



LIVING LAB

3 dicembre 2020



PREMESSA

Il Comune di Pratovecchio Stia nel 2019 per nome e per conto dell'ATO ha prima firmato l'apposita convenzione con Toscana Promozione Turistica e successivamente ha presentato il progetto di start up dell'avvio dell'ATO. Con il primo finanziamento i lavori della start up sono partiti sviluppando una DMO territoriale.

L'Ambito ha giugno 2020 partecipato alla nuova call di finanziamenti di Toscana Promozione strutturando un nuovo bando per la realizzazione delle azioni progettuali presentate a Toscana Promozione Turistica

L'obiettivo principale è la trasformazione da DMO a DMC garantendo così la parte di promo commercializzazione dei prodotti e pacchetti turistici del Casentino

CHI SIAMO

La **Soc. Cooperativa Conessioni** vanta un'esperienza ultradecennale di professionisti che hanno da sempre lavorato nello sviluppo di strategie sia aziendali che territoriali. Scopo della cooperativa è quello di realizzare strategie per lo sviluppo responsabile, soprattutto nell'ambito del settore turistico: come sviluppo responsabile si intende non solo l'attenzione agli aspetti della sostenibilità ambientale, ma anche quelli etici e sociali, creando uno sviluppo in linea con le tradizioni e la cultura del territorio, che porti benefici all'intera comunità conservando e valorizzando le risorse per le generazioni future.

La **Soc. Coop. OROS** nasce nel 2001 ed ha la propria sede a Badia a Prataglia (AR), nel cuore del Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi: da oltre 20 anni valorizza la destinazione Casentino, offrendo servizi di qualità nell'ambito del settore ambientale, culturale, educativo e turistico. Lo staff dei collaboratori è formato da **professionisti formati ed esperti** tra i quali si annoverano Guide ambientali Escursionistiche riconosciute dalla Regione Toscana, esperti in educazione ambientale, conoscenza e promozione del territorio, accoglienza turistica.

The Plus Planet (di Soc. Coop Cristoforo) svolgeva la propria attività nell'ambito del **turismo**, gestendo Servizi di Accoglienza e Informazione turistica, Servizi Museali, Servizi logistici in occasione di Eventi e Manifestazioni, Touristore e Adv, Attività di DMO per alcuni Ambiti Turistici Toscani, coordinando e sviluppando progetti di turismo sociale/accessibile.

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 di Firenze, per svolgere attività di studio e di ricerca sulle diverse problematiche del turismo. In particolare 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.



PERCHÉ SIAMO QUI

Il lavoro fatto attraverso i living lab 2019/2020 ha costruito **Il prodotto turistico**, inteso “esperienza complessiva”, **del Casentino** combinando appunto gli elementi dell’offerta del territorio per creare esperienze da vivere;

Lo scopo dei Living Lab 2020/2021:

- Progettare e organizzare esperienze, pacchetti, attività da commercializzare
- Progettare e realizzare campagne di promo-commercializzazione e direct marketing
- Progettare e realizzare campagne di brand building

PIANO OPERATIVO 2021

AMBITO TURISTICO CASENTINO

obiettivi e strategie per il 2021



in collaborazione con



SCHEMA PRODOTTI, ATTRATTORI, AZIONI B2B E B2C E MERCATI PER INSERIRE I DATI SULLA PIATTAFORMA DI TOSCANA PROMOZIONE TURISTICA PER L'AMBITO CASENTINO

