

OFFERTA TECNICA

Relativa al
Progetto per la valorizzazione dell'offerta e
l'organizzazione del sistema turistico dell'ambito
Firenze e Area Fiorentina 2021

MARZO 2021

PREMESSA

GLI AMBITI TURISTICI: Costituzione e funzioni

La L.R. n. 24 del 2018 ha approvato la definizione dei 28 ambiti territoriali toscani a cui assegnare la gestione associata delle funzioni in materia di informazione ed accoglienza turistica e di organizzazione, con modalità che erano già in parte contenute nella precedente L.R. n. 86 del 2016, e in parte specificate nel successivo Decreto del Presidente della G.R. n. 47/R del 2018. Tali norme prevedono le disposizioni per:

Accoglienza e Informazione turistica a carattere sovracomunale

Osservatorio Turistico di Destinazione (OTD) di Ambito

Attività convenzionate con Toscana Promozione Turistica

Per una efficace gestione dei vari aspetti della destinazione l'organizzazione dell'ambito deve divenire a tutti gli effetti una **DMO (Destination Management Organization)**. Un organismo **prevalentemente senza scopo di lucro, che si occupa della strategie di gestione di tutti gli elementi della destinazione turistica**, al fine di organizzarla e promuoverla, favorendo **l'integrazione dei servizi** offerti dai soggetti della filiera. Le DMO **non hanno funzioni di carattere strettamente commerciale**, riguardanti la costruzione e vendita dei prodotti turistici veri e propri. Strettamente connesso al concetto di DMO è anche quello di DMC poiché rappresentano due realtà diverse, ma in qualche modo affini in quanto queste due tipologie organizzative racchiudono tutte le funzioni necessarie ad una efficace azione di sviluppo per le destinazioni, mantenendo divise le competenze istituzionali da quelle più commerciali.

IL DESTINATION MANAGEMENT PLAN (DMP)

Il DMP è un piano di gestione delle destinazioni; cioè una dichiarazione di intenti condivisa per l'organizzazione e la gestione della destinazione per un determinato periodo di tempo, articolando i ruoli dei diversi stakeholder, identificando le azioni, le risorse umane e finanziarie necessarie.

Il DMP **include la governance, la pianificazione strategica di un quinquennio, il marketing della destinazione**, le azioni prioritarie del programma annuale (**Piano operativo di ambito**), identificando i soggetti responsabili. Il DMP ha quindi la funzione di individuare le politiche ed i servizi delle autorità locali (pianificazione, trasporti, gestione ambientale, tempo libero, cultura, ecc.).

QUALITA' ORGANIZZATIVA DELL'IMPRESA

Centro Studi turistici di Firenze intende presentare una proposta di gestione del servizio relativa al **“Progetto per la valorizzazione dell’offerta e l’organizzazione del sistema turistico dell’ambito Firenze e Area Fiorentina 2021”**, con l’obiettivo di mettere in rete le professionalità ed esperienze presenti nell’associazione e definire un modello evoluto di servizio, capace di rispondere a pieno alle richieste dell’Amministrazione. Il **Centro Studi Turistici di Firenze**, mette a disposizione esperienze pregresse nell’ottica di una maggiore integrazione delle competenze per l’offerta di un servizio altamente qualificato.

Di seguito, una presentazione di sintesi del Centro Studi Turistici di Firenze:



Il Centro di Studi Turistici di Firenze è una Associazione senza scopo

di lucro composta da operatori pubblici e privati, creata nel 1975 dall'Azienda di Soggiorno per svolgere attività di studio e di ricerca sul

