

Lunigiana

Terra di confine,
natura infinita

INCONTRO CON OPERATORI TURISTICI E
STAKEHOLDER

Mercoledì 19 Gennaio • Ore 16.00

L'Ambito Turistico Lunigiana 2022:

La Governance, il Piano Operativo,
la co-progettazione con gli operatori

Lunigiana Ambito
Turistico
Regionale



Regione Toscana



SIGERIC
SERVIZI PER IL TURISMO

DESTINATION MANAGEMENT COMPANY

VISITTUSCANY

www.lunigiana.land

Il modello di Governance dell'Ambito Turistico (DMO e DMC):

- Primi dati sul turismo anno 2021
- Piano Operativo dell'ambito 2022
- Azioni in programma nel 2022 da parte della DMC
- I prossimi incontri di co-progettazione dei prodotti turistici

L'Ambito Lunigiana organizza e commercializza l'offerta turistica con DMC e DMO :

- Elaborando e realizzando offerte commerciali e una serie composta di itinerari relativi ai principali prodotti turistici, che favorisca le azioni di partnership tra stakeholders pubblici e privati.
- Promuovendo e attuando tutte le azioni programmatiche per l'incremento turistico del territorio.

LA GOVERNANCE DELLA LUNIGIANA TURISTICA:

Organo di governo **CONFERENZA DEI SINDACI**

DMO
Destination
Management
Organization

DMC
Destination
Management
Company

DMO - Destination Management Organization

- La Destination Management è un processo di guida, influenza e coordinamento della gestione di tutti gli aspetti di una destinazione che contribuiscono all'esperienza di un visitatore, tenendo conto delle esigenze dei visitatori, dei residenti locali, delle imprese e dell'ambiente.
- *Fondamentalmente, la gestione della destinazione include la programmazione, lo sviluppo e il marketing di una destinazione, nonché il modo in cui viene gestita fisicamente, finanziariamente, operativamente e in altri modi.*

DMO - Destination Management Organization

- *Secondo l'UNWTO una DMO è una organizzazione, prevalentemente senza scopo di lucro, che si occupa della strategia di gestione coordinata di tutti gli elementi che costituiscono una destinazione turistica.*
- **Definisce gli indirizzi strategici della destinazione**
- **Crea le condizioni per l'organizzazione dell'offerta territoriale;**
- **Supporta la DMC nella diffusione presso le imprese delle iniziative e attività promozionali;**
- **Sviluppa azioni di comunicazione integrata sul territorio;**
- **Collabora agli eventi organizzati da TPT sul territorio regionale**



DMC - Destination Management Company

- *La DMC è una società autonoma, di forma variabile, che si occupa della costruzione e commercializzazione di prodotti e servizi turistici.*
- **Dotata di competenze specialistiche su un determinato territorio, di livello locale, regionale o nazionale.**
- **Fornisce prenotazioni alberghiere, trasporti, tour, escursioni, organizzazione di eventi e quant'altro necessario a qualificare e incrementare i flussi incoming verso la specifica destinazione.**
- **Data la sua attività, una DMC potrebbe anche essere definita come Destination Marketing Company.**

DMC - Destination Management Company

- **promo-commercializzazione integrata e sistematica di una destinazione, con lo sviluppo di prodotti turistici coerenti con la sua immagine;**
- **inserimento di vari operatori della filiera turistica locale (associazioni, strutture ricettive, agenzie di viaggio, TO Incoming, enti pubblici, ecc.) presenti nell'area di interesse nei propri prodotti;**
- **consulenza alle imprese locali per superare eventuali lacune gestionali che pregiudichino il successo dei prodotti turistici commercializzati;**
- **definizione coordinata con la DMO degli indirizzi strategici della destinazione per il marketing e la promo-commercializzazione;**
- **integrazione nei prodotti di attività sociali e culturali svolte dalla popolazione locale per migliorare la soddisfazione dei turisti.**

