

CONFERENZA DEI SINDACI DELL' AMBITO TURISTICO VERSILIA

Deliberazione n. 3 - 14 settembre 2020

Oggetto:

Progetto per la valorizzazione dell'offerta e l'organizzazione del sistema turistico dell'Ambito Turistico Versilia - approvazione.

COMUNE	RUOLO	COGNOME E NOME	CARICA	PRESENTE	ASSENTE	VOTO A FAVORE
Forte dei Marmi	Presidente	Bruno Murri	Sindaco	X		X
Massarosa	Vice Presidente	Alberto Coluccini	Sindaco		X	
Camaiore	Componente	Gabriele Baldacchini	Assessore	X		X
Putignano	Componente	Alberto Giovannetti	Sindaco		X	
Saravalle	Componente	Giacomo Genovesi	Assessore	X		X
Stazzema	Componente	Margherita Minelli	Assessore		X	
Vareggio	Componente	Patrizia Lombardi	Assessore	X		X

In data 14 settembre 2020, in seduta telematica la Conferenza dei Sindaci dell'Ambito Turistico Versilia prende in esame gli argomenti all'ordine del giorno ed assume la seguente deliberazione:

**LA CONFERENZA DEI SINDACI
DELL' AMBITO TURISTICO VERSILIA**

Vista la legge Regionale 86/2016 e visto il Regolamento 7 agosto 2018 47/R;
vista la "Convenzione per l'esercizio associato delle funzioni in materia di accoglienza e informazione turistica dell'Ambito Versilia" vigente tra i Comuni di Camaiore, Forte dei Marmi, Massarosa, Pietrasanta, Seravezza, Stazzema e Viareggio sottoscritta il 20 dicembre 2019;

visto il Decreto numero 27 del 17/07/2020 del Direttore di Toscana Promozione Turistica e la successiva comunicazione del Direttore di T.P.T. del 24 marzo 2020;

ritenuto di presentare a Toscana Promozione Turistica un progetto, denominato "Progetto per la valorizzazione dell'offerta e l'organizzazione del sistema turistico dell'Ambito Turistico Versilia", a valere sul Decreto 27 / 2020 in riferimento alla scadenza del 15/9/2020;

Vista la bozza di progetto allegata e parte integrante della presente deliberazione, ritenuto di approvarla;

con voti unanimi palesemente espressi

DELIBERA

- 1) di approvare l'allegato "Progetto per la valorizzazione dell'offerta e l'organizzazione del sistema turistico dell'Ambito Turistico Versilia";
- 2) di conferire indirizzo al Funzionario dell'Ambito affinché proceda alla trasmissione del progetto che si approva a Toscana Promozione Turistica, nei termini e nelle modalità di cui al Decreto 27/2020;
- 3) di richiedere al Comune capofila la pubblicazione del presente atto sul proprio albo pretorio, in ottemperanza ai vigenti obblighi di legge in materia di trasparenza amministrativa.

Il Funzionario responsabile
dell' Ufficio Associato
per la Promozione turistica
Dott. Marcello Fascetti



Il Presidente
dott. Bruno Murzi



TITOLO DEL PROGETTO

**PROGETTO
PER LA VALORIZZAZIONE DELL'OFFERTA E
L'ORGANIZZAZIONE
DEL SISTEMA TURISTICO DELL'AMBITO TURISTICO VERSILIA**

SOGGETTO PROPONENTE

COMUNE DI FORTE DEI MARMI

Sede legale

Via/piazza	Piazza Dante	Numero civico	1	CAP	55042
Comune	Forte dei Marmi	Provincia		Lucca	
Telefono	0584 2801	Telefax			
E-mail	fortefdm@comunefdm.it	Sito internet	www.comunefortefdm.it		
PEC	protocollo.comunefdm@postacert.toscana.it				

Legale rappresentante: SINDACO

Cognome	Muzzi	Nome	Bruno
Telefono fisso	0584 280215	Telefono mobile	
Telefax		E-mail	sindaco@comune.fdm.it

Referente: DIRIGENTE

Cognome	Lazzarini	Nome	Luca
Telefono fisso		Telefono mobile	
Telefax		E-mail	segretario@comune.fdm.it

Referente: FUNZIONARIO UFFICIO TURISMO

Cognome	Fascetti	Nome	Marcello
Telefono fisso		Telefono mobile	377 4558824
Telefax		E-mail	ambitoturistico@comune.fdm.it

PREMESSA

L'Ambito Turistico Versilia è costituito da sette Comuni della Provincia di Lucca (Viareggio, Camaiore, Pietrasanta, Massarosa, Seravezza, Forte dei Marmi e Stazzema). Tutti i Comuni afferenti all'ambito hanno sottoscritto la convenzione per la gestione associata della funzione "Turismo", individuando in Forte dei Marmi il soggetto capofila della gestione associata.

