soggetti
- Piano generale di sviluppo

Avvio procedure di cui all'art. 6 del Regolamento legge 108
11/2011 (D.Lgs. 112)



Fase 2 (Ipote)

Con la CGR n. 138/2014 sono state approvate le Linee
guida per lo sviluppo dell'Art. 6 del Quadro
Strategico di Destinazione

- In Regione, attraverso "PTST" sulla base di quanto in base
alla CGR n. 138/2014 si sono avute indicazioni
- Ogni Comune, sulla base delle linee guida, avvia una
procedura di studio per individuare il PTO



Fase 3 (Regione e TPT)

Un ulteriore passaggio è costituito da un lavoro di
accompagnamento da TPT, Regione Toscana con
i PTO in corso d'opera

- Individuazione, con i PTO, del territorio da coprire, con
l'individuazione dei comuni e dei PTO da coprire
- Individuazione, con i PTO, del territorio da coprire, con
l'individuazione dei comuni e dei PTO da coprire



Fase 4 (Anci e Regione)

Interpretazione, se necessario, del sistema degli
USI (dati) da elaborare secondo le seguenti
linee:

- Individuazione, con i PTO, del territorio da coprire, con
l'individuazione dei comuni e dei PTO da coprire
- Individuazione, con i PTO, del territorio da coprire, con
l'individuazione dei comuni e dei PTO da coprire



Fase 5 (Anci, Regione e TPT)

Avvio della progettazione di un DMS regionale
integrato con i territori e i PTO per una efficace
digitalizzazione del sistema turistico regionale



Fase 6 (TPT)

Accompagnamento al territorio

Attività di accompagnamento agli operatori pubblici e
privati per una conoscenza e fruizione dei mercati di
riferimento e per la promozione e sviluppo di prodotti
commerciali



Fase 7 (TPT)

Definizione della strategia commerciale in coerenza
con le linee strategiche del Piano Promozionale 2020
e sviluppo del piano operativo turistico



Regione Toscana



Fase 6 (TPT)

Accompagnamento al mercato

Attività di coinvolgimento degli operatori pubblici e privati per una conoscenza mirata dei mercati di riferimento e per la generazione e sviluppo di prodotti commerciali, tramite incontri con:

- ❖ TPT
- ❖ Operatori del trasporto FS ecc...
- ❖ Istituti del credito al settore
- ❖ grandi operatori del turismo INTL
- ❖ BTO e digital

Fase 1 (Regione)

Conoscenza situazione del Cluster/mercato Turistico di Destinazione

- Definizione Cluster
- Identificazione operatori
- Analisi generale del mercato

Interventi promossi da un gruppo di Regioni/Regioni liguri

Logo: Regione Toscana, ANCI Toscana, TPT

Fase 2 (Regio)

Con la CGR e l'ICTD (area) sono state approvate le Linee guida per lo sviluppo dell'offerta di Cluster/mercato Turistico di Destinazione

- In Regione, attraverso l'ICTD, sono in discussione le linee guida per lo sviluppo di nuovi prodotti commerciali
- Sono in discussione i primi incontri operativi
- Sono in corso gli incontri per il cluster (2018) e per una definizione di nuovi prodotti (2019)

Logo: Regione Toscana, ANCI Toscana, TPT

Fase 3 (Regione e TPT)

Un ulteriore sostegno è costituito da un lavoro di accompagnamento da parte Regione/Toscana con ICTD in corso

- Individuazione, con il supporto del Cluster, dei prodotti commerciali da sviluppare
- Individuazione di canali di distribuzione
- Individuazione di un canale di accesso alle grandi strutture turistiche internazionali

Logo: Regione Toscana, ANCI Toscana, TPT

Fase 4 (Anzi e Regione)

Organizzazione, se necessario, del sistema degli ICTD (informazione dei territori secondo le seguenti linee)

- Coordinamento tra le realtà territoriali attraverso la creazione di un gruppo di lavoro (cluster) (2018)
- Individuazione di canali di distribuzione
- Individuazione di un canale di accesso alle grandi strutture turistiche internazionali

Logo: Regione Toscana, ANCI Toscana, TPT

Fase 5 (Anzi, Regione e TPT)

Anzi della promozione di un ICTD, vengono integrati con i territori e TPT per una offerta differenziata da settore a territorio

Logo: Regione Toscana, ANCI Toscana, TPT

Fase 6 (TPT)

