



PROPOSTA PROGETTUALE

Testo caricato sulla piattaforma Tuscany Together
secondo quanto previsto dall'avviso pubblicato sul BURT il 13 aprile 2022

Versione definitiva del 16/08/2022

INTRODUZIONE

L'ambito Costa degli Etruschi ha predisposto questa proposta progettuale partendo dal quadro strategico e dalle priorità di intervento già contenuti nel Destination Management Plan (DMP) approvato a dicembre 2019 con alcune integrazioni derivanti dall'esperienza di gestione dell'ambito accumulata negli ultimi tre anni. Infatti, i contenuti di quel DMP risultano ancora validi dato che i punti di forza e di debolezza della Costa degli Etruschi non sono cambiati in modo sostanziale alla prova della pandemia e il quadro strategico del DMP si può ritenere assolutamente valido essendo frutto di un approfondito lavoro di ricerca e confronto fra tutti i Comuni e con gli operatori privati. Dal confronto fra gli obiettivi strategici regionali con gli elementi contenuti nel DMP e con l'esperienza di governance 2019- 2021 dell'ambito, sono emersi gli obiettivi specifici della nostra proposta progettuale.

PARTE DESCRITTIVA DELLE AZIONI

AZIONE 1

COORDINAMENTO OFFERTA E COSTRUZIONE PRODOTTI TURISTICI

TIPOLOGIA DI INIZIATIVA AI SENSI DELL'AVVISO

Attività di coordinamento dell'offerta turistica in cui sono principalmente ricomprese le attività di sostegno alla costruzione di prodotti turistici, accoglienza e informazione turistica anche per stimolare il miglioramento dell'offerta turistica territoriale

OBIETTIVI STRATEGICI E DI GOVERNANCE

Questa azione rispetta gli obiettivi e le finalità previsti dalla Regione Toscana in quanto intende migliorare l'attrattività della destinazione Costa degli Etruschi ed aumentare l'allineamento tra la strategia di promozione turistica realizzata da TPT e le strategie territoriali di management dell'ambito così da favorire l'azione coordinata tra il livello regionale e quello territoriale.

OBIETTIVO SPECIFICO

Migliorare conoscenza offerta esistente su attrattori ed esperienze, aumentandone coordinamento e integrazione per ridurre la frammentazione dell'offerta e costruire prodotti turistici inseriti nelle politiche di promozione regionali e coerenti con le strategie di comunicazione regionali e di gestione dell'ambito, anche su periodi stagionali diversi dall'estate

DESCRIZIONE INIZIATIVA (testo integrato con i contenuti dei PDF allegati sulla piattaforma)

Questa azione costituisce **l'asse portante di tutta la proposta progettuale** dell'ambito Costa degli Etruschi ed assorbirà la maggior parte delle risorse finanziarie se il progetto sarà finanziato. Infatti, un efficace coordinamento dell'offerta turistica rivolto alla effettiva **costruzione di prodotti** vendibili che rappresentino e valorizzino pienamente la destinazione è l'unica azione che consentirà il pieno **consolidamento dell'economia turistica** del territorio, superando definitivamente lo status di destinazione balneare ed allungando in modo consistente la stagionalità grazie alla valorizzazione delle grandi potenzialità del territorio.

L'azione 1 intende proseguire il processo partecipativo realizzato dall'Ambito nel 2019 ed all'inizio del 2020 con il coinvolgimento in vari incontri e laboratori di circa 200 operatori privati, in rappresentanza di strutture ricettive, associazioni sportive, stabilimenti balneari, guide ed imprese di servizi vari, compresi alcuni incontri dedicati ai prodotti turistici prioritari: balneare, sportivo e outdoor, enogastronomico, culturale, wedding. Il **coordinamento dell'offerta** sarà svolto, garantendo la **massima trasparenza e partecipazione** di tutti gli operatori del territorio alle diverse iniziative, tramite l'implementazione di una struttura organizzativa aggiuntiva, la **Segreteria Tecnica**, composta dai seguenti soggetti che affiancheranno gli altri organismi di gestione dell'ambito già presenti nella realizzazione delle iniziative:

- **Coordinatore di ambito**, incaricato di supportare la gestione tecnico-operativa dell'ambito da parte della Conferenza dei Sindaci, del Comune Capofila e dell'Ufficio di Ambito in particolare sul coordinamento dell'offerta, dei GdL e nei rapporti con le agenzie regionali
- **Gruppi di lavoro (GdL) sui prodotti turistici** dotati di **tutor e coordinatori tecnici** incaricati della mappatura di servizi e imprese, del tutoring dei partecipanti ai GdL, dell'organizzazione delle iniziative di animazione territoriale, dello sviluppo di processi partecipativi per il coinvolgimento degli operatori privati nella costruzione dei prodotti turistici
- **DMC di ambito**, quale operatore commerciale di rappresentanza dell'ambito, individuato tramite gara, in supporto alle attività promozionali svolte da TPT, con il compito di collaborare alla costruzione dei prodotti turistici di destinazione ed attivarne la presentazione sul mercato prevalentemente B2B.

Al momento esistono già sei **Gruppi di Lavoro sui prodotti turistici** (GdL) con riferimento ai prodotti turistici prioritari per l'ambito, riferibili alle linee di prodotto individuate nel Piano Operativo 2021 dalla programmazione di TPT, salvo nuovi GdL che emergessero come necessari:

- GdL **Benessere e Borghi**, per le linee di prodotto Scoperta del territorio e Relax, Benessere e termale
- GdL **Enogastronomico** per la linea di prodotto Passione enogastronomica
- GdL **Sport e Outdoor** per le linee di prodotto Outdoor, Natura,
- GdL **Culturale** per le linee di prodotto Viaggi d'Arte ed Eventi
- GdL **Wedding** per la linea di prodotto Celebrazioni
- GdL **Balneare** per le linee di prodotto Famiglie, Divertimento e Nautica

Il **processo di coordinamento dell'offerta per la costruzione dei prodotti turistici** seguirà quattro fasi, descritte nella figura 1.2:

- 1) La prima fase sarà di **analisi** e si svolgerà tra **ottobre 2022 e gennaio 2023** studiando i trend di mercato e le caratteristiche dei flussi turistici sul territorio, verificando i servizi e le infrastrutture, oltre al completamento della mappatura delle imprese dei servizi associazioni ed enti, già iniziata per i GdL sport ed enogastronomico, al fine di organizzare la filiera per ciascuna linea di prodotto;

- 2) La seconda fase sarà di **progettazione** e si svolgerà tra **novembre 2022 e marzo 2023** durante la quale saranno organizzati incontri dei GdL per coinvolgere gli operatori nell'individuazione degli obiettivi prioritari, dei fattori specifici dell'offerta e delle idee di prodotto alla luce dei risultati della fase di analisi, anche invitando operatori esperti in ciascun segmento di mercato, a partire dalla lista dei 29 prodotti già individuati nel piano operativo 2021, illustrati nella successiva tabella 1.1;
- 3) La terza fase sarà di **costruzione** e partirà a **gennaio 2023** per proseguire **fino al termine del progetto** aggregando l'offerta esistente, anche con l'ausilio di strumenti digitali dedicati, in prodotti collocabili sul mercato, con incontri tematici dei GdL in forma di living lab ma anche open day rivolti agli operatori del territorio per favorire la conoscenza reciproca e per fare incontrare domanda e offerta interna di servizi turistici così da indurre la definizione di prodotti specifici di diverse tipologie, conformi alle normative vigenti e vendibili, corredati da materiali informativi;
- 4) La quarta fase sarà quella di **attivazione della DMC di ambito** e inizierà tra **marzo e maggio 2023** con l'avvio della gara per la individuazione della DMC quale operatore commerciale di rappresentanza dell'ambito che dovrà agire in supporto alle attività promozionali svolte da TPT (workshop e fiere, accoglienza sul territorio, ecc) per proseguire fino a fine progetto con la costruzione dei prodotti turistici di destinazione e la loro presentazione al mercato B2B, oltre a collaborare alla realizzazione di tutti gli strumenti di informazione sui prodotti, con possibili azioni di profilazione dei target di mercato.

Si prevede il completamento delle prime tre fasi entro aprile 2023 e l'individuazione della DMC entro giugno 2023 per l'avvio della quarta fase. Questo **processo di costruzione dei prodotti turistici** ha un carattere **ciclico** quindi dopo le prime iniziative della DMC sul mercato l'ambito riprenderà l'attività di analisi dei risultati per l'eventuale revisione seguendo lo stesso percorso, come descritto dalla figura 1.2.