La particolarità dell'ambito turistico della Versilia, che a prima vista lo rende complesso da un punto della gestione associata ed omogenea del turismo, è costituita dall'avere quattro comuni con una evidente e preponderante economia turistica balneare, che costituisce l'elemento economico trainante delle comunità, mentre tre comuni (Seravezza, Massarosa e Stazzema) hanno un indotto turistico marginale rispetto allo sviluppo economia delle singole comunità. I sette comuni hanno inoltre una localizzazione territoriale diversificata, essendo i quattro comuni a prevalenza turistica localizzati lungo la costa tirrenica mentre i tre comuni a minor consistenza turistica presentano zone territoriali montane collinari o di pianura senza per aver alcun contatto territoriale con il mare. Questa evidente diversità pone però l'ambito turistico della Versilia nella condizione di poter offrire ai turisti una diversificazione di attività, interessi e di possibilità turistiche che rappresentano un'occasione unica e particolare di "offerta turistica", consentendo la programmazione di molteplici progetti turistici utilizzabili dall'utente anche in contemporanea.

Negli ultimi nove anni (dal 2010 al 2018) il complesso dell'ambito Versilia, a fronte di una crescita del +15,90% degli arrivi, registra un calo dei pernottamenti turistici di oltre 3 punti percentuali, legato soprattutto alla componente italiana (-14,1% - con un forte calo della permanenza media); la clientela straniera, invece, realizza una crescita sia degli arrivi (+24% circa) sia delle presenze (+18% circa).

Il progetto ha l'obiettivo principale di consolidare le attività avviate con il progetto di start up dell'AT, finanziato con un contributo regionale di € 85.000,00, assegnato con il decreto n. 10 / 2020.

Grazie a tali risorse finanziarie e ad una forte condivisione degli obiettivi fra i Comuni associati, l'ambito Versilia ha avviato sin dalla sua costituzione un consistente programma di start up, attualmente completato, le cui attività si elencano brevemente di seguito al fine di evidenziare i legami con quelle proposte nel presente progetto.

La redazione del progetto ha fatto riferimento, oltre ad atti e norme regionali, al DMP ed al PO 2020 dell'AT, alle linee guida "Tuscany Together" sulla governance della promozione turistica regionale ed alla lettera del Direttore di TPT del 24 marzo.

ATTIVITA' REALIZZATE NELLA FASE DI START UP – ANNO 2019/2020

I mesi di startup da gennaio ad agosto 2020 hanno impegnato l'Ambito Turistico Versilia innanzitutto nella attivazione di una struttura di governance per avviare le attività.

Dopo la sottoscrizione della Convenzione tra Comuni per la gestione associata del turismo e la successiva sottoscrizione della convenzione operativa tra l'Ambito e la Associazione di Comuni, nel mese di gennaio 2020 è stata convocata presso il Comune di Forte dei Marmi, capofila dell'ambito, una riunione preliminare alla quale hanno partecipato i rappresentanti dei sette comuni e delle principali categorie produttive: tale riunione aveva lo scopo di informare tutti i principali soggetti dell'avvenuta formale costituzione dell'ambito.

Nel mese immediatamente successivo di febbraio 2020 è stato organizzato a villa Bertelli a Forte dei Marmi un convegno illustrativo sulle finalità e le modalità operative e le strutture dell'ambito; nella sala convegni hanno preso parte oltre cento soggetti convenuti, ai quali attraverso una serie di qualificati interventi è stato dato un quadro d'insieme sulla normativa regionale, sulla struttura dell'ambito, sulle possibili linee di sviluppo.

Immediatamente dopo il convegno si è avuta la situazione di Lockdown conseguente alla pandemia da Covid-19; l'ambito ha pertanto sviluppato le proprie modalità di funzionamento e di incontro sfruttando essenzialmente le piattaforme telematiche.

Nei mesi di marzo, aprile e maggio 2020 si è lavorato quindi su diverse linee operative parallele:

- costruzione di un'immagine unitaria dell'ambito Versilia, obiettivo perseguito con la realizzazione del logo Versilia e la pubblicazione di un avviso per la manifestazione di interesse a partecipare alla consultazione dell'osservatorio turistico di destinazione dell'Ambito;
- ricerca di partnership per la definizione del master Plan dell'ambito e per la progettazione, implementazione, attivazione e gestione di una redazione diffusa e coordinata dell'Ambito;
- Definizione della struttura di governance dell'ambito (conferenza dei sindaci, regolamento dell'osservatorio turistico di destinazione, tabella di ripartizione degli oneri finanziari a carico dei aderenti redatta sulla base della media delle presenze turistiche del triennio precedente per singolo comune).

