



SCHEDA ARTE & CULTURA

Prodotto realizzata in collaborazione con Toscana Promozione Turistica

NOME e DATI DELL'AZIENDA / ATTIVITA':

a) *Titolo del Prodotto* **SHORT BREAK – BORGHI – VIAGGI D'ARTE ED
EVENTI**

Remise en forme culturale

Borghi da sogno

Fuga d'Autore

.....

.....

Scegliere un titolo

b) *Affermazione del prodotto e valore*

SCHEDA ARTE & CULTURA

Prodotto realizzata in collaborazione con Toscana Promozione Turistica

- **Il valore del prodotto (Why)**

Indichi secondo la sua esperienza i tratti caratterizzanti e che danno valore al prodotto

- **Bisogni (motivazioni primarie e implicite del viaggio)**

Indichi secondo la sua esperienza i bisogni di viaggio ai quali il suo prodotto risponde

A titolo esemplificativo

Scoperta (conoscere arte, cultura e valori storici)

Esperienza (vivere situazioni e peculiarità artistico-culturali specifiche dei luoghi)

Arricchimento (crescita del bagaglio culturale e antropologico)

Condivisione (durante con i compagni di viaggio e tramite social o postuma con racconti ad amici e parenti)

Godimento (gratificazione dei sensi, riflessione e appagamento)

Autenticità (provare sensazioni ed emozioni reali e difficilmente replicabili altrove)

c) Attrattività

- **Attrattori**

SCHEDA ARTE & CULTURA

Prodotto realizzata in collaborazione con Toscana Promozione Turistica

- **Attrazioni**

Oltre la visita ai centri storici delle principali città e a musei e monumenti, i turisti culturali sono interessati a visitare anche i centri minori e i borghi, così come amano frequentare le cantine e fare tour enogastronomici, oltre che lo shopping (non outlet ma negozi in città)

Quale è il luogo (o i luoghi) senza il quale (senza i quali) non esisterebbe il prodotto turistico in questione? Dove si fermano i suoi turisti per almeno mezza giornata? Quali tipologie di eventi li attraggono (festival, concerti, sagre)? Quali panorami non devono perdere?

Quale è il comune o i comuni dove opera con la sua attività turistica (dove ha una sede operativa o porta i suoi ospiti)?

- **Servizi dedicati**

Indichi i servizi ai quali il suo prodotto risponde

SCHEDA ARTE & CULTURA

Prodotto realizzata in collaborazione con Toscana Promozione Turistica

- **Attività realizzabili e fruibilità, descrivendo chi ne può fruire e come**

- Esperienza adatta a
- Lingue
- n° min. E n° max. Partecipanti
- Convenzioni per visite multiple
- attività esperenziali collegabili

- **Stagionalità**

- In quale periodo dell'anno vengono in visita i turisti ascrivibili a questo prodotto?
 - Inverno
 - autunno
 - primavera
 - estate

In quale periodo dell'anno prenotano i suoi turisti?

SCHEDA ARTE & CULTURA

Prodotto realizzata in collaborazione con Toscana Promozione Turistica

- **Attività da integrare (terme, arte, enogastronomia,....) nelle diverse stagionalità**

Indicare servizi e attività che possono essere complementari con i propri servizi (già in essere o possibili collaborazioni in base alla propria esperienza / richiesta utenza)

d) Accoglienza- Risorse e Servizi collegati

- **Tipologia di operatori coinvolti (indicare operatori del territorio):**

NCC	Riserve Naturali	
Guide bike	Strutture ricettive	Parchi avventura
Guide ambientali	Ristoranti	Parchi naturali
Società Sportive	Botteghe di paese	Associazioni culturali/pro loco
Maneggio	Aziende Vitivinicole	Musei ed Ecomusei
Bike rental	Aziende agricole	

SCHEDA ARTE & CULTURA

Prodotto realizzata in collaborazione con Toscana Promozione Turistica

e) Target e mercati di riferimento

• Profilo del turista

Il turista dell'Arte e Cultura in Toscana viaggia prevalentemente in coppia, abbiamo poi famiglie con figli adolescenti e famiglie con figli piccoli. Scendendo in percentuale troviamo gruppi di amici, solo travellers e marginalmente gruppi di associazioni e CRAL.

- Qual è, in prevalenza, il profilo del turista che fruisce i suoi servizi ?

- Giovani
- Giovani coppie
- Famiglie con bambini piccoli
- Famiglie con bambini adolescenti
- Coppie di mezza età
- Coppie di pensionati
- Single/Solo

SCHEDA ARTE & CULTURA

Prodotto realizzata in collaborazione con Toscana Promozione Turistica

- Gruppi organizzati
- GLBT
- Gruppi di amici
- Scuole
- Uomini di affari

• **Quale è la modalità (prevalente) di organizzazione del viaggio dei turisti che fruiscono dei suoi servizi?**

- Indipendente
- Parzialmente organizzato (es: Fly and Drive)
- Organizzato

• **Provenienza (indicare aree geografiche, regioni e città metropolitane dei paesi)**

Da dove vengono (in prevalenza) i suoi ospiti (regione italiana di provenienza, paese o capitale estera)?