Per quanto riguarda la costruzione dei prodotti si procederà su **due livelli separati** corrispondenti a **due diverse tipologie di prodotti**:

- I. Il **primo livello** riguarda i prodotti commercializzabili direttamente dagli operatori del settore ricettivo acquistando per i loro clienti vari servizi turistici accessori ai sensi della normativa regionale (L.R.86/2016). Questi prodotti sono usualmente orientati al mercato BtoC ma richiedono un adeguato supporto da parte dell'ambito per migliorare le caratteristiche dei singoli servizi incorporati nei prodotti, tramite una generale condivisione della qualità necessaria e del rispetto della normativa vigente, ma soprattutto per creare una conoscenza diffusa di tutti i servizi esistenti e delle esperienze che possono essere offerte ai turisti da parte delle strutture ricettive del territorio;
- II. Il **secondo livello** riguarda i prodotti vendibili solo da AdV e T.O. in quanto combinano vari tipi di servizi (trasporto, ricettivo, esperienze, ecc) e quindi rientrano nella normativa sui pacchetti turistici (All. 1 D.L. 79/2011). Nel caso della Costa degli Etruschi, questi prodotti sono prevalentemente orientati al mercato BtoB e richiedono da parte dell'ambito un lavoro accurato di coordinamento degli operatori commerciali che li costruiscono al fine di garantire il giusto collocamento sul mercato in coerenza con le strategie dell'ambito, compreso un controllo sulle modalità di selezione dei singoli componenti del prodotto al fine di evitare contrapposizioni e conflitti fra gli operatori del territorio. Su questo livello sarà centrale il ruolo della DMC con i prodotti di destinazione.

Su entrambi i livelli, l'attività di coordinamento e monitoraggio dell'ambito dovrà **favorire la costruzione di prodotti turistici coerenti con le politiche regionali**, con le tematiche e le linee di prodotto inserite nel piano operativo. Altro aspetto rilevante è la coerenza di tali prodotti con le **strategie di comunicazione sia regionali che dell'ambito**, nelle quali coinvolgere quelle dei soggetti privati partecipanti ai prodotti.

Al fine di poter commercializzare i prodotti turistici del **secondo livello** in modo efficace e controllato si provvederà ad **individuare una DMC** di ambito tramite una procedura di gara rivolta a soggetti specializzati con il requisito di rappresentare in modo significativo l'offerta territoriale.

Al soggetto vincitore della gara sarà assegnata la costruzione e la presentazione al mercato dei "**prodotti di destinazione**" cioè quelli inseriti nei piani operativi dell'ambito e nelle iniziative organizzate da TPT, prevalentemente sul mercato BtoB, a cui l'ambito parteciperà.

In sintesi, le **attività principali comuni a tutti i prodotti turistici** che saranno svolte sono le seguenti:

- coordinamento generale dell'offerta dell'ambito e con TPT e FST su tutte le iniziative di promozione e comunicazione
- coinvolgimento degli operatori privati nei GdL per ciascun prodotto turistico da attuare con varie forme di partecipazione (living lab, tutoring, coaching, seminari/webinar con esperti del settore, ecc)
- completamento delle mappature di imprese, associazioni ed enti, dei servizi e di altre caratteristiche rilevanti per l'offerta turistica
- costruzione database operatori e servizi per ogni GdL prodotto, comprensivi, ove possibile, di prezzi e condizioni commerciali
- coordinamento tecnico per la progettazione e la costruzione dei prodotti turistici con gli operatori privati
- incontri fra gli operatori del territorio in forma di open day per connettere la filiera dei servizi per ciascun prodotto
- analisi delle esigenze di supporti informativi sui prodotti sia digitali che cartacei
- individuazione di T.O. locali e successivamente di una DMC di ambito, tramite gara, per la presentazione al mercato dei prodotti di destinazione e per l'attività di supporto a TPT in occasione di workshop, fiere ed altri eventi e per accoglienza buyers e giornalisti sul territorio

Nella tabella successiva sono descritte, in modo sintetico, le **azioni specifiche previste per ogni GdL** sui prodotti turistici.

