

#tuscanytogether



Tuscany Experience Sustainability Academy
**Community engagement e
Governance locale**

Castelfalfi Excellence Academy, 21 aprile 2026

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE
visittuscany.com

Relatori di oggi



Robert Kropfitsch

CEO & founder



Paolo Grigolli

Destination management expert

DA DOVE NASCE GREEN TUSCANY

2022-2023

2023

2023

2024

2024

2024

2025

MAPPATURA
OPERATORI

WORKSHOP

CARTA
DEI VALORI

MAPPATURA
BOOKING BADGE

LABORATORI DI
CO-PROGETTAZIONE

SUSTI

QUESTIONARIO
BUYER INT'L



ACADEMY TESA

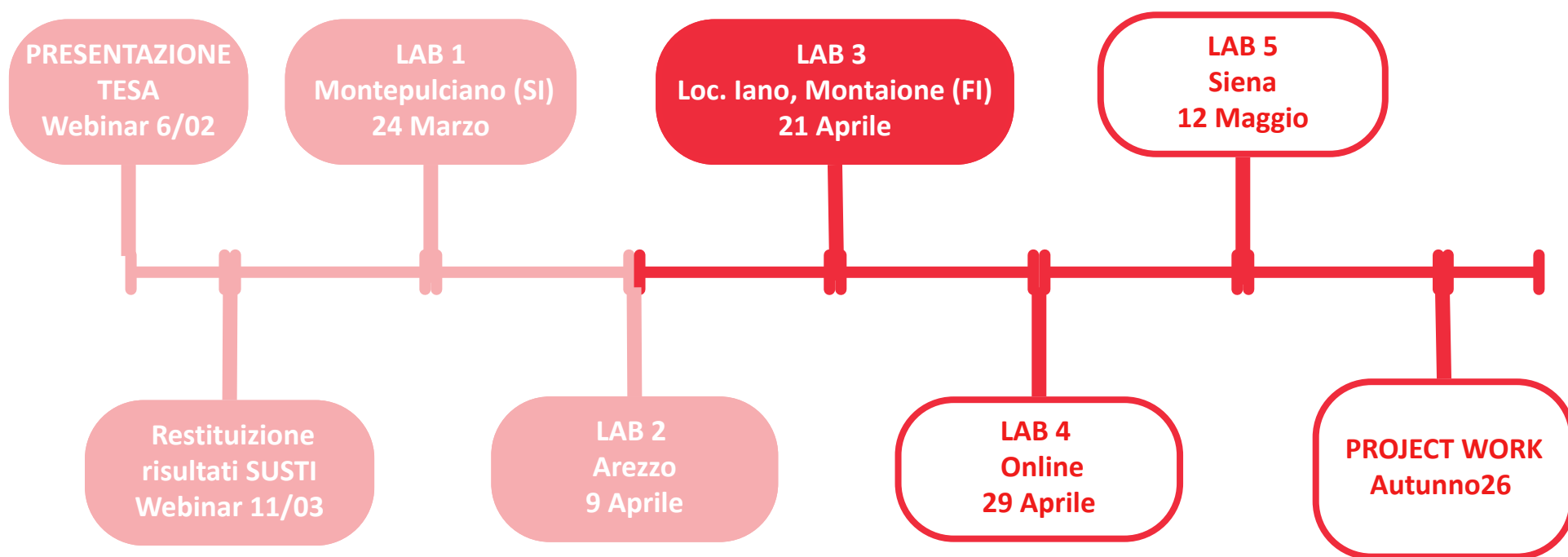
2026



ATLANTE

TUSCANY EXPERIENCE SUSTAINABILITY ACADEMY

A CHE PUNTO SIAMO



Dove ci siamo lasciati

Arezzo, 9 aprile

- Feedback sui lavori di gruppo
- Digital: evidenze emerse dal questionario TO
- Social media marketing per un turismo responsabile
- Workshop: creazione di buyer personas e sviluppo della comunicazione



Connettiamoci

Stato energetico

Come sto?

Che cosa provo?



Agenda

- 1** Immagini per riflettere
- 2** Governance del turismo e DMO
- 3** Sondaggio
- 4** Esempi: benchmark di DMO
- 5** Workshop

Immagini per riflettere

Airbus: serviranno 35 mila nuovi aerei nei prossimi 20 anni

🕒 12 GIUGNO 2017, 11:31 | 🔄 TRASPORTI



Nel corso dei prossimi 20 anni, a livello mondiale, la flotta di aerei passeggeri di capacità superiore a 100 posti dovrebbe più che raddoppiare arrivando a toccare i 35mila aeromobili. Secondo le previsioni dell'Airbus Global Market Forecast (GMF) si tratta di un incremento del 4,4% annuo per il periodo 2017-2036.



LE RIPERCUSSIONI ECONOMICHE

Colpo di grazia al turismo egiziano

—di Roberto Bongiorno | 20 maggio 2016



TURCHIA

La crisi infinita del turismo in Turchia

da **Debora Gandini** [Segui @europeansit](#) • ultimo aggiornamento: 06/01/2017

Un 2016 nerissimo per la "Turchia. Causa i recenti attacchi e l'instabilità nel Paese

A Parigi crolla il turismo a causa della paura di nuovi attentati

La perdita economica quantificata per il minore afflusso turistico è stata di 1.300 milioni di euro

La Tunisia in allarme: "Turisti, per favore, tornate a trovarci"

Nel Paese il settore vale il 7% del Pil nazionale, dà lavoro a un cittadino su dieci. Ma dopo l'attentato al museo nazionale del Bardo e l'attacco armato a Sousse, i visitatori hanno abbandonato il Paese. Il Governo non ci sta: "Tutti i mezzi per prevenire danni. Questo è un posto sicuro"

di SARA FICOCELLI

Turismo, in Trentino stagione invernale da record

I dati dell'istituto di statistica provinciale: arrivi in aumento del 3,1%, presenze dello 0,9%

[TURISMO](#) [STATISTICHE](#) [INVERNO](#) [PROVINCIA](#)

Terrorismo e turismo

5 stelle
5 stelle
di Giovanni Bianconi
di Sabatelli e Tortorella a pagina 27

L'ATTACCO AMERICANO

La guerra di Trump all'Iran

Colpiti tre siti nucleari. Show del presidente: successo spettacolare. L'ira di Teheran: conseguenze eterne
Missili su Tel Aviv, Netanyahu prega per Donald. Meloni sente Starmer e Merz. Allerta per il terrorismo

I militari russi invadono l'Ucraina. Kiev sotto assedio, scontri a Chernobyl, morte e distruzione nel Paese. Gelo di Draghi con Mosca

La guerra nel cuore d'Europa

Interessi comuni
L'epilogo
rapido
che conviene
alla Nato
Alessandro Orsini



Festa a Tel Aviv e nella Striscia, sfiloccati gli aiuti. I punti chiave: ritiro parziale dell'esercito e disarmo di Hamas. Il presidente Usa: una pace per sempre

Israele-Gaza, l'ora del cessate il fuoco

Via libera del governo Netanyahu con il no degli estremisti. Trump va a Gerusalemme: entro martedì ostaggi liberi

PROMESSE E INCOGNITE

di Davide Frattini

Benjamin Netanyahu: «Ora
piaccio a tutti».
Donald Trump:
«Il più importante
che tornino ad amare
Israele».
Gran parte degli israeliani
non prova più stupore ma
ancora tanta rabbia
di fronte all'ennesima
«demonstrazione della
bolla di autocolebrazione in
cui il primo ministro è
avvolto» e che sembra
averlo reso negli
ultimi mesi tatticamente
meno acuto. Così distaccato
da non ricordare il numero



GIANNELLI



Firmato l'accordo per il cessate il fuoco a Gaza, festa nelle strade a Tel Aviv e nella Striscia. Contrasti gli estremisti nel governo israeliano. Gli ostaggi liberati lunedì o martedì. Atteso l'arrivo di Trump.
da pagina 2 a pagina 13

IN PRIMO PIANO

LA LISTA DEI MILITARI
Il nodo irrisolto
dei detenuti

di Guido Cimolli
a pagina 8

LA PREMIER MELONI
«La pace non si fa
con le bandiere»

di Adriana Loggrosso
alle pagine 12 e 13

LA LINEA DELL'ITALIA
L'idea di inviare
200 carabinieri



🔍 Dove?

Nuovi modelli di business e impatti sociali

Ovunque vai, vivici. Prenota degli alloggi unici e vivi la città come una persona del luogo.

