

# LIVING LAB

## 10 febbraio 2021

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

# 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



# Le aree prodotte dell'offerta turistica regionale

Le aree prodotte costituiscono i grandi temi motivazionali portanti della strategia di Toscana Promozione Turistica a partire dal 2016. I temi di viaggio e i prodotti turistici sviluppati intorno ad essi sono

in linea con il posizionamento generale del brand Toscana e dei brand della Toscana.

<b>Arte e cultura</b>			<b>Active</b>		
Short Break	Viaggi d'arte	Eventi	Montagna Inverno	Natura	Sport
<b>Slow</b>			<b>Balneare</b>		
Scoperta Territorio	Relax, Benessere e Termale	Passione Enogastronomica	Famiglie	Nautica	Divertimento
<b>Luxury</b>		<b>Business</b>			
Scoperta Territorio	Relax e Benessere	Scoperta Territorio	Relax e Benessere	Passione Enogastronomica	
<b>Religioso</b>		<b>Medicale e Termale</b>			

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 LUXURY IN TOSCANA



in collaborazione con





## 5.11. I PARTECIPANTI A MATRIMONI E AD ALTRE CELEBRAZIONI: QUADRO GENERALE E COMPORTAMENTO A DESTINAZIONE

CISSET

[www.unive.it/ciset](http://www.unive.it/ciset)

# IN SINTESI



#tuscanytogether

- Chi soggiorna in Toscana per partecipare a una cerimonia è straniero per il 52% e italiano per il 48%: questo movimento è legato prevalentemente ai matrimoni e più raramente ad altre celebrazioni
- Tra le principali provenienze dei turisti stranieri, Regno Unito e Germania da soli contano per il 48%
- Il mercato domestico invece si struttura come turismo di prossimità con il 20% di turisti provenienti dalla Toscana stessa e un altro 25% provenire da altre regioni del centro Italia
- Viaggiano per lo più in coppia o con amici se italiani, in coppia e in famiglia se stranieri.
- Date le specificità di questo segmento, ininfluente è il ruolo dei gruppi organizzati o intermediari: sia italiani che stranieri (rispettivamente, per l'87% e l'81% degli intervistati) si organizzano autonomamente, prenotando direttamente (email/sito web) gli italiani e tramite OTA o sito dell'hotel gli stranieri. Solo turisti USA fanno ricorso, per una quota, a operatori



CISSET

[www.unive.it/ciset](http://www.unive.it/ciset)

# IN SINTESI



#tuscanytogether



- Stagionalità tipica matrimoniale, con picchi a maggior-giugno e settembre -ottobre
- La motivazione fa sì che molti (45%) dei partecipanti alle celebrazioni cerchino trattamenti di alta gamma: la propensione è lievemente maggiore tra gli stranieri (ricercato dal 30% degli stranieri contro il 24% degli italiani)
- Scarso l'interesse per contatti con la comunità locale e anche per l'esperienzialità al di fuori dell'evento in sé: dal confronto con gli operatori turistici che organizzano tour, escursioni, ecc., emerge come vi sia una ricerca di attività particolari e coinvolgenti piuttosto per addii al celibato/ nubilato
- Questi turisti sono poco propensi a fare altro tipo di attività oltre partecipare alla cerimonia per cui sono in loco: si segnala un qualche interesse per lo shopping e per i trattamenti benessere - probabilmente entrambe attività preparatorie alla cerimonia - e per l'enogastronomia

CISSET

[www.unive.it/ciset](http://www.unive.it/ciset)

## LE PRINCIPALI ATTIVITA' SVOLTE e LE LOCALITA' VISITATE



- A parte il motivo principale del soggiorno, ossia partecipare alla cerimonia o alla festa, i turisti di questo segmento sono poco propensi a fare altro tipo di attività: gli operatori segnalano un qualche interesse per lo shopping e per i trattamenti benessere - probabilmente entrambe attività preparatorie alla cerimonia - e per l'enogastronomia
- Anche i movimenti sul territorio rimangono estremamente localizzati e quindi parcellizzati, poiché si tratta di un turista che non si muove di molto dalla/e località dove si svolge la cerimonia/festa
- L'interesse per l'enogastronomia di cui si diceva li attira in Chianti, a San Gimignano e in Val d'Orcia