GdL	SINTESI AZIONI SPECIFICHE
Balneare	<p>completare la mappatura spiagge libere e attrezzate, avviata nel 2020, compresi i servizi connessi</p> <p>aumentare delle attività ludico-sportive acquatiche (es. diving, snorkeling, SUP) e delle attività in barca, comprese le mini-crociere verso l'Arcipelago toscano, e le escursioni nei borghi collinari</p> <p>valorizzare posizione strategica rispetto all'aeroporto di Pisa per raggiungere mercati poco sviluppati</p>
Sport/Outdoor	<p>completare la mappatura imprese, associazioni sportive, eventi, ecc effettuata nel corso del 2020</p> <p>completare la mappatura dei percorsi avviata nel 2020-2021 anche per compilazione piattaforma PTO Bike</p> <p>programmare eventi sportivi in un calendario di ambito condiviso che valorizzi le discipline più adatte all'ambito e consenta lo sviluppo di prodotti di primo livello a tutti gli operatori in modo autonomo</p> <p>espandere i target della domanda potenziale e combinare l'offerta con altri prodotti turistici tematici, in particolare l'enogastronomico e il culturale</p>
Enogastronomico	<p>completare la mappatura aziende agricole e artigiani alimentari effettuata nel corso del 2021</p> <p>programmare attività in linea con il progetto regionale Vetrina Toscana con particolare riferimento alla programmazione di eventi e al supporto delle imprese locali per l'adesione al protocollo, con valorizzazione dei prodotti nelle strutture ricettive</p> <p>espandere l'offerta di esperienze attive per i turisti, sensoriali ed emozionali, e corsi di cucina o di preparazione alimenti</p> <p>coinvolgere tutti i soggetti (associazioni dei produttori e dei commercianti, Strada del vino, Consorzi di tutela, ecc)</p> <p>espandere i target della domanda potenziale e combinare l'offerta con altri prodotti turistici tematici, in particolare lo sportivo (bike in primis ma anche sport in mare, hiking e trekking) ed il culturale</p>
Wedding	<p>mappare tutte le location e le strutture, divise per tipologie, e inserimento nei database regionali gestiti dal Convention Bureau di Firenze e dal progetto Tuscany for Weddings</p> <p>mettere a punto regolamenti comunali, ove mancanti o incompleti, secondo un format condiviso dall'ambito</p> <p>combinare l'offerta con altri prodotti turistici tematici, in particolare enogastronomico, benessere, outdoor e culturale</p>
Culturale	<p>mappare tutti i siti culturali presenti ed aggiornamento degli strumenti informativi di ambito</p> <p>prevedere un percorso di miglioramento delle competenze per addetti IAT ed operatori privati</p> <p>definire una convenzione per i biglietti di ingresso fra i poli culturali e museali a livello di ambito</p> <p>programmare in anticipo gli eventi per consentire sviluppo prodotti di primo livello a tutti gli operatori in modo autonomo</p> <p>sviluppare prodotti ed eventi su tre tematiche specifiche: Etruschi, Fortezze Medicee e degli Appiani, Eventi contemporanei</p>
Benessere e Borghi	<p>ampliare offerta esperienze sul benessere oltre il termale tradizionale (ad es. progetto del silenzio)</p> <p>sviluppare accoglienza diffusa nei borghi e dotazioni per smartworking</p> <p>espandere i target della domanda potenziale e combinare l'offerta con altri prodotti turistici tematici, in particolare enogastronomico, outdoor e culturale</p>

FIGURA 1.2

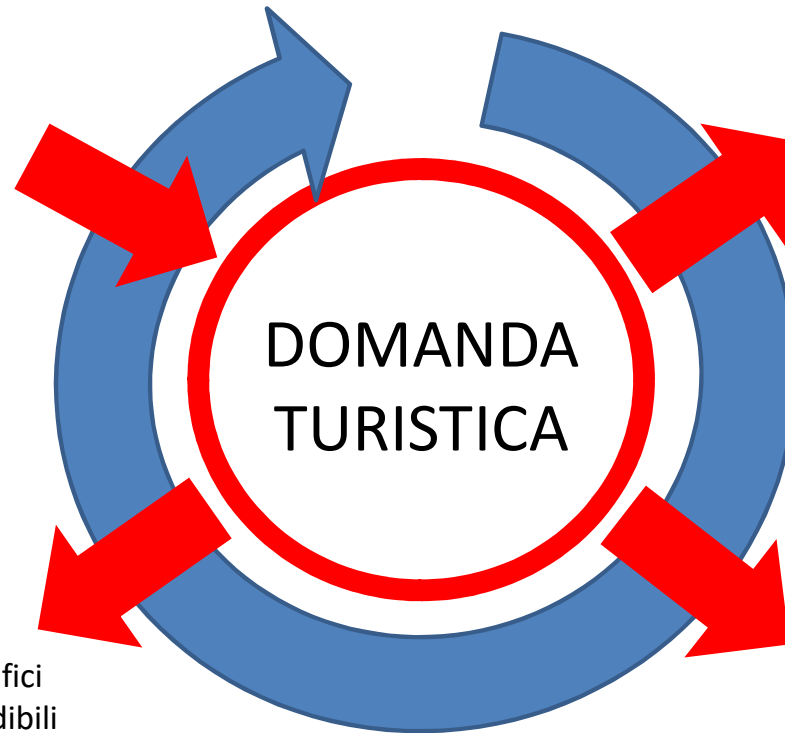
Percorso di costruzione dei prodotti turistici dell'Ambito Costa degli Etruschi