Dove Rovereto, Italy	Quando Check-in → Check-out	Ospiti 1 ospite ▼	Cerca
-------------------------	--------------------------------	----------------------	--------------

Esplora i preferiti di Airbnb



75€ Charming House in La Trinité s/mer
★★★★★ 102 recensioni



27€ una casa speciale
★★★★★ 242 recensioni



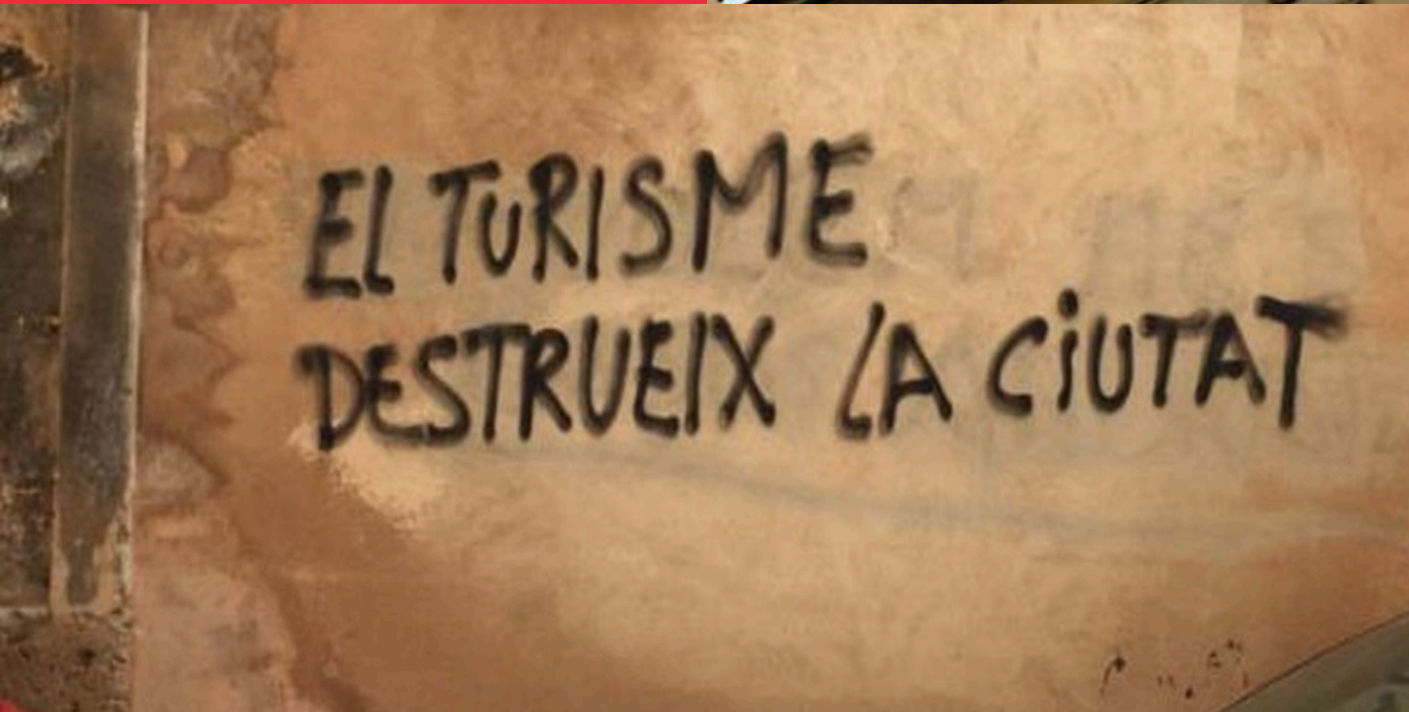
152€ Unique location with private beach
★★★★★ 35 recensioni