Alcuni dati di sintesi del 2021



2021 PRESENZE TURISTICHE PER ORIGINE E DESTINAZIONE VAR.% 2020/2019 2021/2020, 2021/2019

PRESENZE TURISTICHE IN TOSCANA PER TIPO DI DESTINAZIONE : VAR.% 2020/2019, 2021/2020, 2021/2019

	Gennaio- Agosto 2020/2019	Gennaio- Agosto 2021/2020	Gennaio- Agosto 2021/2019	Maggio-Agosto 2020/2019	Maggio-Agosto 2021/2020	Maggio-Agosto 2021/2019
Montagna	-52.5%	23.0%	-41.6%	-49.2%	33.3%	-32.3%
Città d'arte	-70.3%	8.0%	-67.9%	-74.7%	70.6%	-56.8%
Collina	-57.2%	32.2%	-43.4%	-54.1%	46.0%	-32.9%
Mare	-35.6%	32.5%	-14.6%	-32.8%	34.6%	-9.5%
Toscana	-55.2%	24.8%	-44.1%	-52.3%	43.4%	-31.5%

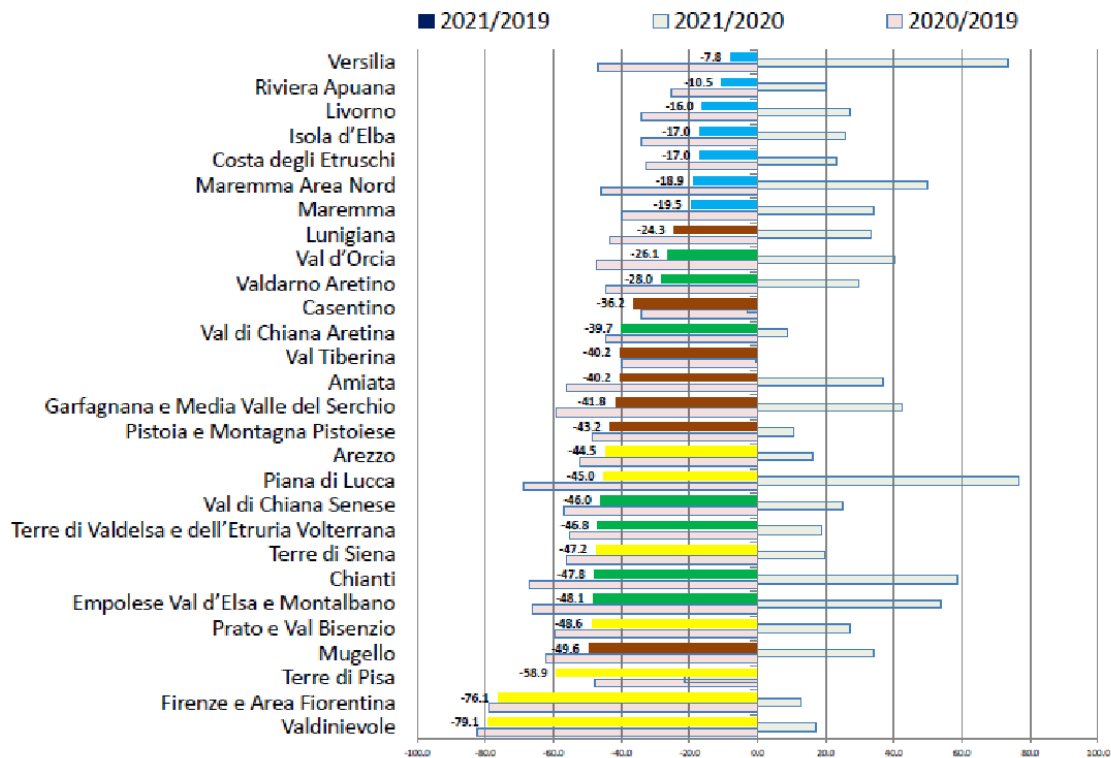
PRESENZE TURISTICHE IN TOSCANA PER ORIGINE : VAR.% 2020/2019, 2021/2020, 2021/2019