turismo. Oggi svolge indagini e studi sui problemi economici del turismo, organizza convegni di studio e dibattiti su temi regionali, nazionali e internazionali di politica turistica, cura pubblicazioni a carattere scientifico ed operativo, rappresenta un centro di documentazione e raccolta della letteratura turistica e delle fonti statistiche italiane e internazionali e svolge funzioni di consulenza nei confronti delle Amministrazioni pubbliche. Dal 2005 ad oggi il Centro Studi Turistici ha costituito un punto di riferimento per le Amministrazioni Pubbliche locali per la ricerca e l’indagine dei punti di forza dei territori per il loro sviluppo turistico, attraverso la progettazione di piani di Marketing turistico territoriale (**Piano di Marketing turistico triennale del territorio dell’Unione dei Comuni dell’Empolese Valdelsa - Annualità 2017-2019, Progetto Marketing Territoriale per il Distretto Antichi mestieri, Sapori e Tradizioni della Sicilia – Verso la fruibilità della Sicilia Antica (2016-2017)** ed il **Piano di Marketing turistico triennale del Comune di Castiglione della Pescaia (Annualità 2013 – 2016 e annualità 2018-2020)**). Tra le esperienze più recenti e specifiche rispetto al bando in oggetto il CST vanta la realizzazione della **Attività di Destination Management Organization per l’ambito turistico della Valdelsa e della Valdicecina, Amiata, Lunigiana (Anno 2019)** e l’**Attività di Destination Management Organization per l’ambito turistico della Piana di Lucca e di Terre di Pisa (2020)**. Il Centro Studi Turistici è in possesso della certificazione di qualità ISO 9001 (UNI EN ISO 9001:2015)

IL PROGETTO PER L'AMBITO FIRENZE

Gli **obiettivi** definiti dalla richiesta dell'Ambito Firenze sono i seguenti:

1. aumentare la conoscenza dei flussi turistici con la **raccolta di informazioni qualitative** non previste dal sistema di rilevazione quantitativa attuale;
2. proseguire il percorso di costruzione di una governance turistica condivisa fra i soggetti pubblici e privati dell'Ambito tramite **il consolidamento del processo partecipativo per la costruzione e lo sviluppo di una offerta turistica locale** basata **sul coinvolgimento** del maggior numero di operatori locali e **sul coordinamento e l'integrazione** di ricettività, servizi privati ed esperienze diffuse, supportata da infrastrutture e servizi pubblici gestiti dagli enti locali

Le attività da svolgere riguardano:

- 1. Attività di audit di destinazione, con particolare focus sulla profilazione del turista;**

Profilazione qualitativa della domanda turistica dell'ambito in collaborazione con Uffici Informazioni, Attrattori, Operatori.

- 2. Sviluppo di processi partecipativi e coinvolgimento degli operatori privati (volti a sviluppare prodotti turistici);**

Organizzazione incontri con operatori selezionati (nr. 4 Living Lab) sull'organizzazione del prodotto e delle offerte commerciali (che saranno gli elementi centrali della promozione 2021 di Toscana Promozione) e sul livello di competitività dell'ambito

Organizzazione incontri con le amministrazioni comunali sui temi relativi ai prodotti dell'ambito

- 3. Attività di coordinamento della promo-commercializzazione (in sintonia con l'attività di Toscana Promozione Turistica: fiere, workshop e incontri preliminari)**

Organizzazione di maggiori proposte commerciali inerenti i prodotti turistici individuati e definizione delle strategie promo-commerciali da attivare in sinergia con Toscana Promozione Turistica per l'anno 2021

La nostra proposta

La nostra proposta prevede l'organizzazione di una serie di servizi di supporto alla fase di consolidamento dell'ambito con attività finalizzate alla maggiore conoscenza della domanda turistica dell'area, all'organizzazione di una mappa dell'attrattività dell'ambito ed alla esigenza di un maggiore coinvolgimento delle imprese turistiche dell'ambito nella **progettazione, programmazione e monitoraggio** delle strategie e delle azioni relative al piano operativo 2021, da svolgere attraverso **un costante dialogo sociale** fra amministrazioni comunali e operatori turistici dell'area, con gli obiettivi di:

1. attuare e aggiornare gli indirizzi strategici di valorizzazione del **Destination Management Plan (DMP)**, sia per quanto riguarda le azioni connesse all'operatività 2021 sia per le azioni di Management dell'ambito per il periodo 2021 - 2022;
2. **un confronto costante con i principali stakeholders**, attraverso l'organizzazione di Living Lab ed un costante rapporto con gli organi dell'Osservatorio Turistico di destinazione dell'ambito, per alimentare il processo partecipativo sui fattori di specificità territoriali e le strategie di prodotto;
3. **Aggiornamento del Piano Operativo di ambito per il 2021**, in funzione delle linee di tendenza che si registrano a livello nazionale e internazionale, alla luce del piano operativo regionale ed in funzione delle indicazioni provenienti dai living lab con gli operatori, e **supporto nella stesura del piano operativo 2022** nel periodo settembre/ottobre 2021;
4. Essere di **supporto al comune capofila** sia nelle relazioni con Toscana Promozione Turistica sia nelle relazioni con i vari attori (DMC dell'ambito) coinvolti nella strategia di valorizzazione dell'ambito territoriale.