Esplora il mondo

Impatti sociali



Barcellona

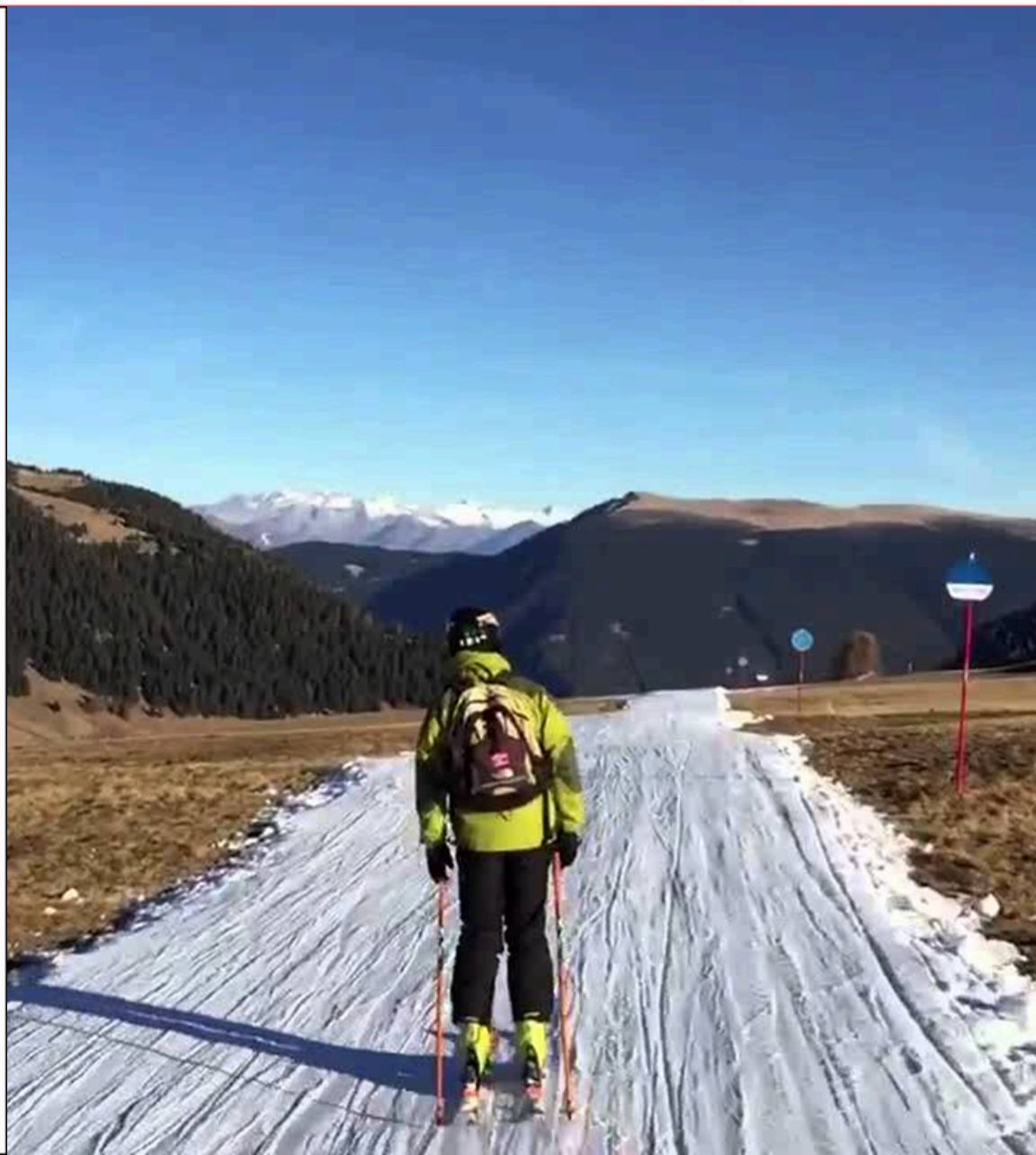


Impatti negativi



Cambiamento climatico





Limone Piemonte



**“Sustainability is not
about doing business
differently but doing
business even better”**

VisitEngland

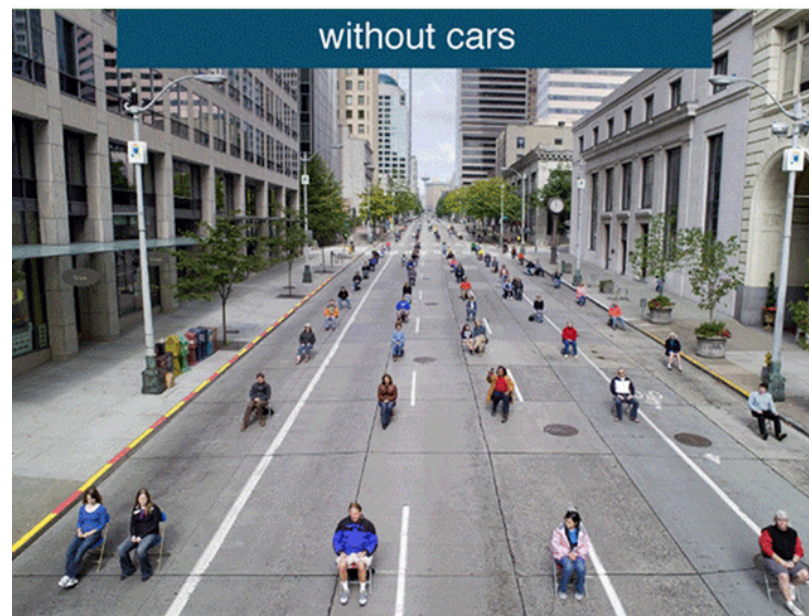
Gestione dei flussi



Here are 200 people in 177 cars



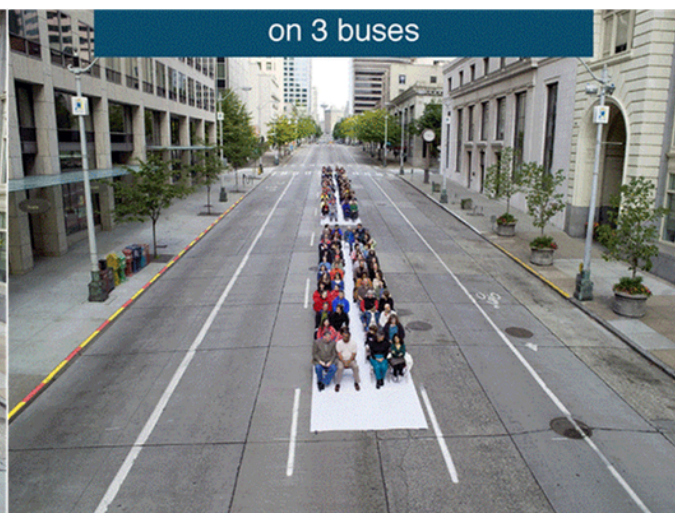
without cars



on bikes



on 3 buses



on 1 light rail train

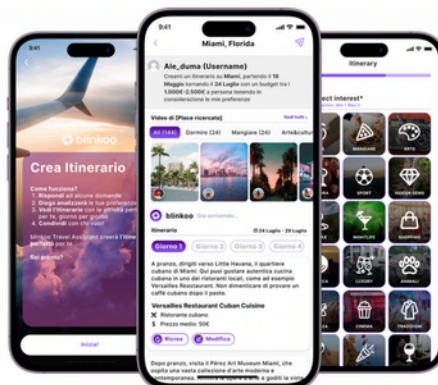




Perchè organizzarsi



Turismo e intelligenza artificiale



GUIDEGEEK
Your Personal AI Travel Assistant

YOUR FREE PERSONAL AI TRAVEL ASSISTANT



Altro
Creativo

Altro
Bilanciato

Altro
Preciso

Mi suggerisci destinazioni instagrammabili in Europa visitabili d'inverno?

- ✓ Ricerca in corso per: **destinazioni instagrammabili in Europa d'inverno**
- ✓ Generazione delle risposte per l'utente in corso...

Certo! Ecco alcune destinazioni europee che potrebbero essere perfette per le tue esigenze:

- Praga, Repubblica Ceca:** Praga è una città magica e pittoresca, con un'atmosfera incantevole in inverno. La città è famosa per i suoi mercatini di Natale, che offrono cibo delizioso, bevande calde e regali unici. Inoltre, la città è molto economica rispetto ad altre città europee, il che la rende un'ottima scelta per i viaggiatori con un budget limitato.
- Bergen, Norvegia:** Bergen è una città costiera pittoresca circondata da montagne e fiordi. In inverno, la città è coperta di neve e offre una vista mozzafiato. La città è famosa per i suoi mercatini di Natale e per il suo quartiere storico di Bryggen, che è Patrimonio dell'Umanità.



Nuovo argomento

Chiedimi qualsiasi cosa...

0/2000

Governance & DMO

Cos'è il destination management?

"progettare una combinazione di risorse e servizi in grado di fornire un valore reale per i target turistici individuati, motivando l'acquisto e soddisfacendo le esigenze del cliente"

*James Makens et al. - Marketing for
Hospitality and Tourism*

Che cos'è una DMO

La Destination Management Organization (DMO) si occupa della gestione coordinata di tutti gli elementi che compongono una destinazione (attrazioni, accesso, marketing, risorse umane, immagine e comunicazione).

Adotta un approccio strategico per collegare tra loro entità molto diverse per una migliore gestione della destinazione.

(Organizzazione Mondiale del Turismo)

Cosa sta cambiando?