Il progetto si è declinato su due obiettivi strategici:

1. *La governance del Settore Turistico Locale: costruzione di un Destination Management Plan per la realizzazione di una DMO territoriale*
2. *Costruzione di un Sistema integrato dell'accoglienza e informazione turistica).*

I due obiettivi erano indicati dal Bando con attività specifiche per ogni obiettivo ma integrate nei risultati verso quello più generale della realizzazione della Governance turistica dell'ambito.

Per ognuno di questi obiettivi sono state realizzate attività di comunicazione e marketing di medio/lungo periodo, come di seguito descritto.

La governance del Settore Turistico Locale: costruzione di un Destination Management Plan per la realizzazione di una DMO territoriale

In via di definizione la redazione del **DMP** (Destination Management Plan) pluriennale per il periodo 2020-2025, contenente le strategie di valorizzazione e di posizionamento dell'offerta della destinazione in relazione ai trend più importanti della domanda, comprensive della definizione dei temi strategici dell'Ambito, il modello organizzativo dell'AT comprensivo delle funzioni e di uno schema organizzativo con le modalità di gestione della DMO di ambito, degli obiettivi di miglioramento prioritari condivisi, la lista delle azioni operative e di un budget finanziario pluriennale 2020-2022 e della descrizione degli strumenti e delle attività da attuare in coordinamento con le agenzie regionali (TPT e FST).

Sono state svolte varie attività rivolte alla **progettazione delle funzioni operative e amministrative della governance turistica** della destinazione con particolare riferimento all'organizzazione interna dell'AT, necessaria per poter procedere nel percorso costitutivo della destinazione Versilia nella forma di una DMO pubblica capace di una gestione coordinata dell'offerta come unica destinazione turistica e per l'individuazione della DMC specializzata per la commercializzazione dei prodotti turistici. La progettazione di tali funzioni ha individuato le forme organizzative possibili in modo condiviso fra i Comuni dell'Ambito.

Costruzione di un sistema integrato dell'accoglienza e informazione turistica

Per avviare la costruzione di un sistema integrato dell'accoglienza e dell'informazione turistica, è stato emanato un avviso pubblico per la manifestazione di interesse da parte di soggetti terzi a progettare, implementare ed attuare una redazione diffusa dell'ambito; alla manifestazione di interesse hanno risposto 10 soggetti divisi tra soggetti individuali e ditte e al termine della procedura l'ambito ha effettuato un affidamento al Consorzio di promozione turistica della Versilia con sede a Lido di Camaiore (Lucca). Il servizio è stato affidato all'inizio del mese di luglio ed è attualmente in fase di attivazione.

La conferenza dei sindaci ha approvato un logo che è finalizzato a contraddistinguere la Versilia nel panorama della promozione turistica nazionale ed internazionale.

Nel contempo sono stati prodotte due pubblicazioni a stampa: la "guida Versilia 2020" ed il "calendario degli eventi Versilia 2020". Si tratta di una guida informativa di carattere generale relativa al territorio dei sette comuni e di un calendario condiviso di tutti gli eventi del periodo di luglio-agosto 2020; la guida è stata prodotta in 10.000 copie distribuite ai punti di informazione ai comuni, il calendario è stato prodotto in 20.000 copie diffuse ai comuni, gli uffici informazione, le strutture balneari, le strutture alberghiere.

La conferenza dei sindaci ha poi deciso di produrre una serie di materiali video da utilizzare in particolare sulle pagine Facebook ed Instagram per la promozione del territorio; sono stati realizzati due filmati della lunghezza di un minuto ciascuno con target rispettivamente "famiglie" e "individui alto spendenti", ed una serie di mini spot di 15 e 30 secondi.

Nel mese di agosto 2020 sono stati attivati il sito www.visitversilia.net e la pagina Facebook chat Versilia, attivi fin dal giorno 14 agosto per la promozione del territorio.

Saranno realizzati n. 5 living lab da settembre ad ottobre sui temi relativi ai prodotti turistici individuati nel Piano operativo 2020

Saranno affrontate le seguenti tematiche per far capire il contesto:

- quadro normativo di riferimento: legge regionale n. 86 del 20 dicembre 2016 "Testo unico del sistema turistico regionale" che ridisegna la nuova governance del settore;
- i 28 Ambiti Turistici regionali;
- convenzione con Toscana Promozione Turistica per la definizione delle azioni di Promozione e presentazione del Piano Operativo 2020, nello specifico:
 - dati statistici del territorio e l'importanza dell'analisi dei numeri e della profilazione dell'ospite;
 - i prodotti individuati nel piano start up e nel piano 2020;
 - la tipologia di collaborazione tra pubblico e privato.