Accompagnamento al mercato

Attività di coinvolgimento degli operatori pubblici e privati per una conoscenza mirata dei mercati di riferimento e per la generazione e sviluppo di prodotti commerciali

Logo: Regione Toscana, ANCI Toscana, TPT

Fase 7 (TPT)

Definizione della strategia commerciale in coerenza con la linea strategica del Piano Promozionale 2020 e sviluppo del piano commerciale

Logo: Regione Toscana, ANCI Toscana, TPT



Accompagnamento– Strutturazione di un marketing team al fine di supportare gli ambiti (istituzioni e operatori) al fine di:

- Analizzare il posizionamento rispetto ai competitor;
- Analizzare le prospettive di sviluppo dei mercati;
- Analizzare la domanda aggiornando periodicamente: canali di informazione e canali di acquisto; determinanti di acquisto del prodotto turistico; la soddisfazione del turista; l'impatto della soddisfazione nelle scelte post-acquisto;
- Stimolare l'aggregazione degli operatori dell'Ambito per costruire l'offerta integrata di prodotti turistici ed un gruppo di operatori che possano più efficacemente partecipare agli eventi promozionali in Italia e all'Estero;
- Stimolare la creazione di prodotti turistici territoriali innovativi in linea con la domanda internazionale con l'obiettivo di aumentare la competitività delle destinazioni;
- Creare delle linee guida dettagliate che declinino attori, funzioni, obiettivi, organizzazione e meccanismi di collaborazione per strutturare nel tempo il funzionamento della nuova Governance.

Fase 7 (TPT)

Definizione delle strategie promozionali in coerenza con le linee strategiche del Piano Promozionale 2020 e definizione del piano operativo dell'ambito

Fase 1 (Regione)

Conoscenza situazione del

Observatorio Turistico di Destinazione

- Definizione Comunità
- Identificazione stakeholder
- Politiche promozionali

Interventi promozionali a cura dell'Ufficio del Regolamento Regionale
+ Località (2018/19)



Fase 2 (Opus)

Con la CGP n. 138/2016 sono state approvate le Linee guida per lo sviluppo dell'Ufficio di Osservatorio Turistico di Destinazione

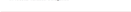
- La Regione, attraverso l'IRPET, realizza e deposita in Internet tutti i dati e le informazioni di cui disponeva e ha messo a disposizione del pubblico il sito internet
- Ogni Osservatorio Turistico di Destinazione (OTD) deve essere un'area di riferimento in materia di turismo



Fase 3 (Regione e TPT)

Un ulteriore passaggio è costituito da un lavoro di accompagnamento da parte della Regione Toscana con l'OTD in carica

- Individuazione, con il supporto del Comitato di Indirizzo, delle attività promozionali da realizzare
- Individuazione delle risorse umane, economiche e strumentali
- Individuazione del sistema di servizi e delle strutture di riferimento



Fase 4 (Anzi e Regione)

Integrazioni, se necessario, del sistema degli OTD informative da fornire secondo le seguenti linee

- Coordinamento tra le attività promozionali e le iniziative di marketing territoriale (OTD)
- Individuazione delle risorse umane, economiche e strumentali
- Individuazione del sistema di servizi e delle strutture di riferimento



Fase 5 (Anzi, Regione e TPT)

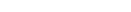
Anzi della progettazione di un OTD, vengono integrati con l'IRPET e l'Ufficio del Regolamento Regionale da elaborare la linea regionale



Fase 6 (TPT)

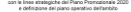
Accompagnamento al mercato

Attività di accompagnamento agli operatori pubblici e privati per una conoscenza e fruizione dei mercati di riferimento e per la promozione e sviluppo di prodotti turistici



Fase 7 (TPT)

Definizione delle strategie promozionali in coerenza con le linee strategiche del Piano Promozionale 2020 e definizione del piano operativo dell'ambito