IERI

le principali attività
erano finalizzate al

MARKETING

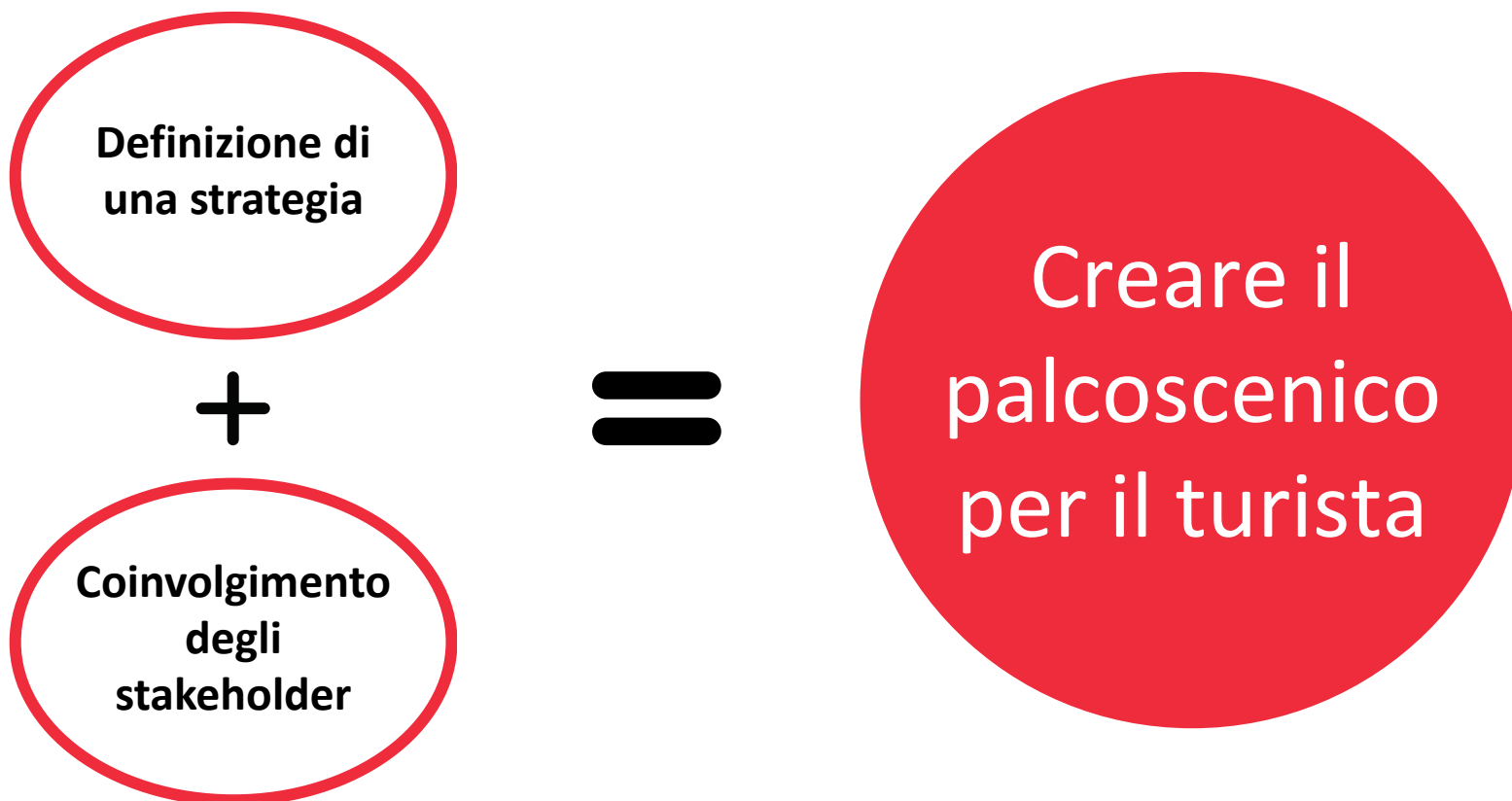
OGGI

le principali attività si
occupano di

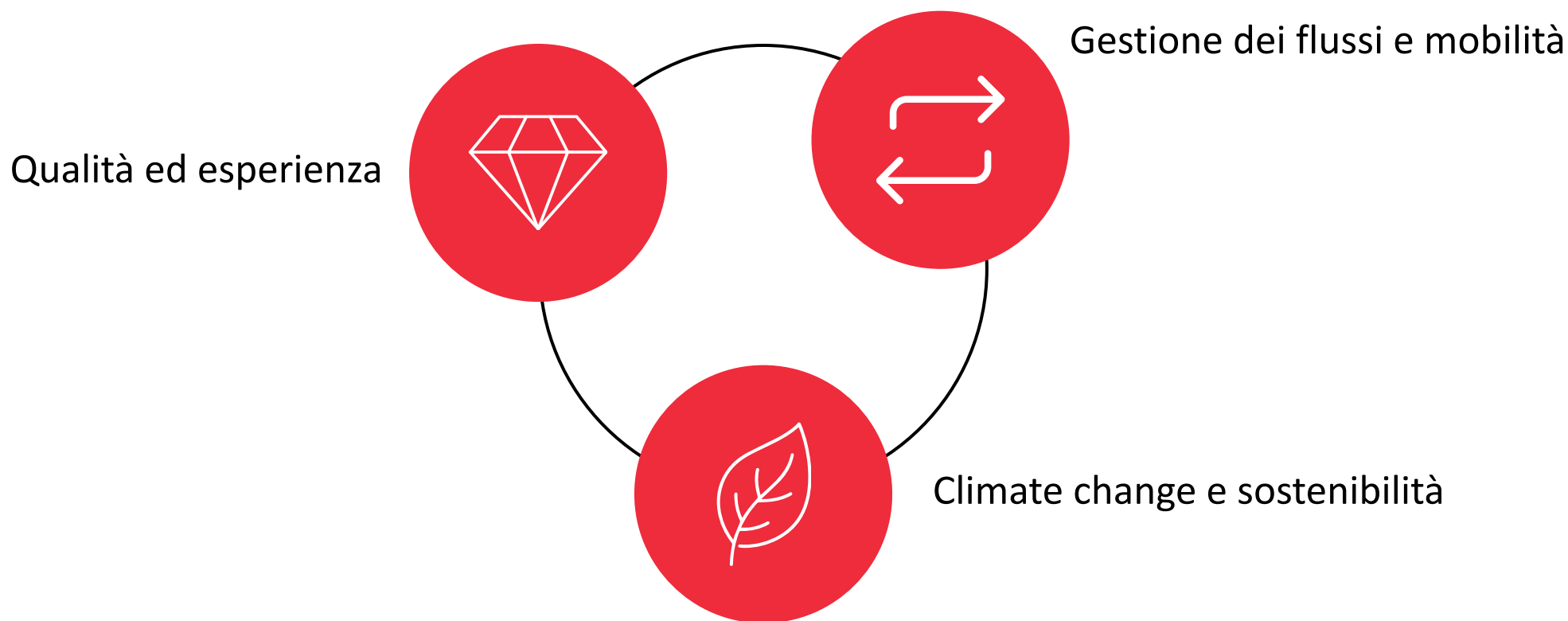
GESTIONE

Destination management organization

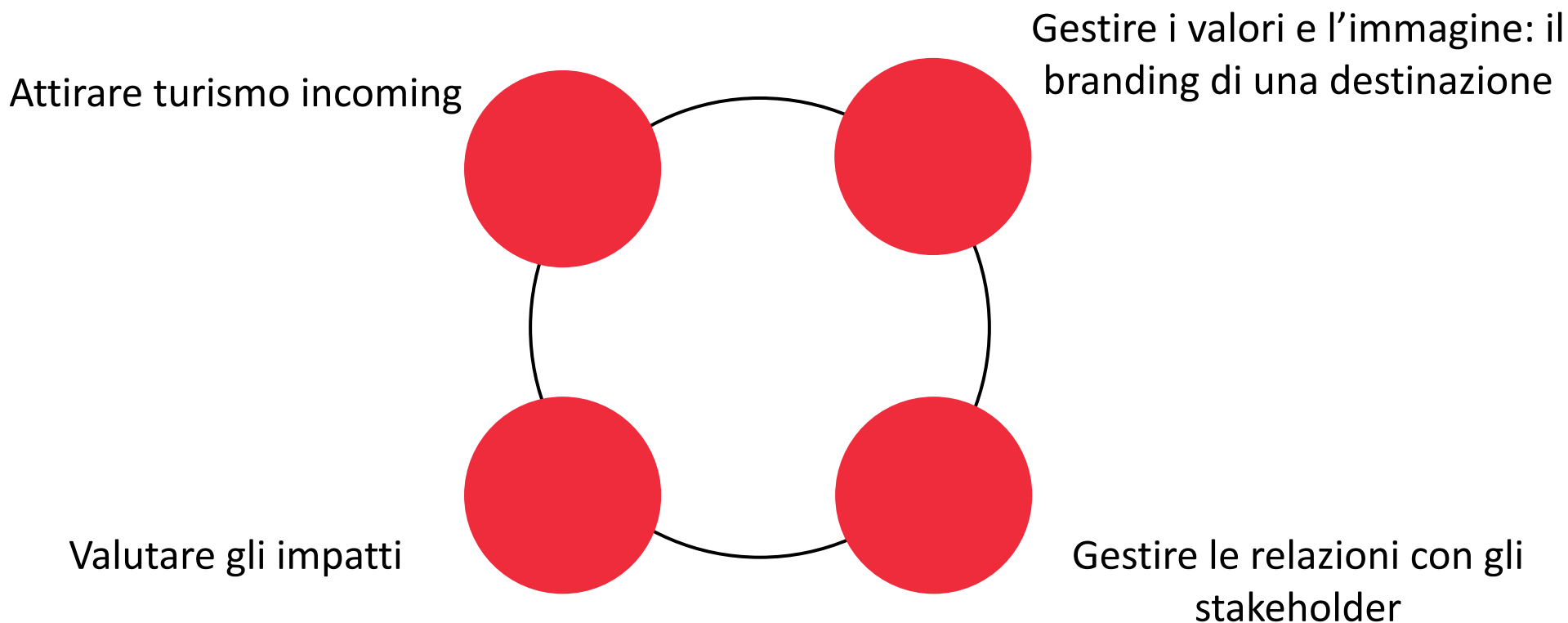
Il ruolo di una DMO



Sfide strategiche



Gli obiettivi di una DMO evoluta



DMO come regia di un'orchestra



Le domande da porsi

Perché una DMO? Quale mission e vision?

Quali obiettivi strategici? Quali funzioni?

Quali competenze?

Quale budget?

Quale assetto organizzativo?

Un breve sondaggio

Go to

www.menti.com

Enter the code

1860 9662



Or use QR code

Governance regionale

L.R. 31/12/2024 n. 61 (Testo Unico del Turismo)

La nuova legge sul turismo regionale del **31 dicembre 2024** il cui Regolamento attuativo è stato approvato con Decreto del Presidente della Giunta Regionale n. 47/R dell'11 agosto 2025 in vigore dal 29 agosto 2025 **conferma le funzioni di programmazione, indirizzo e coordinamento spettanti alla Regione** e in particolare:

- Attività di promozione + marketing turistico
- Sviluppo dell'ecosistema digitale del turismo: servizi e contenuti per la promozione della destinazione sia per i turisti che per gli operatori favorendo la collaborazione tra attori pubblici e privati
- Sviluppo di una promozione sempre più mirata e in linea con le esigenze dei turisti attraverso la profilazione degli utenti e il sistema informativo regionale del turismo

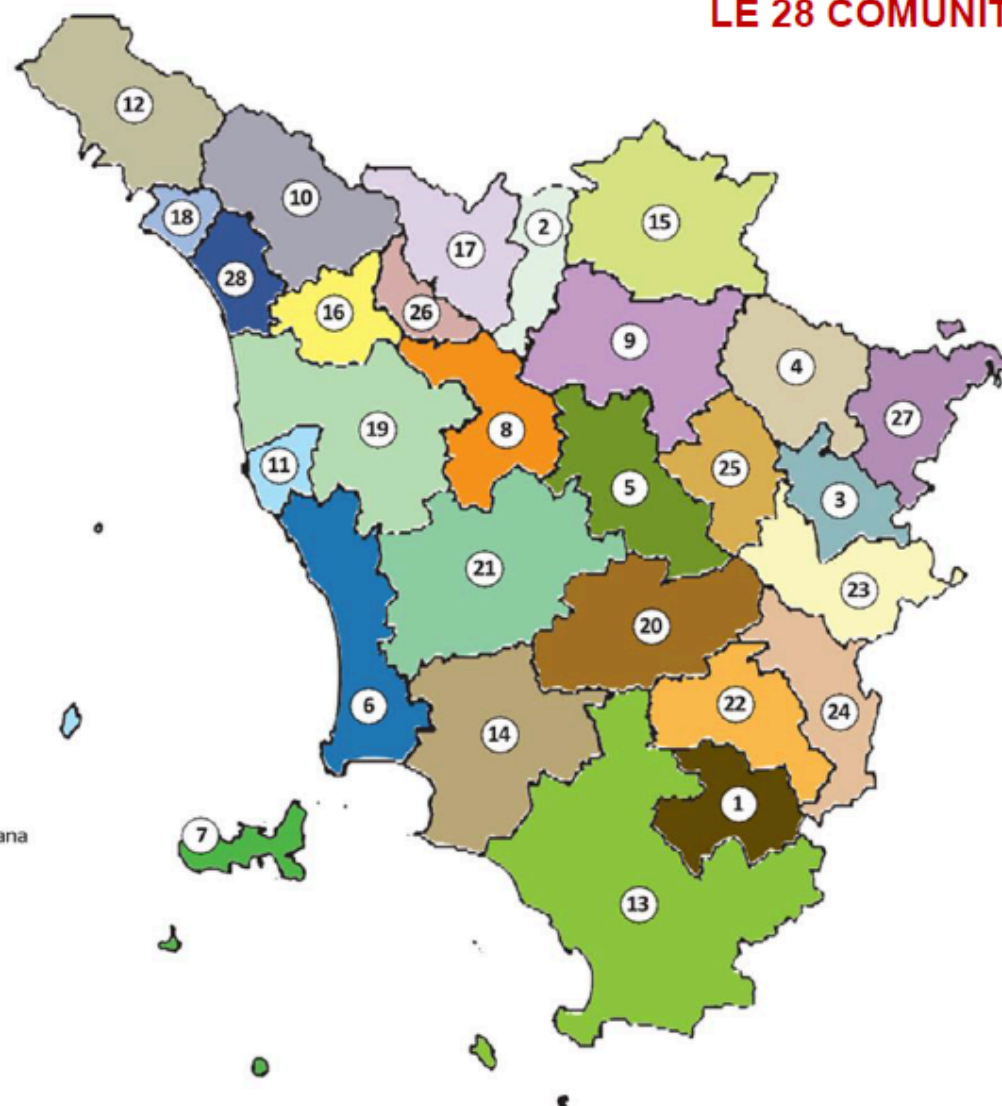
L.R. 31/12/2024 n. 61 (Testo Unico del Turismo)