FINALITA' DEL PROGETTO

Con il completamento della fase di start up, i Comuni dell'Ambito, condividendo il modello organizzativo ispirato alla creazione di una DMO territoriale e gli obiettivi di sviluppo dell'offerta turistica in linea con le esigenze espresse dagli operatori locali, avevano definito le attività prioritarie da svolgere nel 2020, che riguardavano il consolidamento delle azioni avviate, come la costruzione del sistema di informazione e accoglienza turistica, ed il processo di coinvolgimento delle imprese turistiche locali per la costruzione e la promozione di offerte turistiche in grado di migliorare il tasso di occupazione e differenziare i segmenti di domanda attratti dalla destinazione. Da questo insieme di attività sul territorio discendevano i contenuti del Piano Operativo 2020 presentato a gennaio a Toscana Promozione Turistica per l'inserimento nel piano regionale.

La pandemia da Covid-19 ha pesantemente impattato sui sistemi socio-economici dell'Italia e del resto del mondo con effetti enormi sul settore turistico; questo quadro profondamente mutato, del quale tuttora non si ha una definizione di dettaglio, richiede una riprogrammazione completa delle azioni pianificate fino ai primi di febbraio scorso.

In poco più di un mese il mondo intero si è ritrovato in una situazione i cui effetti finali sono difficilmente prevedibili ma che sicuramente impone fin da ora un fortissimo cambiamento in tutto il sistema turistico regionale, pubblico e privato, per definire nuove strategie e rinnovare gli strumenti per affrontare una ripartenza difficilissima nei prossimi mesi sul mercato domestico e le sfide che si proporranno subito dopo per il 2021 con i nostri competitors internazionali.

Lo spirito di collaborazione e di rinnovamento che anima le linee guida "Tuscany Together" dovrà manifestarsi in un reale e robusto processo di condivisione bottom-up di strategie, obiettivi, strumenti ed azioni promozionali a cui non si è mai assistito nel passato in Toscana nella definizione della promozione turistica regionale.

Con tale spirito, l'Ambito Versilia ha definito le attività da inserire nel presente progetto definendo un percorso di sviluppo coerente con le indicazioni organizzative fornite dalle linee guida "Tuscany Together" e dai più recenti approfondimenti degli organismi regionali a completamento di quelle indicazioni, ad esempio nell'evento a Firenze del 2 marzo 2020 e nella lettera del Direttore di TPT del 24 marzo u.s.

Infatti, a causa della crisi innescata dalla pandemia di coronavirus, gli obiettivi del presente progetto prevedono una maggiore attenzione allo studio del mercato, al coinvolgimento degli operatori locali, alla progettazione ed alla costruzione degli strumenti e dei prodotti necessari ad innovare l'offerta turistica del territorio e ad un coordinamento competente di tutto il percorso di sviluppo dell'Ambito.

OBIETTIVI

Sulla base delle considerazioni esposte, gli obiettivi fissati per il progetto, in linea con il decreto n. 27/2020 e coerenti con il DMP dell'Ambito e con il Piano Operativo 2020 aggiornato, sono i seguenti:

- A. riesaminare, ripensare ed eventualmente ridefinire, attraverso percorsi partecipativi attuati sul territorio e con i soggetti consulenti dell'Ambito, le caratteristiche, la struttura, la qualità dell'**offerta turistica** che l'Ambito è in grado di proporre al mercato;
- B. approfondire, anche con la raccolta di informazioni qualitative non previste dal sistema di rilevazione quantitativa attuale, informazioni finalizzate alla profilazione dei turisti attuali e possibilmente alla individuazione dei turisti potenziali, allo scopo di conoscere, interpretare e meglio definire la **domanda turistica reale e potenziale** dell'Ambito;
- C. proseguire la costruzione di un sistema di **governance turistica condivisa fra i soggetti pubblici e privati** dell'AT, tramite l'attivazione e 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 integrazione di ricettività, servizi privati ed esperienze diffuse, supportata da infrastrutture e servizi pubblici gestiti dagli enti locali;
- D. rafforzare gli **strumenti di informazione ed accoglienza** al fine di migliorare l'esperienza di visita dei turisti attraverso un raccordo del sistema coordinato degli uffici di informazione turistica, con l'inclusione degli operatori locali per ampliare la platea dei turisti serviti dal sistema, ed attraverso il miglioramento dei materiali informativi di ambito e la continuazione dei nuovi strumenti informativi digitali dell'ambito, in connessione con l'ecosistema digitale curato da Fondazione Sistema Toscana (FST);
- E. migliorare l'attività di **promo-commercializzazione della destinazione** in forte coordinamento con Toscana Promozione Turistica (TPT) attivando le competenze necessarie per l'identificazione dello scenario 2021, ai sensi del processo di condivisione definito dalle linee guida, proseguendo con la costruzione di offerte commerciali sui prodotti più richiesti dal mercato.