	Gennaio- Agosto 2020/2019	Gennaio- Agosto 2021/2020	Gennaio- Agosto 2021/2019	Maggio- Agosto 2020/2019	Maggio- Agosto 2021/2020	Maggio- Agosto 2021/2019
<i>Toscani</i>	-18%	12%	-8%	-13.0%	14.0%	-0.8%
<i>Italiani non Toscani</i>	-30%	11%	-22%	-17.6%	21.5%	0.1%
<i>Italiani</i>	-27%	11%	-18%	-16.3%	19.3%	-0.1%
Europei	-73%	101%	-46%	-72.3%	129.5%	-36.5%
Extraeuropei	-83%	-4%	-84%	-88.9%	92.3%	-78.7%
<i>Stranieri</i>	-78%	61%	-65%	-79.8%	120.3%	-55.6%
Totale	-55.2%	24.8%	-44.1%	-52.3%	43.4%	-31.5%

Alcuni dati di sintesi del 2021



Var. % delle presenze negli Ambiti turistici 2020/2019, 2021/2020 (gennaio-agosto, Pistoia e Grosseto gennaio-luglio)

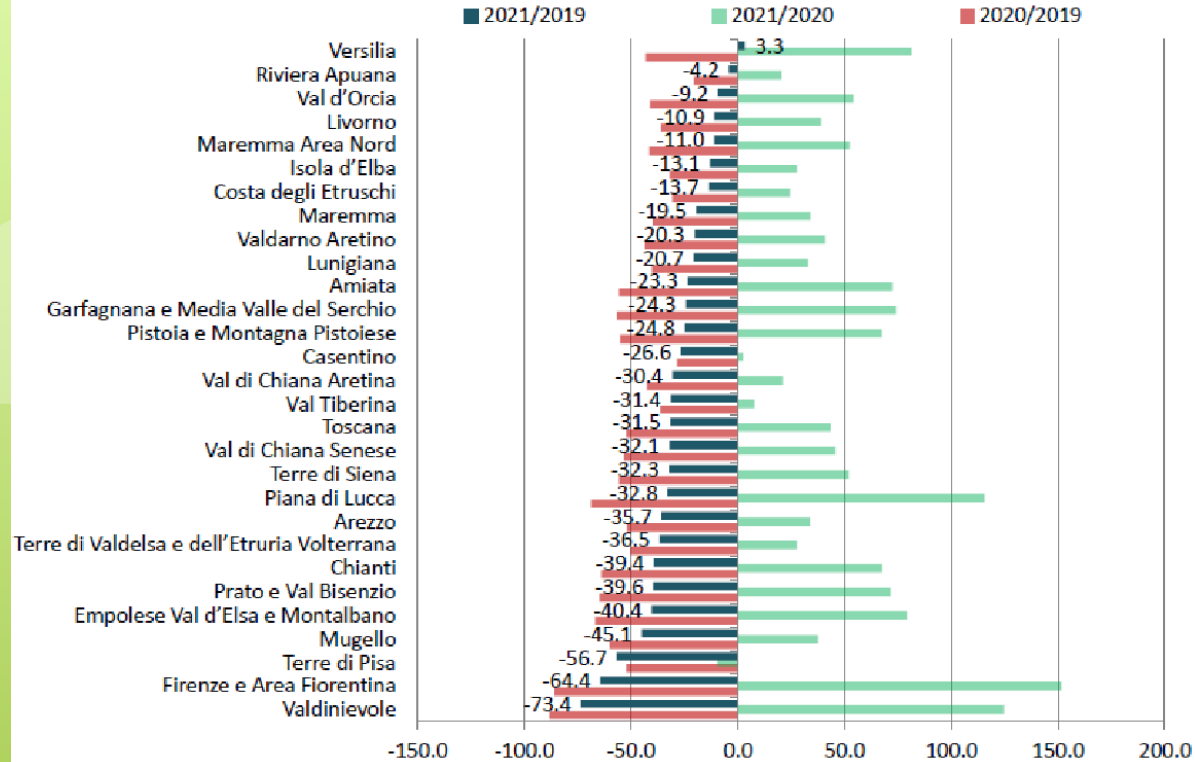


Lunigiana
Terra di confine,
natura infinita

Alcuni dati di sintesi del 2021



Var. % delle presenze negli Ambiti turistici 2020/2019, 2021/2020 (maggio-agosto, Pistoia e Grosseto maggio-luglio)