La nuova legge rafforza il ruolo dei Comuni e rinomina le **28 Aree Turistiche** in cui la Toscana è stata organizzata dal 2018 come Comunità d'Ambito Turistico per sottolineare il loro valore non solo come aggregatore di comuni, ma anche come luogo aperto alla partecipazione e all'interazione con enti locali, pubblici e privati.

Ribadisce che la promozione turistica compete alla Regione, che la effettua avvalendosi delle agenzie regionali: **Toscana Promozione Turistica (TPT)** e **Fondazione Sistema Toscana (FST)**.

Le Comunità d'Ambito sono i **principali attori a livello locale** sia per l'esercizio delle funzioni amministrative sia per la pianificazione delle azioni promozionali da condurre con TPT.

LE 28 COMUNITA' D'AMBITO TURISTICO



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

- **Legislazione** (regolamenti e leggi)
- Definire la **governance** delle politiche complessive di sviluppo turistico
- Definizione delle **linee guida strategiche**
- **Rappresentare gli interessi collettivi** dell'intero sistema di attori pubblici e privati regionali ai tavoli di consultazione governativa nazionale

Toscana Promozione Turistica (TPT): Agenzia Regionale della Toscana che:

- sviluppa e coordina le attività per sviluppare e promuovere le destinazioni, le rotte turistiche territoriali e i prodotti turistici che compongono l'offerta regionale
- partecipa a progetti di promozione di altri attori pubblici attivi a livello locale, nazionale e internazionale
- gestisce l' Osservatorio Turistico Regionale (OTR), strumento di condivisione e analisi di dati e informazioni provenienti da banche dati sia pubbliche che private. Esercita funzioni di monitoraggio del SIRT (Sistema Informativo Regionale del Turismo)

Fondazione Sistema Toscana (FST): Agenzia Regionale della Toscana che:

- gestisce la **promozione e il marketing turistico digitale**, definendo l'**ecosistema digitale del turismo** quale ambiente in cui gli operatori pubblici e privati interagiscono attraverso infrastrutture e piattaforme digitali.
- promuove l'immagine della Toscana in conformità con il piano regionale annuale attraverso le **nuove forme di comunicazione**:

VisitTuscany - Toscana Ovunque Bella

Le **Comunità d'Ambito Turistico** hanno funzioni di:

- a) funzioni di informazione e accoglienza relativa all'offerta turistica del territorio della comunità d'ambito turistico;
- b) compiti di programmazione e monitoraggio delle strategie e delle attività turistiche dei territori di destinazione, avvalendosi della consulta;
- c) funzioni di livello locale in materia di sistema informativo regionale del turismo (SIRT);

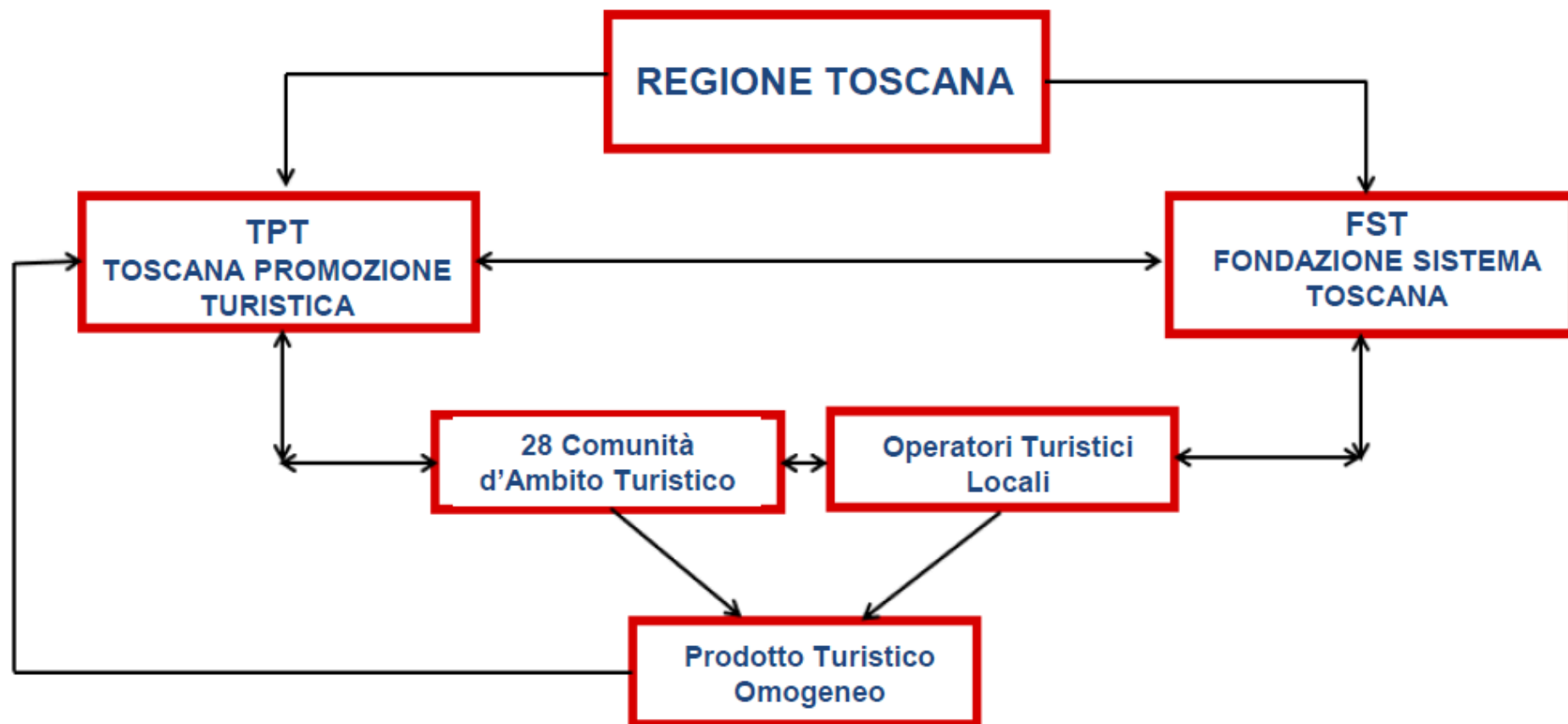
L'esercizio in forma associata è effettuato mediante la stipula di una **convenzione** tra i comuni della Comunità d'ambito turistico, oppure mediante previsione statutaria tramite unioni di comuni.

L'esercizio in forma associata mediante convenzione comporta l'individuazione del **Comune capofila** della Comunità d'Ambito Turistico, quale responsabile della gestione associata.

Le **Comunità d'Ambito Turistico** hanno nuove funzioni in materia di dati statistici:

Sistema Informativo Regionale del Turismo (SIRT): Esercitano le funzioni di livello locale in materia di SIRT, che includono la raccolta e la trasmissione dei dati statistici attraverso le piattaforme messe a disposizione dalla Regione, nonché la gestione delle anagrafiche delle imprese turistiche.

Il Nuovo Testo Unico prevede la trasmissione giornaliera dei dati, anziché mensile.