ATTIVITA', VOCI DI SPESA E TEMPI

In riferimento agli obiettivi progettuali sopra definiti sono state quindi individuate le attività da attuare, in relazione a quelle definite come "finanziabili" nel Decreto 27 del 17/02/2020.

Di seguito sono quindi descritte tali attività e vengono evidenziati gli obiettivi del progetto ad esse collegati, le motivazioni ed il dettaglio delle azioni da intraprendere, i periodi di svolgimento fino alla scadenza del 30 giugno 2021, riportati nel cronoprogramma mensile finale, ed i costi previsti suddivisi in base alle tipologie di spese ammissibili previste dal decreto, come dettagliati nella tabella riassuntiva finale.

1. AUDIT DI DESTINAZIONE

L'attività di audit di destinazione intende completare la conoscenza dei flussi turistici, per supportare la costruzione di prodotti e la promo-commercializzazione, e prevede l'azione:

1.1 Profilazione dei turisti

Durante il processo di redazione del DMP da parte del Centro Studi Turistici di Firenze, l'Ambito Versilia ha già realizzato un'ampia attività di raccolta, elaborazione e analisi di dati e informazioni utili per monitorare l'andamento del mercato turistico, con l'utilizzo dei dati sul movimento turistico locale e regionale.

In vista della completa informatizzazione e dell'integrazione di tutte le banche dati in un'ampia piattaforma collaborativa, delineata nell'incontro del 2 marzo 2020 a Firenze, nell'ambito di un ecosistema digitale regionale della destinazione, è necessario per l'Ambito migliorare alcune conoscenze specifiche di tipo qualitativo utili a consentire un'adeguata base informativa per la programmazione delle azioni di promozione e comunicazione in coordinamento con le agenzie regionali TPT e FST. Per usufruire pienamente di quel coordinamento è infatti necessario aumentare il livello di conoscenza dei propri turisti da parte dell'Ambito attraverso rilevazioni qualitative presso i principali punti di contatto con il turista.

Come già descritto nel P.O. 2020, è quindi intenzione dell'Ambito avviare un processo di profilazione dei visitatori, misurare il livello di soddisfazione degli utenti stessi ed una mappatura delle principali attrazioni (offerta) del territorio versilese, presso uffici IAT, strutture ricettive e principali attrattori al fine di raccogliere dati ed informazioni utili, con successiva elaborazione dei profili per la definizione dei target di mercato attuali e di quelli, se possibile, potenzialmente ideali per la destinazione.

Attraverso il sito www.visitversilia.net si attiverà una specifica sezione, che consenta la gestione della raccolta dati, la rilevazione del grado di soddisfazione dell'utenza e la raccolta di eventuali reclami nell'intento di calibrare il servizio sulle esigenze del territorio e dei suoi fruitori.

La stagione turistica estiva 2020 sarà necessariamente non rappresentativa dei flussi turistici ordinari, a causa della crisi da coronavirus, e pertanto la scelta delle rilevazioni da fare dovrà necessariamente concentrarsi più sulla significatività delle fonti e dei rilevatori che sulla rappresentatività statistica delle informazioni raccolte. Quindi si dovrà procedere con una selezione accurata dei luoghi e delle modalità di raccolta dati, con la predisposizione di un questionario strutturato per l'analisi qualitativa che garantisca buoni risultati.

Grazie al coordinamento regionale delle attività di audit, i dati raccolti dall'Ambito potranno essere confrontati con le informazioni raccolte in passato sul territorio ed anche con altre elaborazioni di dati fornite dalla Regione, ad esempio in merito alle performance della Toscana sui principali canali online, sugli indicatori di sentiment e di posizionamento dei brand e dei prodotti turistici regionali, attraverso le fonti di FST, e con le indagini di mercato effettuate da TPT tramite operatori specializzati, al fine di chiarire gli scenari post-crisi coronavirus.

Questa attività è finalizzata al raggiungimento di tutti gli obiettivi del progetto ed in particolare degli obiettivi A, B e D.

Prevede spese per studi e ricerche svolti da un soggetto specializzato nel periodo da ottobre 2020 a giugno 2021 per un costo totale pari ad euro 15.000,00.

2. SVILUPPO DI PROCESSI PARTECIPATIVI E COINVOLGIMENTO DEGLI OPERATORI PRIVATI

L'attività di sviluppo di processo partecipativi e di coinvolgimento degli operatori privati inserita nel progetto intende proseguire la costruzione condivisa dell'offerta turistica fra i soggetti pubblici e privati dell'Ambito, avviata nella fase di start up, con due azioni:

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

Questa azione intende proseguire il processo partecipativo realizzato dall'Ambito nella fase di start up con il coinvolgimento in 5 diversi laboratori di co-progettazione di circa 50 operatori privati, in rappresentanza di strutture ricettive, associazioni sportive, stabilimenti balneari, guide ed imprese di servizi vari.