Aree prodotto	ACTIVE TOURISM	ACTIVE TOURISM	ACTIVE TOURISM
Linee di prodotto	Natura	Outdoor Bike	Outdoor Running
Esperienze servizi	<p>Vivere la biodiversità</p> <p>Ascoltare il silenzio della foresta</p> <p>Scoprire la foresta in sella d'asino</p> <p>Camminando tra le erbe, benessere per il corpo e per l'anima</p> <p>Escursioni con il micologo: il fungo dal bosco alla tavola</p>	<p>Percorsi MTB - pedalare immersi nella natura selvaggia</p> <p>I sentieri nel parco in e-bike</p> <p>Nel parco in bicicletta</p> <p>Pedalare nelle foreste sacre</p> <p>Castelli in e-bike</p> <p>Vacanze golf</p>	<p>Percorsi Trekking (600 km)</p> <p>Nel parco a piedi</p>
Attrattori	<p>Parco Foreste Casentinesi</p> <p>Parco Zoo di Poppi</p>	<p>Parco Foreste Casentinesi</p> <p>Pratomagno</p>	<p>Parco Foreste Casentinesi</p> <p>Pratomagno</p>
promozione B2B	<p>BIT Milano</p> <p>TTG Rimini</p> <p>Free Monaco</p>	<p>BIT Milano</p> <p>TTG Rimini</p> <p>Free Monaco</p>	<p>BIT Milano</p> <p>TTG Rimini</p> <p>Free Monaco</p>
Promozione B2C	<p>Canali social Casentino</p> <p>Animazione Visit Tuscany</p> <p>Animazione Toscana Ovunque Bella</p> <p>Blog tour Active e Slow tourism</p>	<p>Canali social Casentino</p> <p>Animazione Visit Tuscany</p> <p>Animazione Toscana Ovunque Bella</p> <p>Blog tour Active e Slow tourism</p>	<p>Canali social Casentino</p> <p>Animazione Visit Tuscany</p> <p>Animazione Toscana Ovunque Bella</p> <p>Blog tour Active e Slow tourism</p>
Mercati	<p>Centro Nord Italia</p> <p>Toscana</p> <p>Germania</p> <p>Paesi Bassi</p>	<p>Centro Nord Italia</p> <p>Toscana</p> <p>Germania</p> <p>Paesi Bassi</p>	<p>Centro Nord Italia</p> <p>Toscana</p> <p>Germania</p> <p>Paesi Bassi</p>

SCHEMA PRODOTTI, ATTRATTORI, AZIONI B2B E B2C E MERCATI PER INSERIRE I DATI SULLA PIATTAFORMA DI TOSCANA PROMOZIONE TURISTICA PER L'AMBITO CASENTINO

Aree prodotto	SLOW TOURISM	SLOW TOURISM	SLOW TOURISM
Linee di prodotto	Scoperta del territorio	Cammini	Passione enogastronomica
Esperienze servizi	Visitare una bottega artigiana Vivere come i casentinesi di una volta Il casentino bio-dinamico: tra equilibrio e benessere	Le vie di Dante Le vie di San Francesco Via romea Germanica Cammino di San Vicinio Sentiero delle Foreste Sacre	Mangiare i tortelli alla lastra Andare per cantine, per degustazioni itinerario dei sapori in Casentino
Attrattori	Parco Foreste Casentinesi Botteghe artigiane (Panno e ferro battuto)	Santuario La Verna Camaldoli	Produzioni tipiche Tortello alla Lastra
promozione B2B	BIT Milano TTG Rimini	BIT Milano TTG Rimini	BIT Milano TTG Rimini
Promozione B2C	Canali social Casentino Animazione Visit Tuscany Animazione Toscana Ovunque Bella Blog tour Active e Slow tourism	Canali social Casentino Animazione Visit Tuscany Animazione Toscana Ovunque Bella Blog tour Active e Slow tourism	Canali social Casentino Animazione Visit Tuscany Animazione Toscana Ovunque Bella Blog tour Active e Slow tourism
Mercati	Centro Nord Italia Toscana Germania Paesi Bassi	Centro Nord Italia Toscana Germania Paesi Bassi	Centro Nord Italia Toscana Germania

SCHEMA PRODOTTI, ATTRATTORI, AZIONI B2B E B2C E MERCATI PER INSERIRE I DATI SULLA PIATTAFORMA DI TOSCANA PROMOZIONE TURISTICA PER L'AMBITO CASENTINO

Aree prodotto	ARTE E CULTURA	ARTE E CULTURA	LUXURY
Linee di prodotto	Short break	Borghi	Celebrations (Wedding)
Esperienze servizi	Tour di monasteri con Dante Trovare la pace in una pieve immersa nel verde Castelli del Casentino Casentino e gli Etruschi Casentino e la storia: linea gotica, Casentino Golf Club (poppi)	tra pievi e castelli nei borghi medievali del CASENTINO	Fuga romantica nel Casentino
Attrattori	Castelli del Casentino Pievi del Casentino	Borghi Medievali Sistema museale	Locations esclusive
promozione B2B	BIT Milano TTG Rimini	BIT Milano TTG Rimini	BIT Milano
Promozione B2C	Canali social Casentino Animazione Visit Tuscany Animazione Toscana Ovunque Bella	Canali social Casentino Animazione Visit Tuscany Animazione Toscana Ovunque Bella	Canali social Casentino Animazione Visit Tuscany Animazione Toscana Ovunque Bella
Mercati	Centro Nord Italia Toscana Germania Paesi Bassi	Centro Nord Italia Toscana Germania Paesi Bassi	Centro Nord Italia Paesi Bassi USA

SE LA STRATEGIA DELL'AMBITO CASENTINO È STATA INDIVIDUATA DALLE AMMINISTRAZIONI COMUNALI IN COLLABORAZIONE CON TOSCANA PROMOZIONE TURISTICA, I LIVING LABS SERVIRANNO A RENDERE OPERATIVO IL PIANO 2021 SULLA BASE DELLE REALI ESIGENZE DEL TERRITORIO E DELLA TIPOLOGIA DI OFFERTA TURISTICA CHE È CAPACE DI REALIZZARE.