Comunità d'Ambito Turistico, DMO Destination Management Organization (organizzazione, pubblico/misto, che pianifica, gestisce e promuove strategicamente una destinazione), **DMC** Destination Management Company (operatore che vende i pacchetti e le offerte) **e gli operatori toscani possono partecipare con TPT alle fiere e agli eventi:**

- **Fiere B2B (DMC/Operatori)**
- **Workshop (DMC/Operatori)**
- **Fiere B2C (Comunità d'Ambito/DMO)**

Ma anche a presentazioni da parte delle Comunità d'Ambito/DMO

Italia

Generaliste:

- ✓ BIT Milano 10-12 febbraio
- ✓ BTM Bari (B2C) 25-27 febbraio
- ✓ BMT Napoli (B2C) 12-14 marzo
- ✓ TTG Rimini 14-16 ottobre

Lusso:

- ✓ AURA by TTG Firenze – 27-29 ottobre

Enogastronomia:

- ✓ Salone del Gusto – Terra Madre Torino – 22-26 settembre
- ✓ Eruzioni del Gusto Napoli – date da definire

Archeologico/scolastico:

- ✓ TOURISMA (B2C) Firenze - 27 febbraio – 1 marzo
- ✓ WTE Assisi (B2C) – 24-25 settembre
- ✓ BMTA Paestum (B2C) – 29 ottobre - 1 novembre

Bike:

- ✓ FIERA DEL CICLOTURISMO Padova (B2C) – 27 - 29 marzo
- ✓ ITALIAN BIKE FESTIVAL Misano (B2C) – 4 -6 settembre

Sostenibile/en plein air:

- ✓ FA LA COSA GIUSTA Milano (B2C) – 13 – 15 marzo
- ✓ SALONE DEL CAMPER di Parma (B2C) - 12-20 settembre
- ✓ TERRAE Bergamo (B2C) 20 – 22 novembre

Esteri

Generaliste:

- ✓ FITUR Madrid 21 - 25 gennaio
- ✓ ITB Berlino 3 -5 marzo
- ✓ Salon Mondial du Tourisme (B2C) - Parigi 12-15 marzo
- ✓ WTM Londra – 3 - 5 novembre

Lusso:

- ✓ ILTM Cannes 30 novembre – 3 dicembre

Golf:

- ✓ IGTM Cannes 19- 23 ottobre

Natura/turismo verde/attivo:

- ✓ F.RE.E Monaco di Baviera (B2C) - 18-22 febbraio

MICE

- ✓ Imex Francoforte 19-21 maggio

Workshop (in attesa del piano di Enit):

- ✓ SHARING TUSCANY – Mugello – 15-18 marzo
- ✓ BUY TUSCANY – luogo e date da definire (settembre-ottobre)

Buy Tuscany 2025 Costa degli Etruschi: un'edizione da record

160 seller toscani (il numero più alto mai registrato in diciassette edizioni) hanno incontrato **circa 200 buyer internazionali** provenienti da ben **42 Paesi**, stabilendo un **nuovo record** anche per la rappresentanza estera.

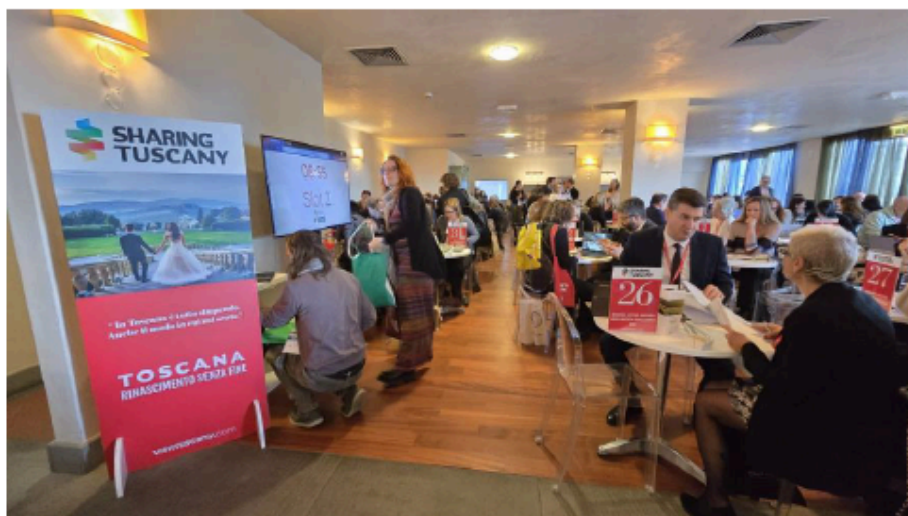
Nella giornata del 1° ottobre si sono svolti **oltre 5.000 incontri B2B**, generando circa **80.000 minuti di trattative** che hanno messo in relazione il turismo toscano con il mondo intero. Il sistema di matchmaking, preparato con sette mesi di anticipo e basato su un record di oltre **24.000 preferenze espresse** (Like), ha prodotto agende con un livello di **soddisfazione complessivo superiore al 95%** e un tasso di **"perfect matching" pari all'86%**.



Sharing Tuscany 2026 Mugello

Workshop (dedicato al mercato Italiano)

L'edizione **2026 di SharingTuscany** si è svolta in Mugello ed ha visto la presenza **di 74 sellers e 74 buyers**, con focus particolare sulle **esperienze** per il mercato italiano, particolarmente attento alla **creazione di nuovi prodotti di matrice esperienziale**, autentica e locale.



Alcune DMO analizzate

Non esistono DMO uguali.

Ogni destinazione è diversa, in base ad obiettivi e strategia si costruisce l'organigramma e il modello di gestione. Il numero del personale non è direttamente proporzionato al numero delle presenze ma ai compiti della DMO.

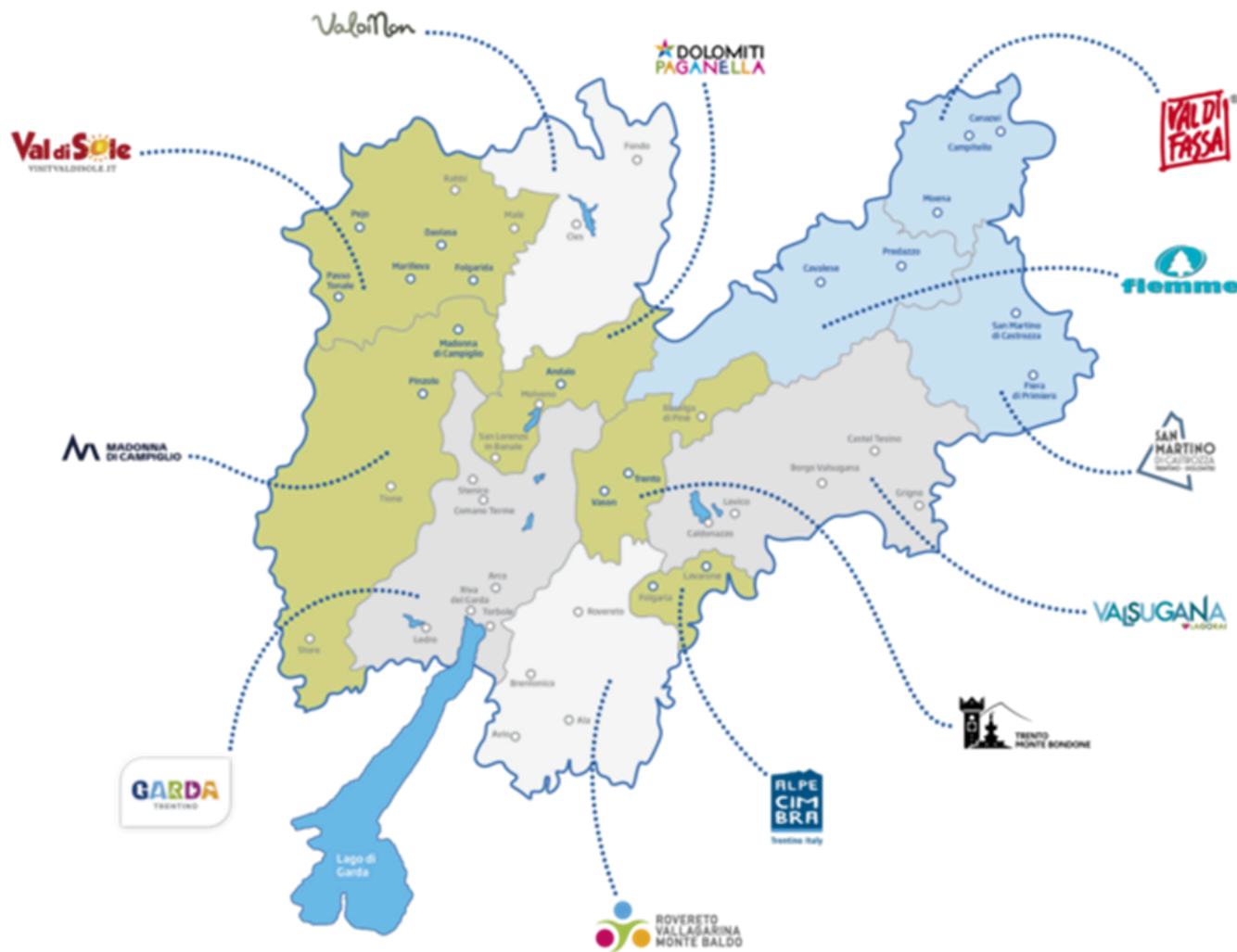
Le DMO sono strutture labour intensive: il 30/45% del budget è dedicato esclusivamente alle risorse umane

Il budget legato alla promozione invece diminuisce a favore dello sviluppo prodotto

1 provincia - 12 APT

166. Comuni

6.207 km²



Trentino

Il 12 agosto 2020 è stata approvata la nuova Legge sulla promozione turistica provinciale.