In particolare, si intendono sviluppare laboratori di co-progettazione dedicati ciascuno ad un diverso prodotto turistico fra quelli individuati dall'Ambito come prioritari (balneare, sportivo indoor e outdoor, enogastronomico, culturale, wedding), finalizzati alla raccolta di informazioni operative per la costruzione dei prodotti ed alla creazione dei gruppi di lavoro (GdL) secondo le linee guida "Tuscany Together" per far partecipare gli operatori privati alle attività di analisi, formazione e fornitura delle informazioni utili per il marketing. 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 riprese, appena possibile, le riunioni operative sul territorio.

Grazie alla costituzione dei gruppi di lavoro saranno coinvolti gli operatori locali nelle attività di mappatura dell'offerta e di costruzione del prodotto in integrazione a quanto proposto nella fase 1 del presente progetto.

Questa attività è finalizzata al raggiungimento degli obiettivi A,B, C e D del progetto.

Come dettagliato nella tabella riassuntiva l'attività prevede spese di personale d'ambito per attività di DMO, per organizzazione di workshop con gli operatori territoriali e per altre consulenze e servizi necessari, svolti da soggetti specializzati, da realizzare nel periodo da ottobre 2020 a aprile 2021 per un costo totale pari ad euro 10.000,00.

3. MIGLIORAMENTO DELL'ORGANIZZAZIONE DELLE ESPERIENZE DI VISITA

L'attività di miglioramento dell'organizzazione delle esperienze di visita che rappresenta il punto centrale del progetto 2020 sarà da un lato propedeutica al rafforzamento dei servizi, pubblici o in convenzione, di informazione ed accoglienza turistica (IAT) a carattere sovracomunale, compito prioritario dell'AT, e dall'altro sul coordinamento dei servizi privati che offrono servizi ai turisti, accessori alla ricettività, per fornire esperienze autentiche, attrattive e distintive sul territorio. Sicuramente il coordinamento dei servizi privati rappresenta l'elemento centrale per migliorare ed aumentare le esperienze di visita dei turisti sul territorio della Versilia.

Le attività previste sono le seguenti:

3.1 *Rafforzamento servizi IAT con coinvolgimento degli operatori locali (Attività di coordinamento fra gli uffici turistici dell'ambito; elaborazione stampa e distribuzione materiale informativo)*

L'ambito intende proseguire nella costruzione di un sistema coordinato per il miglioramento della gestione della rete IAT, avviata nella fase di start up; considerata la presenza di vari gestori negli uffici IAT, risulta necessario rafforzare l'integrazione digitale fra uffici ed operatori privati dell'ambito per permettere di raggiungere la maggior parte dei turisti, migliorando fortemente la loro esperienza di visita grazie ad un flusso informativo comune distribuito su molti punti di contatto sul territorio dell'Ambito.

Inoltre, attraverso questa fase di coordinamento si prevede di ampliare la progettazione e la stampa di materiale informativo, sulla base delle reali esigenze degli uffici.

Infine, si procederà al popolamento relativo alle offerte informative ed alle offerte commerciali della piattaforma VisitTuscany.

3.2 *Organizzazione di incontri finalizzati alla formazione e costruzione dell'offerta turistica dell'Ambito e attività di gestione e aggiornamento strumenti social network e sito web dell'ambito Versilia con la creazione e l'implementazione costante di un blog (sezione dedicata con contenuti esperienziali)*

Per migliorare ed aumentare le esperienze di visita dei turisti sul territorio dell'Ambito è fondamentale avviare un processo di coordinamento dei servizi privati che attualmente presentano difficoltà ad integrarsi con le dinamiche di sviluppo a causa di priorità diverse nel lavoro quotidiano, della loro natura non imprenditoriale, no-profit o informale.

Inoltre, molto spesso questi fornitori di servizi garantiscono esperienze di grande valore turistico ma che non possono essere prenotate con sicurezza. In stretto raccordo con i gruppi di lavoro tematici, sarà quindi attivato il coordinamento di soggetti specializzati per organizzare e customizzare l'offerta di tali servizi sia per arricchire e migliorare la permanenza dei turisti insieme alla ricettività secondo le nuove tendenze di mercato.

Questa attività è finalizzata al raggiungimento degli obiettivi D e E del progetto.

Come dettagliato nella tabella riassuntiva, prevede spese di personale d'ambito per attività di DMO, per l'elaborazione grafica e stampa di materiale promozionale di ambito e per altre consulenze e servizi necessari per la gestione web e social, svolti da soggetti specializzati, da realizzare nel periodo da settembre 2020 a aprile 2021 per un costo totale pari ad euro 45.000,00.