Alcuni dati di sintesi del 2021

	Gen – Ago Anno 2021			Gen – Ago Anno 2021	
	arrivi	presenze		arrivi	presenze
Alberghiero	8.385	26.071	Italiani	13.289	38.849
extralberghiero	11.543	42.649	Stranieri	6.639	29.871
TOTALI	19.928	68.720	TOTALI	19.928	68.720
	Gen – Ago Anno 2020			Var. % 2021 - 2020	
	arrivi	presenze		arrivi	presenze
Alberghiero	7.876	20.377	Alberghiero	+6,4%	+27,9%
extralberghiero	9.130	31.105	extralberghiero	+26,4%	+37,1%
TOTALI	17.006	51.482	TOTALI	+17,2%	+33,5%



IL PIANO OPERATIVO 2022

STRATEGIA GENERALE e OBIETTIVI

STRATEGIA DI VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI DELL'AMBITO

1. Organizzazione di prodotti turistici dell'area e di tutto il materiale necessario (video, fotografie, brochure ecc.) per la promozione degli stessi prodotti attraverso il maggior coinvolgimento possibile dei singoli operatori e stakeholders dell'ambito.
2. Aumento dei canali informativi (media tradizionali e digitali) ed i canali distributivi (Tour Operator classici, OTA ecc.) specializzati nelle aree prodotte individuate.
3. Maggior coinvolgimento degli operatori e degli stakeholders (pubblici e privati) in azioni di Engagement degli strumenti web e social attivati dall'ambito.
4. Aumentare la consapevolezza e di conseguenza la professionalità degli operatori, puntando ad un aumento delle strutture ricettive e dei posti letto.

IL PIANO OPERATIVO 2022

STRATEGIA GENERALE e OBIETTIVI

IDENTIFICAZIONE DI 5 OBIETTIVI

1. Aumentare i flussi turistici nel periodo primaverile e autunnale.
2. Valorizzare i comuni dell'ambito come aree a vocazione naturalistica/sportiva.
3. Rafforzare e consolidare i flussi relativi al mercato nazionale.
4. Aumentare il livello di conoscenza dei comuni dell'ambito e dei prodotti sui principali mercati esteri identificati.
5. Valorizzare alcune particolari aree prodotte identificate su alcuni mercati (nazionali ed esteri) sia con azioni di comunicazione sia con azioni di promo-commercializzazione.

AREE PRODOTTO PRIORITARIE

ACTIVE TOURISM
*(Natura Outdoor
Eventi sportivi)*

SLOW TOURISM
*(Borghi
Enogastronomia
Cammini)*

*Arte Cultura
Tradizioni*

*Relax e Benessere
Luxury*

MERCATI CON PRIORITÀ ELEVATA PER L'ANNO 2022

LOMBARDIA
Milano, Bergamo
TOSCANA
Firenze
EMILIA ROMAGNA
*Bologna, Parma, Reggio
Emilia e Modena*
LIGURIA
Genova

Da monitorare:
LAZIO - Roma,
PIEMONTE - Torino

GERMANIA
BELGIO
OLANDA
FRANCIA
SVIZZERA

Da monitorare:
Danimarca

BRAND EQUITY E CANALI INFORMATIVI E DISTRIBUTIVI

1. *LUNIGIANA*
2. *LUNIGIANA OUTDOOR*
3. *IL GUSTO IN LUNIGIANA*
4. *I BORGHI DELLA LUNIGIANA*
5. *LUNIGIANA IN CAMMINO*
6. *I PARCHI DELLA LUNIGIANA*
7. *ARTE, CULTURA E TRADIZIONE DELLA LUNIGIANA*

CANALI INFORMATIVI

- *Organizzazione sito di ambito*
- *Canali social Ambito e Regionali*
- *Riviste specializzate per area prodotto*
- *Collaborazioni con Guide Turistiche cartacee*
- *Uffici IAT*
- *Collaborazione con Mediateca Toscana*

CANALI DISTRIBUTIVI

OTA (AirBnB, Booking ecc.)