Regione Toscana



Il progetto Costa Toscana | Isole Toscane

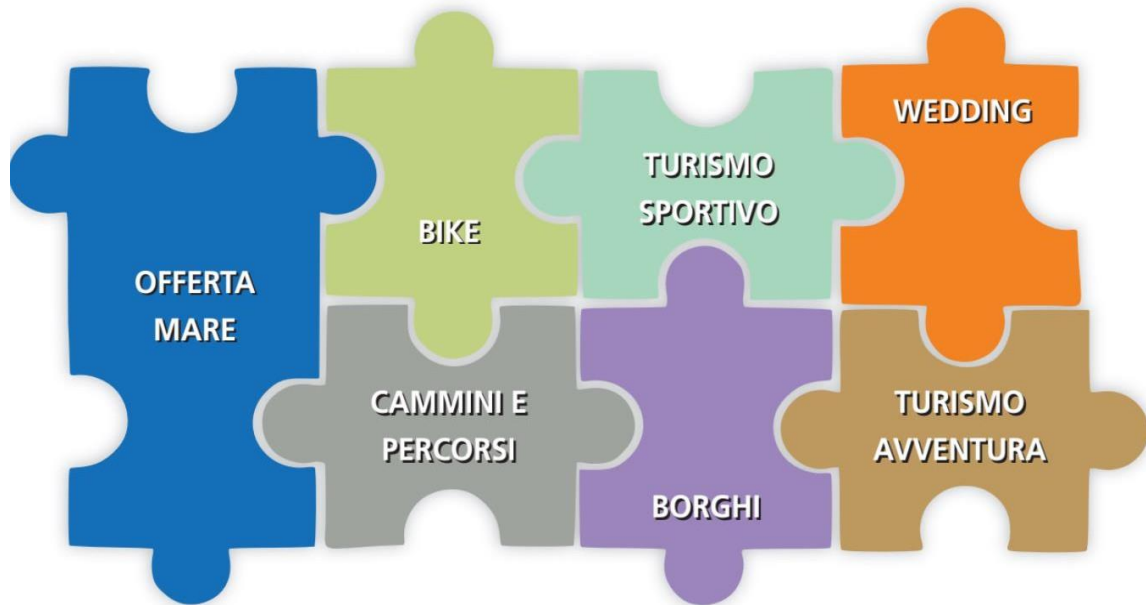
- 12 ambiti territoriali



- 132 comuni

Costa Toscana | *ISOLE TOSCANE: LA TOSCANA SOSTENIBILE*

Progetto Costa Toscana | Isole Toscane: i prodotti
turistici che integrano l'offerta mare



Costa Toscana | Isole Toscane: *la Toscana sostenibile*

I riconoscimenti:

- 3 MAB UNESCO sulla costa (in Italia ce ne sono 17)
- 19 bandiere blu (2019) (su 183 bandiere blu ad altrettanti comuni. La Toscana è seconda dopo la Liguria, 30, e prima della Campania, 18)
- 1 distretto premiato con le 5 vele (2018)

I progetti in corso:

- G20 spiagge: dedicato alle coste italiane, e toscane in particolare, qualificate per la sostenibilità
- Progetto Plastic Free: la Toscana sarà la prima regione d'Italia plastic free. Novecento stabilimenti balneari, lungo i circa 230 km di costa, diranno addio già a partire dall'estate 2019 a piatti, bicchieri, cannuce e posate monouso per far posto a quelle biodegradabili
- MITOMED+: progetto europeo con capofila Regione Toscana, avviato nel 2017 e finanziato sull'asse 3 del programma Interreg MED – obiettivo 3.1 "Promuovere lo sviluppo di un turismo costiero e marittimo sostenibile e responsabile nel Mediterraneo "

BUSINESS - Attività di promozione business to business

- Fiere internazionali
- Workshop e contact events
- Buy Tuscany
- Incoming e Educational Tour
- BTO12

MANAGEMENT - Organizzazione della destinazione

- Sostegno alla costituzione ed all'avvio degli Ambiti e dei PTO
- Sviluppo dell'ecosistema digitale della destinazione (DMS)
- Programma di accompagnamento degli operatori della ricettività per il miglioramento della conoscenza e diffusione delle risorse di ciascun Ambito
- Accordo con grandi operatori del turismo on line



PRODUCT - Valorizzazione dell'offerta turistica territoriale:

- Tuscany Tourism Challenge
- Turismo dello shopping
- Toscana sostenibile Costa Toscana | Isola Toscane
- Wedding
- Francigena-Slow Travel
- Tuscany Adventure Times
- Toscana Terra Etrusca
- Ville Medicee Unesco

ENGAGEMENT - Promozione BtoC del brand-set Toscana:

- Comunicazione internazionale del Brand
- Azioni di co-marketing con i grandi brand toscani
- Gate to Tuscany
- Evento di Leonardo a Shanghai
- Nave Costa Toscana
- Incoming press internazionale
- Ecosistema VisitTuscany
- Accordo C-Trip

Da *Toscana 2020* per il futuro del turismo in Toscana

Cosa dice la Convenzione

4.1. Piano Operativo

Il piano operativo verrà sviluppato dal **gruppo di lavoro** e monitorato negli incontri periodici; il piano dettaglierà i **prodotti turistici** da promuovere, la tipologia di **azioni da realizzare**, l'elenco delle stesse, le **tempistiche di realizzazione**, le modalità di **monitoraggio dei risultati** ed il budget da destinare.