- Centro Nord Italia (Lombardia e Veneto)
- Germania
- Paesi Bassi
- Francia
- Stati Uniti
- Regno Unito
-

SCHEDA ARTE & CULTURA

Prodotto realizzata in collaborazione con Toscana Promozione Turistica

- **Accessibilità e comportamenti d'acquisto (Modalità organizzazione del viaggio)**
(secondo indagine Ciset: Sono turisti che organizzano il soggiorno generalmente in modo indipendente (oltre l'85% degli operatori lo segnala), utilizzando in primis le OTA o altre piattaforme di prenotazione, mentre in seconda battuta il sito web della struttura ricettiva, oppure il contatto diretto. Il 15% degli stranieri si rivolge ad un intermediario specializzato)

Indicare le modalità prescelte dalla sua clientela

SCHEDA ARTE & CULTURA

Prodotto realizzata in collaborazione con Toscana Promozione Turistica

• **Fascia di mercato**

- Su quale fascia di mercato si collocano i suoi servizi?

- Budget
- Economy
- Premium
- Luxury

• **Quanto pesano (in %) sul suo fatturato o sulla sua attività i flussi turistici legati a questa tipologia di viaggio?**

- più del 75%
- tra il 50 e il 75%
- tra il 25% e il 50%
- meno del 25%

• **Potrebbe stimare il numero di turisti (afferenti a questo prodotto turistico) che ogni anno visita il suo ambito territoriale?**

- più di 1 milione
- tra 500 mila e 1 milione
- tra 100 mila e 1 milione
- meno di 100 mila

f) Accesso alla destinazione

SCHEDA ARTE & CULTURA

Prodotto realizzata in collaborazione con Toscana Promozione Turistica

- **Tipologie di accesso alla destinazione**

- Come arrivano nella destinazione? Con quali mezzi?

- Mezzo proprio auto
- Mezzo proprio camper
- Autonoleggio
- Bus organizzato
- Bus trasporto pubblico
- Treno regionale
- Treno AV
- Aereo
- A piedi / in bici

- **Mobilità in loco**

- Con quali mezzi si muovono sul territorio?

- Mezzo proprio
- Autonoleggio
- Bus organizzato
- Bus trasporto pubblico
- Treno regionale
- A piedi
- A cavallo
- In bici

SCHEDA ARTE & CULTURA

Prodotto realizzata in collaborazione con Toscana Promozione Turistica

- **Costi e Caratteristiche servizio**

Indicare fascia di prezzo

- per servizio specifico
- per pacchetto
- promozioni per gruppi
- promozioni per early booking

SCHEDA ARTE & CULTURA

Prodotto realizzata in collaborazione con Toscana Promozione Turistica

- **Termini di prenotazione:**

- deadline prenotazioni
- politiche di cancellazione

g) CANALI INFORMATIVI

Per ognuno dei mercati principali dai quali provengono i suoi ospiti, indichi il nome del media che secondo Lei ha avuto più influenza per far conoscere la sua destinazione.

MERCATO	MEDIA

SCHEDA ARTE & CULTURA

Prodotto realizzata in collaborazione con Toscana Promozione Turistica

h) CANALI DISTRIBUTIVI

Per ognuno dei mercati principali dai quali provengono i suoi ospiti, indichi il nome della piattaforma, del sito, del tour operator, ecc dal quale vengono il maggior numero di prenotazioni.

MERCATO	CANALE DISTRIBUTIVO

PRESTAZIONE DEL CONSENSO

- ACCETTO e presto il consenso al trattamento suddetto. Il Titolare procederà in questo caso ad utilizzare i dati raccolti per finalità statistiche legate all'offerta turistiche della destinazione Ambito
- NON ACCETTO e NON presto il consenso al trattamento suddetto. In questo caso NON verranno espletate le attività di raccolta statistica

Nome file: Scheda prodotto ARTE & CULTURA CASENTINO.docx
Directory: /Users/marinamariottini/Library/Containers/com.microsoft.Word/Data/Documents
Modello: /Users/marinamariottini/Library/Group Containers/UBF8T346G9.Office/User Content.localized/Templates.localized/Normal.dotm
Titolo:
Oggetto:
Autore: Marina Mariottini
Parole chiave:
Commenti:
Data creazione: 06/04/21 21:52:00
Numero revisione: 2
Data ultimo salvataggio: 06/04/21 21:52:00
Autore ultimo salvataggio: Marina Mariottini
Tempo totale modifica 0 minuti
Data ultima stampa: 06/04/21 21:52:00
Come da ultima stampa completa
Numero pagine: 13
Numero parole: 1.031
Numero caratteri: 7.732 (circa)