CISSET

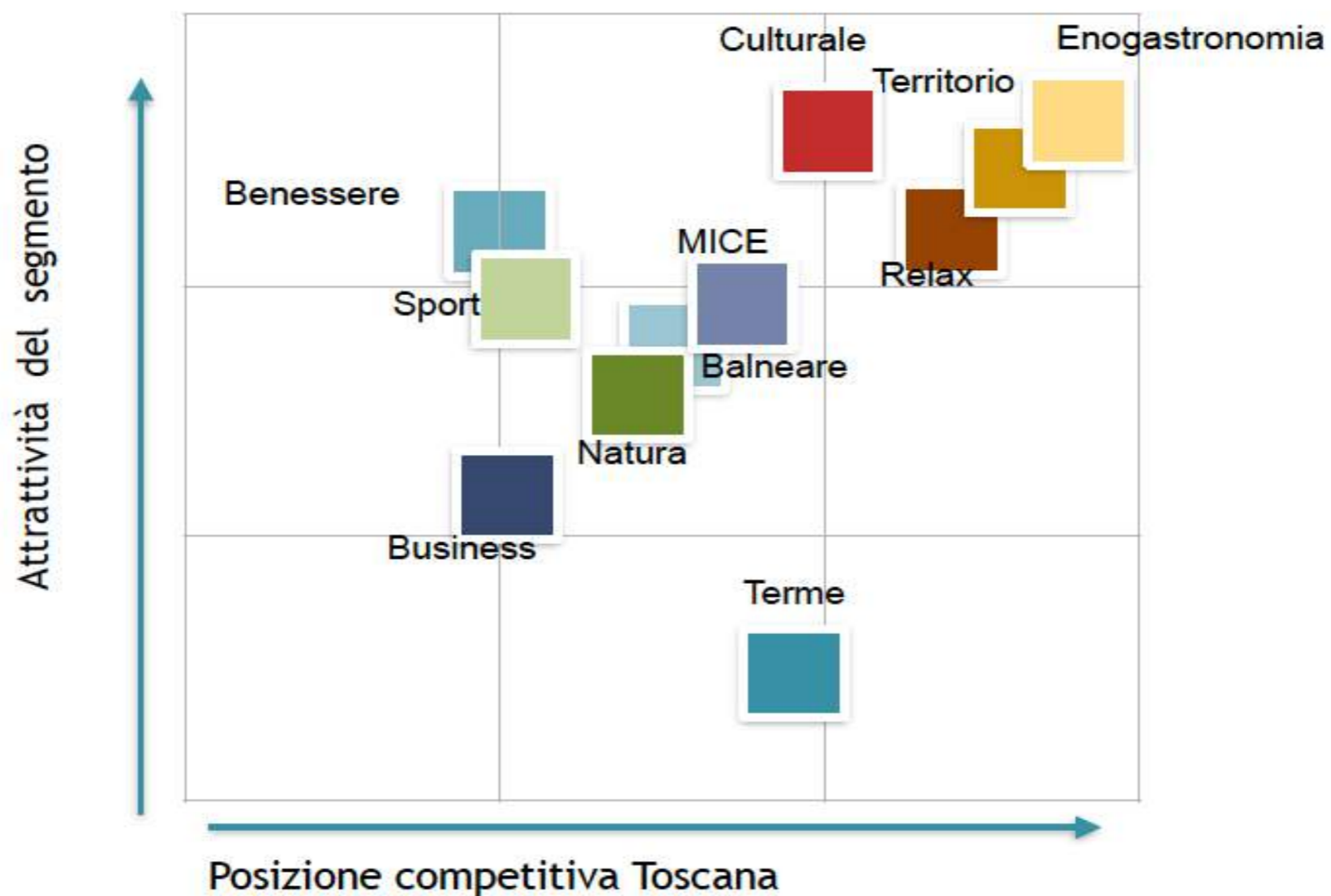
[www.unive.it/ciset](http://www.unive.it/ciset)



in collaborazione con



# RISPETTO AGLI ALTRI PRODOTTI





# TAVOLI DI LAVORO

	Sara Lanini - Antico Fio
	Martina Miliani - Palazzo Gatteschi
	Francesca Panci - Agriturismo Vecchia Quercia
	Barbara Belluzzo - Ristorante La Vite
	Lucia Francalanci - Cala go go
	Serena Ricci - Tuscan Tours and Weddings
	Francesco Zampella - Ideas
Marco	Franceschi - Castello di Valenzano
	Franca Ermini - EWO
	Sara Pesci
Maria Cristina	Parigi - Affittacamere
	Monica Buldrini - Guida
	Marco Messina - Guida
	Marta Bidi - I Tre Baroni
	Andrea Lombradi - Podere Sant'Angelo
	Serena Signorini - Convention Bureau Firenze
	Daniela Sestieri

# TAVOLI DI LAVORO

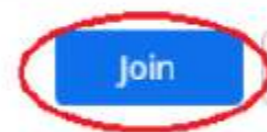
Lavorerete in 2 stanze



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



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

## BUON LAVORO