OBIETTIVO DEI LIVING LABS È QUELLO DI COINVOLGERE I PARTECIPANTI NON IN QUALITÀ DI OSSERVATORI MA DI VERI E PROPRI ATTORI DELLE SCELTE, CONTRIBUENDO ALLA PROGETTAZIONE E REALIZZAZIONE DEI PRODOTTI TURISTICI E ALLA LORO COMMERCIALIZZAZIONE

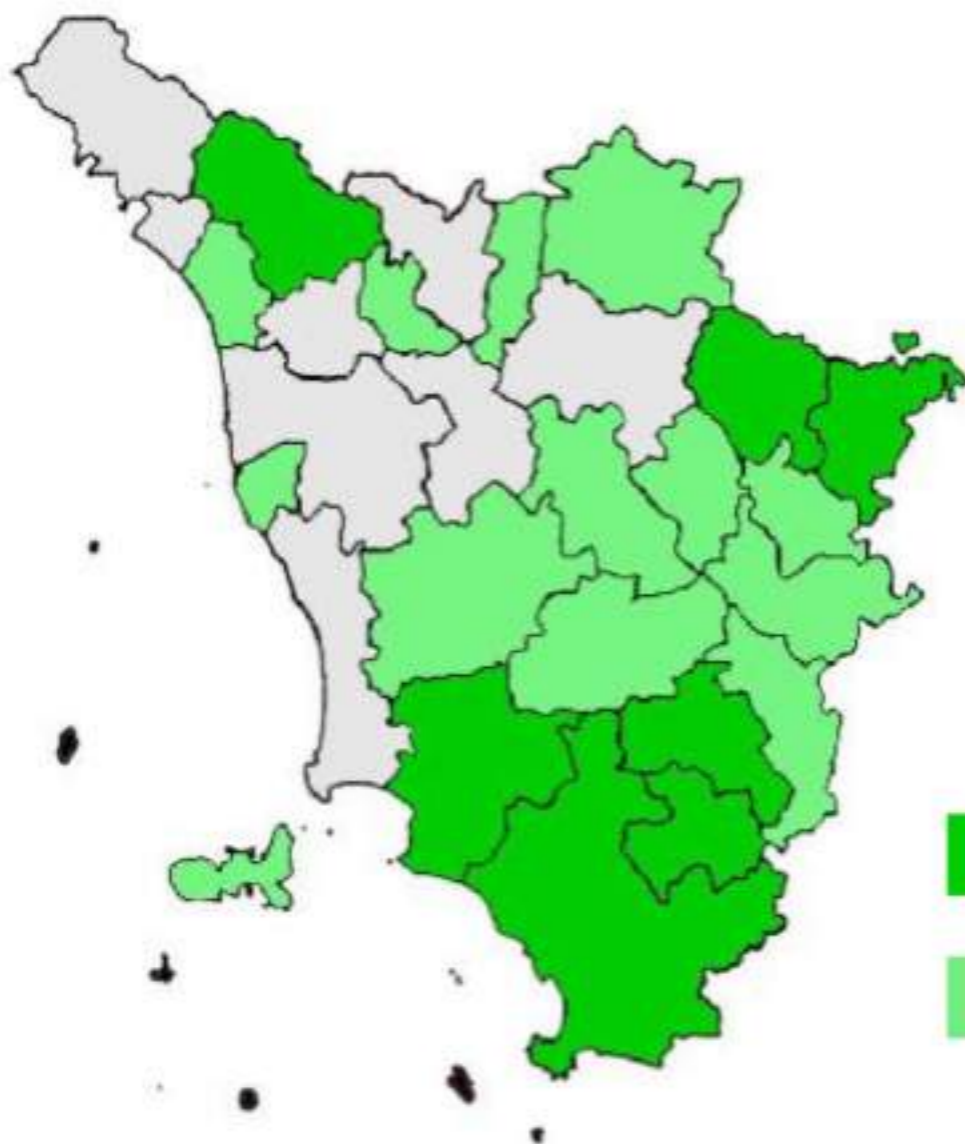
UNO SGUARDO SUL TURISMO NATURALISTICO IN TOSCANA



in collaborazione con



NATURALISTICO



Il prodotto è piuttosto diffuso sul territorio, per quanto con percentuali sul portafoglio dei vari ambiti meno importanti rispetto a cultura o relax.