4.2 Attività facenti capo a Toscana Promozione Turistica:

4.2.a. Presentazioni mirate dell'offerta territoriale a **fiere di settore di rilievo internazionale** inserite nel piano promozionale di Toscana Promozione Turistica.

4.2.b Realizzazione **eventi promozionali dedicati a specifici segmenti dell'offerta** sui mercati target da definire congiuntamente nel piano operativo annuale;

4.2.c Realizzazione di **azioni di marketing e comunicazione** volte a promuovere l'immagine territoriale con l'obiettivo di aumentare la visibilità del sistema di offerta toscana;

4.2.d. Per territori emergenti e/o con un'offerta non strutturata sarà possibile realizzare, a cura di Toscana Promozione Turistica, **un'analisi di posizionamento** atta a supportare i territori per la creazione di prodotti turistici;

4.2.e. **Supporto** ai territori volto a stimolare la creazione di prodotti turistici territoriali innovativi con l'obiettivo di aumentare la competitività delle destinazioni.

Cosa dice la Convenzione

4.3 Attività facenti capo al **Comune A** (Ente Responsabile della Funzione Associata)

4.3.a **Organizzazione dell'offerta** territoriale

Il Comune di responsabile della gestione associata si farà carico, insieme agli altri comuni associati, della **ricognizione dell'offerta territoriale**, del **dialogo con gli stakeholder e le imprese** del territorio al fine di strutturare un'offerta integrata utilizzando l'Osservatorio turistico di Destinazione (OTD) previsto dall'art.8 della L.R 86/2016. Il Comune di si farà carico altresì, insieme agli altri comuni associati, della **diffusione presso le imprese turistiche** dei territori interessati, delle iniziative e attività promozionali previste dal Piano operativo condiviso, nonché delle circolari di Toscana Promozione Turistica.

Il Responsabile della gestione del comune di di cui all'art.13 della convenzione stipulata fra i comuni per la gestione associata dell'accoglienza e dell'informazione turistica è incaricato della **gestione delle attività**.

Il Comune di potrà altresì dotarsi di una **struttura operativa esterna**, incaricando un soggetto terzo secondo le procedure di legge o potrà avvalersi di uno o più soggetti operanti all'interno dei comuni aderenti all'ambito convenzionato.

Progetti in corso e Prossimi Passi:

- La convenzione con TPT è stata firmata in data 01/04/2019
- Il Progetto relativo al bando Start up è in corso
- I Tavoli operativi fra TPT e l'ambito volti alla definizione del piano d'ambito per il 2020 saranno realizzati nel periodo 15 settembre 31 ottobre e saranno in linea con le aree di intervento strategiche definite dalla Regione Toscana

Azioni promozionali :

- Promozione Eventi Musicali (Lucca Summer Festival 2018-19)
- Meet Tourism in Lucca 2019
- Un'Altra Estate 2018
- Turismo Avventura + formazione operatori
- Seminario Wedding
- Educational Tour Buy Tuscany
- Media relation: assistenza alla guide di viaggio: guida Baedeker Toscana / Marco Polo Tuscany; guida Toscana, Umbrien, Marche di Politikens Forlag (Danimarca); Le Guide Vert Michelin (Francia); Toscane, Guida Dominicus, casa editrice Gottmer Publishing Group (Olanda e Belgio)
- Assistenza giornalisti: The Times UK – In the footsteps of Leonardo da Vinci; Viaggi e Vacanze; Io Donna (Corriere della Sera); Confidenze (settimanale Mondadori) il mensile di enogastronomia Food & Beverage; AgendaViaggi.com Portale di turismo; Edgar Magazine, rivista francese servizio su Sigari Toscani; Press Tour in occasione de Il Desco; www.aloveflyplanet.com; www.metro.co.uk, quotidiano e sito

TOSCANA PROMOZIONE TURISTICA

Grazie per l'ascolto.

Seguitemi su:



www.toscanapromozione.it