Attività di Audit della destinazione

Questa attività è finalizzata ad un aggiornamento costante della piattaforma Tuscany Together in merito all'analisi degli attrattori, dei prodotti turistici e dei principali mercati dell'ambito.

I contenuti previsti nella nostra proposta di audit della destinazione:

1. **Analisi statistica dell'ambito per l'annualità 2020**; lettura attenta di ciò che è avvenuto nell'anno della pandemia sia in termini di domanda che di offerta turistica. Il lavoro di analisi statistica sarà comparato con quanto successo in altri ambiti della Regione Toscana simili per una analisi di posizionamento del territorio dell'ambito rispetto ad aree simili della Regione Toscana.
2. **Analisi della Profilazione della domanda turistica** da realizzarsi nel periodo primavera-estate attraverso l'utilizzo di una piattaforma che permetta la condivisione in tempo reale dei dati qualitativi relativi alla domanda turistica, al fine di raccogliere informazioni utili, con successiva elaborazione dei profili per la definizione dei target di mercato attuali da utilizzare negli uffici di informazione turistica e nei principali attrattori dell'ambito. L'analisi di profilazione della domanda sarà integrata da un'indagine verso gli operatori turistici dell'ambito attraverso l'invio telematico di un questionario strutturato ad hoc. Obiettivo della seguente proposta è di strutturare un sistema duraturo di "*profilazione*" della domanda turistica, che sappia individuare i veri drivers di crescita del mercato e che aiuti il sistema di offerta a concentrare gli sforzi verso proposte di fruibilità territoriale veramente efficaci.
3. **Mappatura degli attrattori dell'ambito**: analisi web dei principali attrattori (*cioè quelle attrazioni che motivano il viaggio, una vacanza o una visita (di almeno mezza giornata); l'importanza dell'attrattore può essere misurata dalla distanza di provenienza del visitatore e/o dalla durata della visita*) individuati dal sistema d'offerta del territorio (amministrazioni,

imprese del territorio, gruppi di imprese locali) ed indagine campionaria sui principali stakeholders del territorio. Questa analisi sarà integrata da una attenta lettura dei principali attrattori presenti sui *principali sistemi online* (Google Travel, Tripadvisor, Italia.it.....) e da una analisi delle *principali guide turistiche* interessanti per i mercati prioritari dell'ambito. La mappatura sarà riversata sulla piattaforma Tuscany Together nella parte relativa al Management della Destinazione alla voce Attrattività.

4. **Analisi dei principali trend turistici** relativi all'anno 2021 sui principali attori internazionali e nazionali del turismo (Booking.com, Airbnb, Lonely Planet, IEG,.....) ed il loro impatto sull'ambito: questa analisi è propedeutica alla organizzazione della seconda fase di lavoro relativa all'attività di animazione degli operatori dell'ambito.
5. **Analisi del sistema di accessibilità** all'area per l'aggiornamento della piattaforma Tuscany Together relativa alla sezione Management/Accessibilità attraverso un confronto con le amministrazioni comunali dell'ambito

L'obiettivo della nostra proposta relativa all'Audit di destinazione è quello di predisporre un vero e proprio **Osservatorio Turistico Permanente**, come attività di Audit quadrimestrale relativo all'ambito territoriale Firenze e Area Fiorentina. Al termine di ogni quadrimestre verrà realizzato un report di sintesi dei dati e reso disponibile ai diversi soggetti referenti. Al termine dell'anno sarà realizzato un report conclusivo e rappresentativo dei diversi segmenti di domanda turistica.

Attività di animazione con gli operatori

Questa attività è finalizzata da una parte ad avviare un dialogo permanente con il sistema delle imprese turistiche dell'ambito e dall'altra, alla organizzazione dell'offerta commerciale dell'ambito turistico da poter inserire sul mercato sui principali canali distributivi collegati alla tipologia di prodotto identificato.

Organizzazione di workshop e laboratori per i Gruppi di Lavoro con gli operatori locali.