4. COORDINAMENTO DELLA PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE

Le azioni di coinvolgimento delle imprese, di organizzazione di nuovi prodotti turistici devono trovare concretezza in azioni di coordinamento della comunicazione e della promo-commercializzazione: ci si trova attualmente in una fase in cui è importante mantenere e consolidare il proprio pubblico, riorganizzare le strategie, analizzare costantemente le performance dei siti web e dei canali social.

L'attività di coordinamento della comunicazione e della promo-commercializzazione inserita nel progetto sarà composta da un mix di azioni da realizzare in collegamento con Toscana Promozione Turistica (TPT), con una relativa minore attenzione ad azioni dirette promo-commerciali in fiere ed eventi nazionali o internazionali, a causa dell'attuale incertezza provocata dalla crisi globale derivante dall'epidemia di coronavirus su tutti i mercati.

Tale approccio si concentra quindi sull'attivazione delle competenze necessarie per la definizione del PO 2021 dell'ambito, in coordinamento con la riprogrammazione del Piano Operativo regionale, tramite il processo di condivisione definito dalle linee guida "Tuscany Together", proseguendo con la costruzione di offerte commerciali sui prodotti più ricercati dal mercato, descritte in strumenti informativi adeguati, e la formazione degli operatori locali per una efficace partecipazione alle iniziative di promozione organizzate da TPT.

L'attività di coordinamento della promo-commercializzazione prevista del progetto comprende perciò le seguenti quattro azioni:

4.1 Coordinamento attività con TPT su definizione P.O. 2021 compresa costruzione di offerte/proposte commerciali e loro inserimento su Make

Nel rispetto della strategia e del mix di prodotti tematici e considerata la complessità della crisi attuale e l'avvio del processo di condivisione delle scelte sulla governance della promozione regionale prevista dal nuovo approccio "Tuscany Together", è necessario per l'ambito dotarsi di un soggetto specializzato per il coordinamento con TPT coinvolto anche nel coordinamento verso il basso degli operatori locali, già descritto in precedenza, così da supervisionare tutto il processo di costruzione di prodotti e delle relative offerte e proposte commerciali.

In relazione al mix di prodotti, i Comuni dell'Ambito Versilia hanno deciso di collaborare su alcune tipologie di prodotti turistici ritenuti prioritari alla luce del confronto con gli operatori, da abbinare al turismo balneare:

- > turismo attivo e sportivo indoor/outdoor, con la definizione della rete di itinerari outdoor e naturalistici dell'ambito, unendo i percorsi identificati dai singoli Comuni, e lo sviluppo di eventi sportivi;
- > turismo enogastronomico, partendo dall'esperienza delle tantissime eccellenze di ristorazione presenti sul territorio, per strutturare maggiormente l'offerta in prodotti specifici ed in contenitori tematici stagionali per gli eventi;
- > turismo culturale, basato sulla qualificazione dell'offerta di eventi di assoluta rilevanza presenti sul territorio;
- > luxury (relax e wedding), che, grazie alla crescita di interesse del mercato verso la costa toscana, ha visto ampliarsi e svilupparsi le offerte delle strutture ricettive del territorio, associate ai servizi accessori necessari, e le convenzioni per una varietà di case comunali in grado di soddisfare sempre di più le necessità degli wedding planners;

Altra importantissima azione di coordinamento da sviluppare per l'anno 2020/21, in sinergia con la costruzione del sistema informativo dell'ambito, è quella di attivare il popolamento della piattaforma MAKE con contenuti generati soprattutto dagli operatori privati ma coerenti con le linee guida del kit preparato da FST.

4.2 Partecipazione a fiere ed iniziative regionali in coordinamento con TPT

Questa azione dovrà essere meglio definita nel quadro del PO 2021 che seguirà alla riprogrammazione del PO regionale, preannunciata dalla comunicazione agli Ambiti dal Direttore di TPT.

Relativamente a questa attività si prevede incontri periodici (anche tramite piattaforme digitali) di informazione/ formazione per gli operatori/ comuni sulla comunicazione e pianificazione regionale.

L'attività di informazione/formazione degli operatori pre-evento dovrà essere meglio definita successivamente alla stesura del PO 2021 ma viene comunque ritenuta fondamentale per migliorare i risultati dei workshop B2B per gli operatori e per stimolare il processo di aggregazione fra gli attori locali.

Una presenza che l'Ambito ritiene imprescindibile è quella della partecipazione al Buy Tuscany nel mese di ottobre 2020.

Questo insieme di attività di supporto agli operatori, abbinato a quella delle azioni 4.1., dovrà stimolare il processo di costituzione o di individuazione di una DMC, ai sensi di quanto previsto dal modello organizzativo individuato nel DMP di ambito.

Le attività sopra descritte sono finalizzate al raggiungimento dell'obiettivo E del progetto.