TO specializzati per aree prodotti e mercati

Uffici IAT (store del territorio)

INIZIATIVE BRAND EQUITY - AZIONI B2C

I prodotti turistici della Lunigiana sui social media

Campagna comunicazione dei prodotti turistici della Lunigiana su media digitali e tradizionali

I prodotti della Lunigiana a fiere/workshop aperti pubblico

Kit espositivi di Ambito per eventi B2C

Realizzazione di brochure promozionali tematiche

Organizzazione di video promozionali dei prodotti della Lunigiana

Organizzazione Materiale Cartaceo della Lunigiana

INIZIATIVE BRAND EQUITY - AZIONI B2B

Organizzazione Cataloghi tematici commerciali dell'ambito

La Lunigiana alle Fiere B2B: TTG Rimini

*Eductour mercati su prodotti dell'ambito per Tour Operator
e Travel agent*

Open day rivolto ad insegnanti delle scuole

La Lunigiana a workshop e Borse:

BUY TUSCANY – BITAC

*Organizzazione in Lunigiana della Borsa del Turismo di
Comunità*





La DMC per l'Ambito Lunigiana

Il Raggruppamento Temporanea d'Impresa

AlterEco è una Cooperativa che opera da 24 anni nei settori del Marketing territoriale, comunicazione e consulenza per lo sviluppo locale; Turismo sostenibile, educazione ambientale. Lo staff è formato da esperti di turismo, comunicazione e marketing; biologi, geologi e naturalisti; guide ambientali escursioniste, educatori riconosciuti da Legambiente. È Tour operator/Travel Agent con i Brand LunigianaTravel e ToscoTravel.

Sigeric è una cooperativa formata da professionisti del turismo, guide turistiche e ambientali, nata per fornire servizi turistici di alto livello rivolti a turisti, scuole, aziende, agenzie di viaggio e Tour Operators, Enti e istituzioni pubbliche. Sigeric nasce da un'esperienza decennale nel campo del turismo, grazie alla quale crea un'offerta ampia e di grande qualità che risponda alle esigenze di ogni turista.

The Plus Planet (di Soc. Coop. Cristoforo) svolge la propria attività nell'ambito del turismo ed opera su tutto il territorio nazionale, 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.

Azioni DMC nel 2021

BUY TUSCANY - Lucca, ottobre 2021

Buyer Incontrati:

30 Nazionali

15 Internazionali

Tipologie di

Buyer:

Tour Operator

Agenzie Viaggi

Agenzie Eventi

Sharing Tuscany:

presentazione

della destinazione



Azioni DMC nel 2021

BITAC (Borsa Turismo Cooperativo e Associativo) **dicembre 2021**

Buyer Incontrati:

14 Nazionali
1 Internazionali

Tipologie di Buyer:

Tour Operator
CRAL
Turismo sociale

The screenshot shows the BITAC website banner. At the top left is the BITAC logo with the text 'Borsa italiana del turismo cooperativo e associativo'. To the right is the logo for 'la Borsa di Cooperative Italiane'. Below the logos is a navigation menu with 'BITAC', 'PREMIO BITAC', 'CONVEGNI', and 'INFO UTILI', along with social media icons for WhatsApp, Facebook, and Instagram. The main banner features a scenic landscape of rolling green hills and a small town. Overlaid on the landscape are text boxes: '25 novembre, Bergamo', '30 novembre, 1 e 2 dicembre - On line edition', and '2021'. At the bottom of the banner is a dark bar with the text 'Lontani dal turismo di massa, vicini alle persone.'