In particolare, si intende sviluppare laboratori di co-progettazione dedicati ciascuno ad un diverso prodotto turistico fra quelli individuati dall'Ambito come prioritari finalizzati alla raccolta di informazioni operative per la costruzione dei prodotti ed alla **creazione dei gruppi di lavoro permanenti dell'ambito** secondo le linee guida "Tuscany Together" per far partecipare gli operatori privati alle attività di analisi, formazione e fornitura delle informazioni utili per l'organizzazione dei prodotti turistici e le conseguenti azioni di comunicazione e promo-commercializzazione da realizzare in stretta sinergia con Toscana Promozione Turistica. L'attività dei gruppi di lavoro con gli operatori si baserà in questa fase iniziale, purtroppo caratterizzata dalle limitazioni alle riunioni, su piattaforma digitale. Saranno ovviamente attivate, appena possibile, riunioni operative sul territorio. Qui di seguito proponiamo una modalità organizzativa per attuare i living lab di ambito con le imprese dell'ambito Firenze e Area Fiorentina.

1 living lab

Natura	New wellness, relax e rigenerazione - Disconnessione,ricarica in natura e outdoor	Vacanze in famiglia (in natura)
		Week end in natura
Outdoor	New wellness, relax e rigenerazione - Disconnessione,ricarica in natura e outdoor	Vacanze in bici/MTB
		Trekking
		week end in bici/Mtb
		Vacanze Golf

2 living lab

Short break	Living culture: cultura eventi e creatività - Firenze e le città d'arte - Arte e cultura: le vie di Dante	City Break Week end in città
		Weekend alla scoperta del patrimonio diffuso della Toscana (storia, cultura, saperi, paesaggio culturale)
Viaggi d'arte		Giro turistico culturale (auto)
		Giro turistico culturale (piedi)
		Studiare l'arte
Eventi culturali		Turismo eventi culturali

3 living lab

Relax e Benessere	Smart working e Long Stay	Vacanze in agriturismo
		Relax in luoghi esclusivi
		Vacanze Smart working

4 living lab

Scoperta del territorio	City quitting: ritorno ai borghi e ai prodotti autentici Arte e cultura: le vie di Dante	Vacanze in moto
		Cammini
		I grandi eventi della tradizione
		In giro tra i piccoli borghi
Passione enogastronomica	City quitting: ritorno ai borghi e ai prodotti autentici	Week end alla scoperta dei vini e dei sapori della Toscana
		Vacanza alla scoperta dei vini e dei sapori della Toscana
		Wine tour

Organizzazione di workshop e laboratori con gli addetti all'informazione turistica del territorio dell'ambito e con le amministrazioni comunali.

In aggiunta ai 4 living lab con gli operatori il Centro Studi Turistici propone l'effettuazione di due living lab con i soggetti gestori degli uffici di informazione turistica dell'ambito (Proloco, Cooperative.....) e con le amministrazioni comunali dell'ambito. L'obiettivo è di effettuare una analisi sul sistema di accoglienza ed informazione del territorio dell'ambito da poter riportare sulla Piattaforma Tuscany Together alla voce Management/Accoglienza.

L'obiettivo della nostra proposta relativa all'attività di animazione permette, da un parte di recuperare, **insieme alla DMC di ambito**, offerte commerciali relative alle aree prodotte individuate sulla base delle tematiche prioritarie individuate da Regione Toscana per l'anno 2021 per popolare la piattaforma Visit Tuscany ed eventuali altri canali distributivi dell'ambito individuati dalla DMC e dall'altra *la possibilità di aggiornare il piano operativo 2021 sulla piattaforma Tuscany Together e la sezione Management Accoglienza della stessa piattaforma.*

Attività di coordinamento della promo-commercializzazione (in sintonia con l'attività di Toscana Promozione Turistica: fiere, workshop e incontri preliminari)

L'obiettivo di questa terza fase del lavoro è quello di, in stretta collaborazione con la DMC dell'ambito, di aumentare l'organizzazione di proposte commerciali inerenti i prodotti turistici individuati e di sottoporre a Toscana Promozione la definizione delle strategie promo-commerciali da attivare in sinergia con l'ente regionale per l'anno 2021.