Le spese previste riguardano personale d'ambito per attività di DMO, elaborazione e stampa di materiale promozionale di ambito, coordinamento della promo-commercializzazione e per altre consulenze e servizi necessari, svolti da soggetti specializzati, da realizzare nel periodo da ottobre 2020 a giugno 2021 per un costo totale pari ad euro 30.000,00.

CONTRIBUTO FINANZIARIO RICHIESTO E COFINANZIAMENTO

Per la realizzazione del presente Progetto, l'Ambito Turistico Versilia prevede una spesa complessiva di euro 100.000,00, risultante dalla somma delle spese previste per le attività sopra descritte, da utilizzare nel periodo ottobre 2020 - ottobre 2021.

Tale spesa viene finanziata come segue:

- per euro 70.000,00 (settantamila,00) mediante richiesta di contributo a Toscana Promozione Turistica, a valere sul decreto n. 27 del 17/02/2020;
- per euro 30.000,00 (trentamila,00) mediante cofinanziamento da parte dei Comuni facenti parte dell'Ambito Turistico Versilia, come indicato nella lettera del Direttore di TPT, già disponibili sul budget 2020/2021 messo a disposizione dai Comuni dell'Ambito.

SPESE PREVISTE								
Attività come definite nella sezione descrittiva del progetto		Costo per attività €	Tipologia di spesa					
			Personale e di ambiti per attività di DM O	Organizzazione di workshop con gli operatori territoriali	Attività di studi e ricerche	Elaborazione e stampa materiale promozionale e di ambito	Sicurezza informatica e sviluppo di piattaforme e strumenti digitali	Attività di coordinamento e della promozione materiale
ATTIVITA' DI ACQUISTO DI DESTINAZIONE	- profilazione dei visitatori tramite raccolta dei presuppunti IAT, strutture ricettive e principali attrattori	15.000,00			5.000,00		5.000,00	5.000,00
SULLA PROIEZIONE PARTECIPATIVA E COINVOLGIMENTO DEGLI OPERATORI PRESENTI	- sviluppo di processi partecipativi con workshop e laboratori anche on line e in videoconferenza per i gruppi di lavoro - coinvolgimento e coordinamento degli operatori per la costruzione dei prodotti turistici anche online	10.000,00		5.000,00				5.000,00
ATTIVITA' DI MIGLIORAMENTO DELLA ORGANIZZAZIONE DELLE ESPERIENZE DI VISITA	- rafforzamento servizi di informazione e accoglienza turistica con coinvolgimento degli operatori locali e popolazione autoctona di Molo - customizzazione e coordinamento servizi privati per l'organizzazione dell'offerta sui prodotti tematici	45.000,00	10.000,00			20.000,00	5.000,00	10.000,00
ATTIVITA' DI COORDINAMENTO DELLA PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE	- coordinamento attività con TPT compresa definizione P.O. di ambito e costruzione di offerte e proposte da mettere in Molo - partecipazione a fiere ed iniziative regionali in coordinamento con TPT in supporto a operatori locali e con DM O - formazione pre-evento degli operatori locali per workshop Booth	30.000,00	10.000,00				20.000,00	
TOTALE SPESE PREVISTE		100.000,00						
FINANZIAMENTO RICHIESTO		70.000,00						
COFINANZIAMENTO DELL'AMBITO VERSILIA		30.000,00						

CRONOPROGRAMMA													
Attività													
		OTT 2020			NOV 2020			DIC 2020			GEN 2021		
		FEB 8 2021			MAR 2021			APR 2021			MAG 2021		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
ATTIVITA' DI ALBERGO DI DESTINAZIONE	profilazione dei visitatori tramite raccolta dei presso uffici IAT, strutture ricettive e principali attori												
SULLORO DI PROGETTO PARTECIPANTE E COINVOLGIMENTO DEGLI OPERATORI PRIVATI	sviluppo di processi partecipativi con workshop e laboratori anche online e in videoconferenza per i gruppi di lavoro												
	coinvolgimento e coinvolgimento degli operatori per lo sviluppo dei prodotti tematici												
ATTIVITA' DI MIGLIORAMENTO DELLA ORGANIZZAZIONE DELLE ESPERIENZE IN VITA	rafforzamento servizi di informazione e accoglienza turistica con coinvolgimento degli operatori locali e popolazione di Mole												
	coordinamento e coordinamento servizi privati per l'organizzazione dell'offerta sui prodotti tematici												
ATTIVITA' DI COORDINAMENTO DELLA PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE	coordinamento attività con TPT compresa definizione PO di sviluppo e costruzione di offerte e proposte da inserire in Mole												
	partecipazione a fiere ed iniziative regionali in coordinamento con TPT in supporto a operatori locali e con DMC												
	formazione pre-corso degli operatori locali per workshop Mole												