Sembra agire soprattutto “di spalla” al balneare e/o alle forme di turismo rurale (relax, scoperta del territorio) - Maremma, Valtiverina, Mugello, Val d’Orcia, Amiata)

Peso sul totale arrivi regionale (Media ponderata)

Fonte: elaborazioni Ciset su dati indagine Ciset-QuestLab



5.7. I TURISTI NATURA: QUADRO GENERALE E COMPORTAMENTO A DESTINAZIONE

CISET

www.unive.it/ciset

IN SINTESI

- Le attrattive naturalistiche Toscane riescono ad attirare un pubblico di turisti provenienti tanto dall'Italia (53%) quanto dall'estero (47%): gli italiani vengono per oltre il 50% dal nord, mentre gli stranieri vengono da Germania, Paesi Bassi, Francia, Regno Unito e Svizzera
- E' un turista che viaggia prevalentemente in famiglia, maggiormente con figli adolescenti, oppure in coppia. Gli italiani presentano una maggiore tendenza a viaggiare con gli amici
- Mercato completamente indipendente: il 90% e piedi italiani e stranieri si organizza da sé. Il mercato italiano predilige un contatto diretto con la struttura ricettiva soprattutto email/telefono (indicato dal 61% dei rispondenti), mentre i turisti stranieri prenotano principalmente tramite OTA e altre piattaforme (60%)
- Maggio-Ottobre, anche in questo caso, è la stagione di elezione, con i turisti domestici concentrati di più nel bimestre luglio-agosto e gli stranieri a primavera



CISSET

www.unive.it/ciset

IN SINTESI



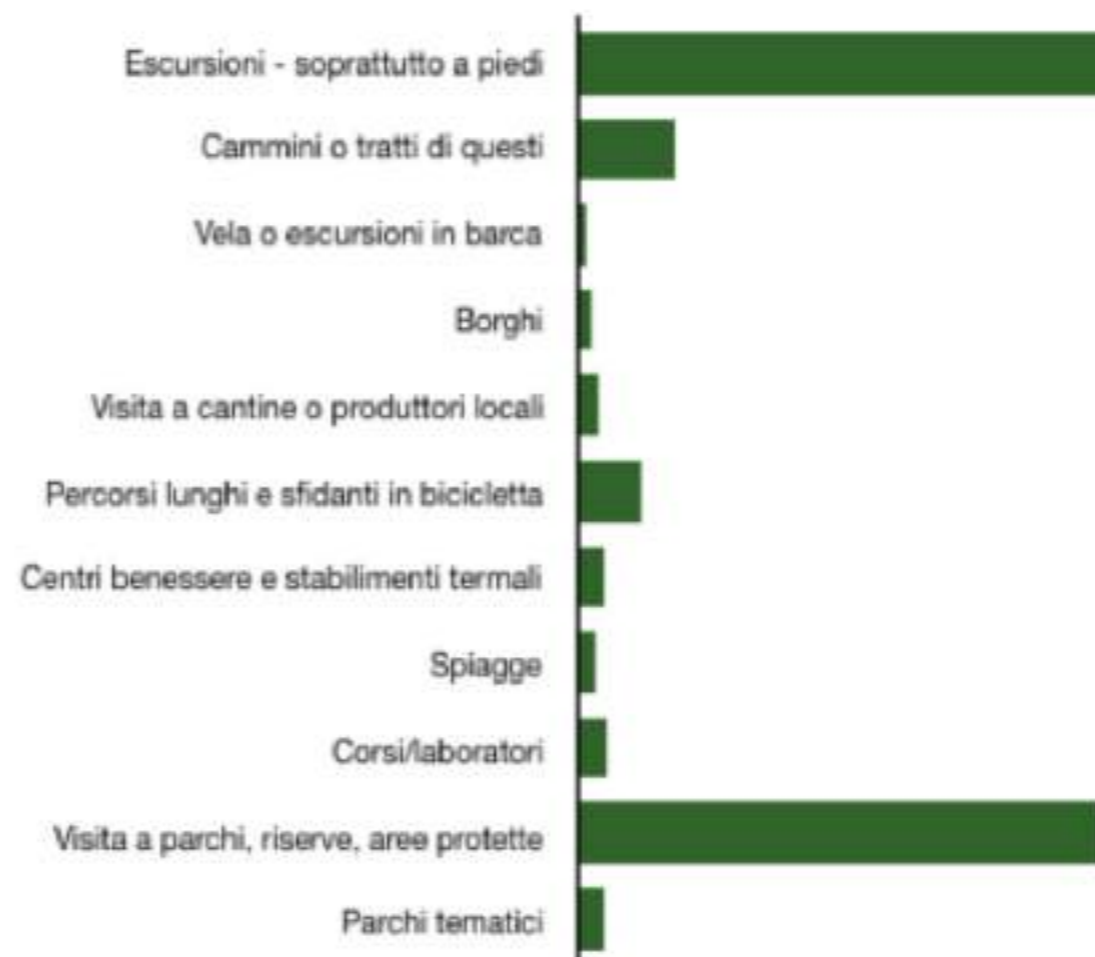
- Il segmento del turismo naturalistico non è particolarmente interessato al lusso: quasi 3 intervistati su 4 affermano infatti che nessuno dei propri clienti lo ricerchi. In particolare, tra gli italiani, gli operatori indicano che quasi la metà dei clienti è molto attenta al prezzo
- Molto concentrati sulle due attività - collegate - centrali per la loro motivazione, ossia la visita a parchi, riserve, ecc. e le escursioni - soprattutto a piedi - , non hanno “tempo” per altre attività: la mobilità gira quindi intorno a Parco della Maremma, Val d’Orcia, Casentino, Alpi Apuane, con una maggior concentrazione a sud
- La ricerca di un rapporto con i residenti è un elemento importante della vacanza per questo turista, così come attività che prevedano una partecipazione diretta e attiva
- Per quanto riguarda l’utilizzo della bicicletta, questo segmento di turisti la usa in modo frequente (55%) o addirittura esclusivo per i propri spostamenti (4%).