Azioni DMC nel 2021

**Educational Tour e Press Tour Lunigiana e Garfagnana -
Novembre 2021**

Coordinamento Animazione canali Social Ambito (FB, IG)

Creazione Landing Page Lunigiana.land

**Creazione articoli mensili su Visittuscany.com con
appuntamento ogni 12 del mese sui canali Social**

Revisione contenuti attrazioni su Visittuscany.com

**Animazione tavoli tematici PTO Bike, Bike Lunigiana,
Sentieri Lunigiana**

Creazione catalogo di presentazione della Lunigiana nei B2B

Lunigiana
Terra di confine,
natura infinita

Lunigiana Ambito
Turistico
Regionale



Regione Toscana



DESTINATION MANAGEMENT COMPANY

Le prime azioni della DMC nel 2022

- **Aggiornamento e stampa cartoguida Lunigiana**
- **Produzione e stampa cartoguida Cammini Lunigiana**
- **Produzione e stampa brochure promozionale Lunigiana**
- **Realizzazione video destinazione Lunigiana**
- **Incontri operatori presentazione PO 2022**
- **Programma LivingLab (co-progettazione con operatori) prodotti: Outdoor – Slow – passione enogastronomica**
- **Progetto ‘Patentino dell’ospitalità’**
- **Borsa del Turismo di Comunità in Toscana**

Azione DMC 2022 • Living Lab

Incontri di co-progettazione dei prodotti turistici

Perché siamo qui?

- 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.

Cominciamo a mettere in pratica queste idee con i living lab

Lo scopo 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.

Azione DMC 2022 • Programma Living Lab

26 Gennaio 2022,
ore 15

LIVING LAB PRODOTTO
ACTIVE TOURISM
(NATURA, OUTDOOR,
EVENTI SPORTIVI)



2 Febbraio 2022,
ore 15

LIVING LAB PRODOTTO
**PASSIONE
ENOGASTRONOMICA**
(SCOPERTA DEI VINI E
DEI SAPORI, WINE TOUR)



9 Febbraio 2022,
ore 15

LIVING LAB PRODOTTO
PRODOTTO SLOW
(SCOPERTA DEL
TERRITORIO, RELAX E
BENESSERE)



Altre azioni DMC 2022

formazione e informazione

Incontri informativi periodici con gli operatori di settore del territorio divisi per tipologia di offerta

Incontri formativi finalizzati al rilascio di un patentino dell'ospitalità, (tematiche: scenari, strategie, tendenze e mercati per il turismo del futuro; informazione e accoglienza turistica quali fattori determinanti lo sviluppo turistico; social network e pagine web degli operatori)

Supporto agli operatori locali per:

- costruzione di **prodotti**, offerte e proposte commerciali
- Iscrizione e pubblicazione offerte su **Make.visittuscany**

Altre azioni DMC 2022

Una Community interattiva on line

Uno strumento a disposizione di tutti i partner che consentirà di utilizzare le seguenti funzionalità:

Drive: Archivia qualsiasi tipo di file e accedi ovunque e in qualsiasi momento da computer desktop o da dispositivo mobile. Mantieni il controllo sulle modalità di condivisione.

Google Meet: Possibilità di organizzazione di riunioni video con 100 partecipanti

Google Chat: Dai messaggi diretti alle conversazioni di gruppo

Calendar: Dedica meno tempo alla pianificazione e più tempo a creare calendari condivisibili che si possono facilmente integrare con Gmail, Drive, Contatti e Meet.

Presentazioni: Crea e modifica presentazioni dall'aspetto professionale direttamente nel browser, senza scaricare alcun software

Grazie per l'attenzione

DMO



Alessandro Tortelli

DMC



Matteo Tollini



Powered by



SOCIETA' COOPERATIVA SOCIALE - ONLUS

Paolo Pestelli



Pierangelo Caponi