Quali funzioni all'interno del progetto:

Supporto agli operatori turistici per l'organizzazione dell'offerta; Partecipazione diretta ai living lab che saranno organizzati; Animazione di Visit Tuscany per le offerte commerciali¹; Animazione di tutti i canali social di ambito per le offerte commerciali organizzate

Quali azioni:

MAPPATURA DELL'OFFERTA COMMERCIALE PRESENTE AD OGGI SULL'AMBITO ATTRAVERSO UNA ANALISI DESK E WEB;

ORGANIZZAZIONE E PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE della destinazione/ dei prodotti/ delle esperienze: dalla costruzione, alla commercializzazione. E' urgente **individuare il percorso che si vuole perseguire per (ri)organizzare questa fase:**

- Organizzazione dell'offerta e creazione di "prodotti" funzionali a quello che si ipotizza che potrebbe creare "attrazione/ motivazione" per il territorio, partendo dalla mappatura dell'esistente e coinvolgendo da remoto le imprese.
- Individuazione delle **modalità di comunicazione interna** (con gli operatori del territorio, IAT, aree protette, rete museale, ecc.) **e quella esterna** (indicando quelle che potrebbero essere le azioni e gli investimenti utili per far conoscere le proposte).
- Individuazione target (quali), prodotti (quali)-----organizzazione offerta in funzione di target, prodotti e itinerari (come, cosa poter fare, quali sono, qual è la motivazione per cui dovrei andare in quel parco, piuttosto che declinare il concetto di "spazio aperto/ parco/ natura/itinerario" in un prodotto fruibile che venga percepito come "motivazione", ecc.)

COINVOLGIMENTO TPT. L'Ambito, in forma sintetica ma esaustiva, presenta in modo anche informale a TPT il piano di azione con un cronoprogramma di massima, chiedendo a TPT sia possibili **integrazioni o suggerimenti** in termini di contenuti. TPT potrà rafforzare le azioni dell'Ambito (e vice versa).

COINVOLGIMENTO DI TUTTI GLI ATTORI DELLA DESTINAZIONE. Sia nella fase di organizzazione dell'offerta ma soprattutto nel lancio e nella condivisione delle azioni/ strategie.

LANCIO DEI PRODOTTI TURISTICI ORGANIZZATI (Maggio/Giugno/Luglio/Agosto) attraverso tutti i canali di comunicazione possibile (social ambito, Visit Tuscany e social correlati, siti delle amministrazioni comunali, condivisione di questi prodotti con gli operatori del territorio ai quali sarà chiesto massima condivisione del lavoro svolto.....)

ATTUALIZZAZIONE DEL PIANO 2021 alla luce della situazione nazionale ed internazionale dovuta all'emergenza sanitaria.

¹ **OFFERTA COMMERCIALE** - qualsiasi cosa sia acquistabile da un catalogo, da una piattaforma o direttamente dal produttore. E' quindi, a titolo di esempio, un tour, un'attività, una soggiorno, una escursione, un biglietto o pass turistico, una guida turistica- ambientale, un noleggio di bici, di e-bike, un voucher per un trasferimento.....

AZIONI MIGLIORATIVE:

1. Assistenza al personale del Comune capofila per l'individuazione delle modalità di attuazione delle azioni previste dal Bando Consolidamento, in relazione alle Linee Guida pubblicate da Toscana Promozione Turistica ed alla individuazione e coordinamento dei soggetti tecnici da coinvolgere ed alle condizioni di realizzazione da applicare;
2. Supporto all'ambito turistico per la stesura del progetto relativo al bando di Toscana Promozione Turistica per l'annualità 2022.

DIAGRAMMA DI GANTT:

FASI DI LAVORO	ATTIVITA'	Marzo 2021				Aprile 2021				Maggio 2021				Giugno 2021				Luglio 2021				Agosto 2021				Settembre 2021				Ottobre 2021				Novembre 2021		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
1^ FASE AUDIT	Analisi statistica 2020 e analisi trend 2021																																			
	Analisi profilazione domanda																																			
	Mappatura Attrattori Ambito																																			
	Analisi del sistema di accessibilità																																			
2^ FASE Animazione	Organizzazione workshop operatori locali																																			
	Organizzazione workshop Uffici IAT																																			
3^ FASE PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE	Redazione Piano di lavoro 2021 e Piano operativo 2022																																			
	Incontri con TPT, Conferenza Sindaci, Consulta																																			
	ORGANIZZAZIONE OFFERTE COMMERCIALI																																			
	Azioni prioritarie PO 2021																																			
	Supporto al comune capofila																																			
	supporto per presentazione progetto 2022 bando TPT																																			

Prof. Alessandro Tortelli
Direttore Scientifico Centro Studi Turistici Firenze