CISET

www.unive.it/ciset

LE PRINCIPALI ATTIVITA' SVOLTE

- Le due attività, tra loro connesse, che distinguono i turisti natura sono la visita ad oasi, parchi riserve, ecc. e la pratica di escursioni, soprattutto a piedi
- Percorrono anche tratti di cammini, ma assai meno dei turisti del territorio o anche di altri segmenti - si conferma quindi che, nella percezione di operatori e turisti, percorrere un cammino o una parte è un'attività prevalentemente di fruizione culturale non naturalistica
- Per il resto, le attività sono poco differenziate: si tratta di un turista molto concentrato sulla sua motivazione principale



TAVOLI DI LAVORO

<u>TREKKING</u>	<u>VACANZE IN BICICLETTA/MOUNTAIN BIKE</u>	<u>VACANZE IN NATURA</u>
Marta Signi - Altertrek	Riccardo Conti - Casentino Escursioni	Francesca La Sala - Guida
Sara Baldini - Cooperativa In Quiete	Massimo Schiavo Casentino Ebike	Irene Ziller - Artena
Maura Lucatello - Azienda Agricola Lucatello	Lorenzo Versari - Independent bike	Elisa Marano - Borgo I tre Baroni
Giovanna Matteagi - Equinatura	Serena Mazzi - Guida bike	Francesca Panci - Agriturismo Vecchia Quercia
Giacomo Andreini - Artena	Fabrizio Montaini - Federazione Italiana Ambiente e Bicicletta	Cecconi Simona
De Santoli Stefano		Claudio Cipriani - Adrenalina Parco Avventura
		Enrico Pini Prato - T- Rafting
		Susanna Buricchi TO e Guida Turistica
		Ilaria Camprincoli - Az. Agr. La Buona Luna

TAVOLI DI LAVORO

TAVOLI LIVING LAB
area: active tourism
tre gruppi di lavoro



uno per linea prodotto

TREKKING
BIKE

VACANZE IN NATURA

TAVOLI DI LAVORO

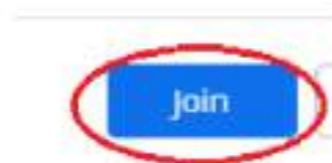
Lavorerete in tre stanze diverse



con obiettivo di costruire i prodotti da commercializzare

In ogni stanza c'è un conduttore, con un gruppo di 5/8 dei presenti al living, che condividerà la scheda sulla quale costruire i prodotti secondo dei punti già indicati

Appena apriremo le stanze appare



o accetti cliccate e vi troverete nella stanza con i vostri compagni di lavoro e con il vostro conduttore

TAVOLI DI LAVORO

le stanze saranno attive per 125 minuti,
al termine, automaticamente o cliccando su

[Return to Main Session](#)

tornerete in plenaria per una breve analisi del lavoro svolto e la condivisione di un questionario di valutazione

La parola ai tre conduttori/facilitatori dei gruppi

BUON LAVORO