La riforma ridefinisce i ruoli, i criteri di finanziamento e gli strumenti di sistema che comporranno la nuova organizzazione turistica provinciale.

Trentino Marketing
Rinnovata nella governance, società deputata alla promozione e marketing turistico del Trentino

TSM
Formazione, affiancamento e accompagnamento strategico



ATA
Responsabili dell'ideazione e costituzione del prodotto turistico interambito

APT
REsponsabili della qualità dell'esperienza turistica, dell'ospitalità e della fidelizzazione del turista

Il caso della Fondazione Destination Verona & Garda

70 Comuni aderenti

2 destinazioni (Lago di Garda; Verona)

4 Marchi d'area (Valpolicella, Lessinia,
Soave-Est Veronese; Pianura dei Dogi)

Una Fondazione di partecipazione
costituita dalla Camera di Commercio
di Verona



Il caso della Provincia di Brescia

Il territorio della provincia di Brescia, con il supporto della CCIAA e di Visit Brescia, ha iniziato nel 2023 un percorso di definizione e messa a terra di una nuova struttura di governance, per passare da una situazione poco efficiente a un modello organizzato, con funzioni ruoli chiari e definiti.



Fondazione Bologna Welcome

La Fondazione Bologna Welcome ha il ruolo di promuovere e accrescere l'attrattività nel territorio metropolitano di Bologna e nel Territorio Turistico Bologna-Modena, al fine di favorirne lo sviluppo economico e sociale.

Città metropolitana di Bologna con 55 Comuni + Provincia di Modena con 47 Comuni



Gestione Attrattori e/o Infrastrutture



ENTE TURISMO LANGHE MONFERRATO ROERO



2022:

Arrivi 618.894

Presenze 1.368.585

Dati ISTAT

TERRITORIO E OBIETTIVI

- L'Ente Turismo Langhe Monferrato Roero opera dal 1996 su un territorio composto da **211 comuni e 400 mila abitanti circa** (città principali sono Asti, Alba e Bra)

Obiettivi:

- Promozione del territorio
- Miglioramento del sistema di accoglienza e informazione turistica: Sviluppo di prodotti turistici innovativi
- Miglioramento e differenziazione dell'offerta
- Coordinamento delle diverse realtà territoriali
- Tutela e valorizzazione delle produzioni tipiche

COMPAGINE SOCIALE

- **Società Consortile a Responsabilità Limitata**
- capitale misto, prevalentemente pubblico, partecipata da enti pubblici (comuni del territorio, Unioni di Comuni e Unioni Montane, CCIAA di Cuneo, Province di Cuneo e Asti, Regione Piemonte)
- riconosciuta dalla Regione Piemonte quale Agenzia di Accoglienza e Promozione Turistica Locale

157 soci pubblici e privati

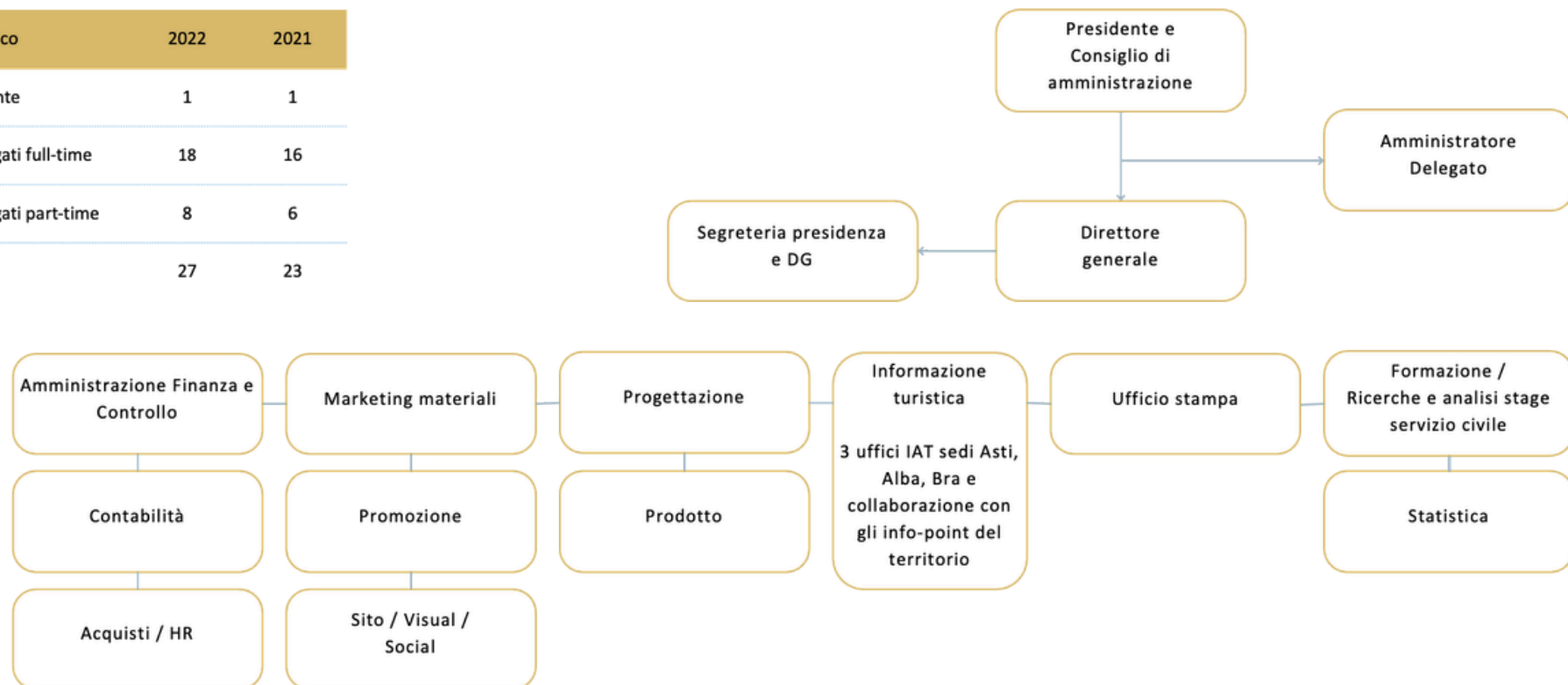
- Soci pubblici (113): Regione Piemonte (33.34%), Provincia di Cuneo e di Asti, le Camere di Commercio di Alessandria-Asti e Cuneo, 98 Comuni dell'area, Unioni di Comuni, Unioni Montane, Comunità Collinari, GAL Basso Monferrato Astigiano.
- soci privati (44): operatori turistici (direttamente o attraverso i consorzi a cui aderiscono), ass. di categoria, Fondazione CRAsti, istituti bancari, enoteche, Fiera di Alba, associazioni culturali, unioni industriali o altri soggetti privati.

ATTIVITÀ SVOLTE

- Monitoraggio - statistica, ricerca e analisi
- Strategia - individuazione linee guida strategiche
- Piano prodotti
- Marketing
- Eventi
- Vendita servizi e prodotti turistici
- Informazione e accoglienza
- Coordinamento soggetti del turismo congressuale
- Formazione

Struttura organizzativa e staff

Organico	2022	2021
Dirigente	1	1
Impiegati full-time	18	16
Impiegati part-time	8	6
Totale	27	23



Fonti di finanziamento - dati in evidenza

	2021		2020		2019	
TOTALE RICAVI	2.540.091		2.268.134		2.318.081	
di cui:						
-Contributi	2.482.317	98%	2.241.02	99%	2.275.97	98%
-Altre Tipologie di ricavi (ad es. Attività commerciali)	57.774	2%	27.107	1%	42.107	2%
TOTALE COSTI DELLA PRODUZIONE	2.506.397		2.241.896		2.281.521	
di cui:						
-Costi personale	1.087.465	43%	918.742	41%	837.503	37%
Dirigenti + impegnati full time	17		15		15	
Impiegati part-time	6		8		7	

INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA

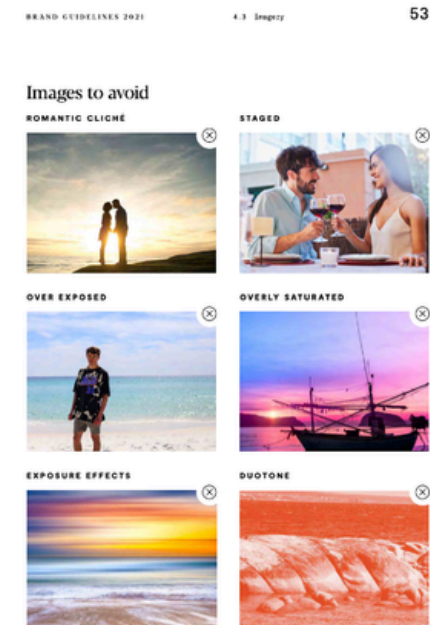
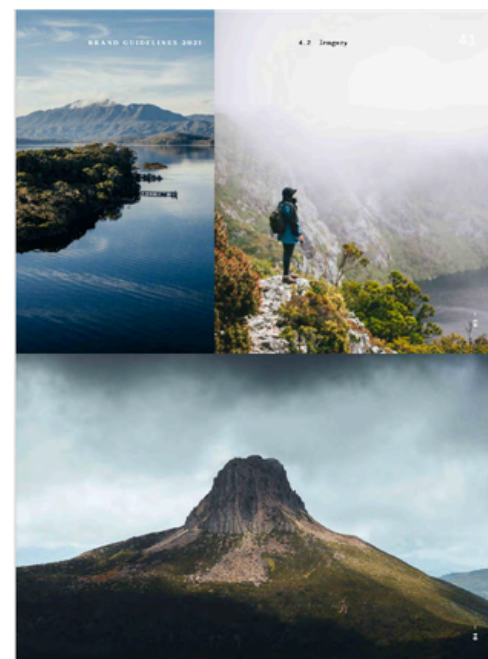
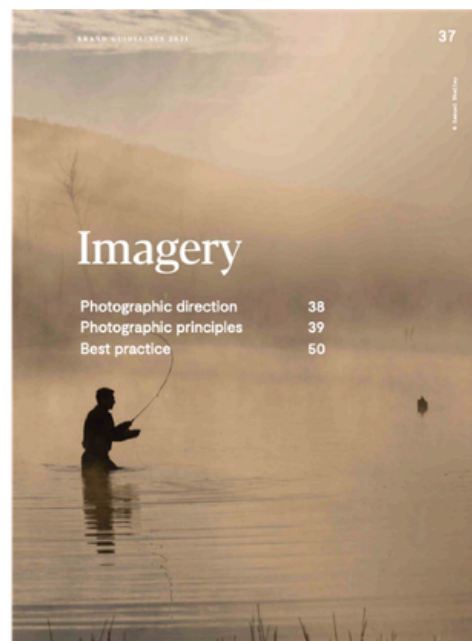


Ufficio Informazioni
Bologna - Piazza Maggiore



Visitor Centre
Norwegian Mountain Center

COMUNICAZIONE & MARKETING



EXPERIENCE



Booking.com



€



Visualizzati di recente

Le tue liste



Registrati

Accedi

E tu perché ami viaggiare?

Ammettilo, hai bisogno di una vacanza... ma dove andare? Lasciati aiutare e troveremo il tuo viaggio ideale!

Cosa cerchi mentre sei in vacanza?

Per esempio: sci alpino o fotografia

Dove vuoi andare?

Ovunque nel mondo



Le migliori destinazioni per le



Cibo... se non puoi vivere senza,



Trova incantevoli mercatini di

Home > Gite in bicicletta > Italia

Cosa cerchi mentre sei in vacanza?

Gite in bicicletta ✕

Aggiungi altro

Dove vuoi andare?

Italia ✕

Aggiungi altro

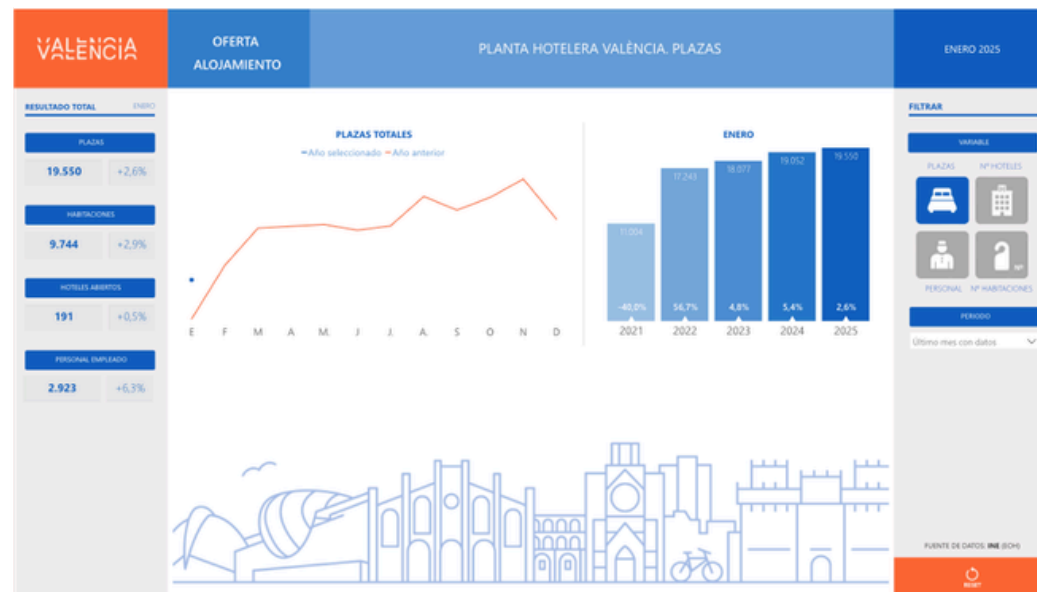


Le migliori destinazioni per le gite in bicicletta
in Italia

Business Intelligence



APT Garda Trentino
Data platform



Fundació Visit Valencia
Tourism Intelligence System

Le funzioni di una DMO

Prodotto, Eventi e
coordinamento

Gestione attrattori
e/o infrastrutture

Informazione e
accoglienza

Business Intelligence

Formazione

Comunicazione &
Marketing

le possibili fonti di finanziamento

Tassa di soggiorno

Contributi pubblici
(Camera di Commercio,
Regione, Fondazioni)

Bandi regionali,
(nazionali, europei,
GAL)

Ricavi derivanti dalla
gestione di attrattori

Ricavi Commerciali
derivati dalla vendita
di prodotti turistici

Sponsorizzazioni e/o
Contributi dai privati

- Creare un turismo “marketing-oriented”
- promuovere sinergie tra istituzioni pubbliche e imprenditoria privata
- Accoglienza e informazione

Workshop

Immaginiamo il futuro turistico della regione nel 2030

Best scenario

Governance

Soci

Struttura organizzativa

Fonti di finanziamento

Progetti prioritari

Prodotti/esperienze prioritarie

Mercati prioritari

Come ci arriviamo

Alcuni spunti guida per la riflessione

- Governance – chi fa cosa? Quali funzioni vengono svolte localmente e quali a livello provinciale?
- Quali risorse vengono valorizzate e su quali, invece, serve lavorare?
- A che mercati ci vogliamo rivolgere?
- Chi fa comunicazione e marketing?
- Con chi vogliamo collaborare?
- Quali soggetti vogliamo coinvolgere?
- Come facciamo accoglienza turistica?
- Quali fonti di finanziamento?
- Ruolo e coinvolgimento delle comunità locali

Quali funzioni a livello regionale?

- Definizione strategia
- Raccolta e analisi dati
- Marketing e comunicazione
- Accoglienza e informazione
- Formazione e coaching agli operatori
- Definizione linee guida / creazione prodotti sovra-comunali
- Creazione catalogo prodotti della provincia
- Partecipazione a bandi / fundrasing
- Coordinamento tra istituzioni e operatori

Quali fonti di finanziamento a livello regionale?

- Imposta di soggiorno
- Contributi regione
- Contributi CCIAA
- Bandi europei / regionali / GAL
- Ricavi commerciali
- Ricavi attrattori
- Sponsorizzazioni

Quali funzioni a livello locale?

- Creazione prodotti turistici
- Gestione attrattori turistici
- Gestione uffici informazione
- Comunicazione in sinergia con livello provinciale
- Coordinamento e rapporti con operatori locali
- Definizione strategia territoriale e piano operativo

Quali fonti di finanziamento a livello locale?

- Imposta di soggiorno
- Contributi enti pubblici
- Bandi europei / regionali / GAL
- Ricavi commerciali
- Ricavi attrattori
- sponsor

Prossimi appuntamenti

Mercoledì 29 aprile - Online

Innovazione e certificazioni

Martedì 12 maggio - Siena, Palazzo Patrizi

Action plan

#tuscanytogether



CI vediamo il **29 aprile online** per il
laboratorio
“Innovazione e certificazioni”
con Stefano Bonetto e Robert Kropfitsch
14.00 - 17.00

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE
visittuscany.com