ATTIVAZIONE DMC

Gara per incarico a DMC
per supporto a TPT:
Prodotti di destinazione
Workshop e fiere BtoB
Rapporti con i Buyers
Accoglienza sul territorio
Profilazione

COSTRUZIONE

Aggregazione e tutoring
operatori
Organizzazione servizi
Definizione prodotti specifici
Costruzione prodotti vendibili
Materiali informativi
Strumenti digitali dedicati



ANALISI

Mappatura offerta
Trend di mercato
Mappatura flussi
Verifica risorse turistiche
Verifica servizi pubblici e
infrastrutture
Verifica risultati della
DMC

PROGETTAZIONE

Fattori specifici offerta
Obiettivi prioritari
Coinvolgimento
operatori
Definizione aree
tematiche
Idee prodotto

MODALITA' RAGGIUNGIMENTO OBIETTIVO

Fra i cambiamenti indotti dall'azione per raggiungere il suo obiettivo specifico possiamo individuare:

- il completamento di analisi della domanda e dell'offerta in grado di supportare l'azione successiva dell'ambito tramite una migliore conoscenza
- la riduzione della frammentazione dell'offerta tramite un maggiore coinvolgimento degli operatori privati nei prodotti turistici
- l'allargamento dell'offerta organizzata dagli operatori con prodotti tematici per vari segmenti di mercato e periodi stagionali
- aumento partecipazione dell'ambito, direttamente e tramite la DMC, in supporto alle iniziative di promozione di TPT

SOGGETTO RESPONSABILE

Segreteria Tecnica

RISULTATI

Fra i prodotti dell'azione, sia intermedi che finali, possiamo individuare:

- Completamento database operatori dell'offerta completi, divisi per prodotti turistici
- Completamento analisi dei fattori specifici dell'offerta e degli elementi della domanda di maggiore interesse per l'ambito
- Aumento prodotti turistici costruiti durante lo svolgimento dell'azione
- Aumento prodotti turistici commercializzati dagli operatori del territorio e dalla DMC

Fra i risultati finali dell'azione, destinati a prolungarsi oltre il progetto, possiamo individuare:

- Maggiore efficacia delle modalità di coinvolgimento degli operatori
- Aumento degli operatori che partecipano alla costruzione di prodotti venduti sul mercato o che li commercializzano
- Aumento prodotti ed offerte dell'ambito negli eventi, nelle piattaforme digitali e nei materiali informativi e promozionali regionali
- Crescente coerenza fra le politiche di promozione regionali e le strategie di gestione dell'ambito

CATEGORIA INIZIATIVA: Azioni di sistema / Coordinamento e organizzazione

COSTI TOTALI PREVISTI / DESCRIZIONE SPESE PREVISTE / FONTI FINANZIARIE

Vedere Quadro finanziario finale

ANNUALITA' PREVISTE PER L'ATTUAZIONE

inizio 2022, fine 2024

AZIONE 2

REDAZIONE LOCALE DIFFUSA

TIPOLOGIA DI INIZIATIVA AI SENSI DELL'AVVISO

Recupero nell'ambito territoriale delle informazioni relative all'offerta turistica per la loro rappresentazione sul portale regionale con particolare attenzione alla segmentazione della domanda

OBIETTIVI STRATEGICI E DI GOVERNANCE

Questa azione rispetta gli obiettivi e le finalità previsti dalla Regione Toscana in quanto intende migliorare l'attrattività della destinazione Costa degli Etruschi ed aumentare l'allineamento tra la strategia di promozione turistica realizzata da TPT e le strategie territoriali di management dell'ambito tramite l'aumento di contenuti informativi a livello territoriale utilizzabili a fini promozionali a livello regionale.

OBIETTIVO SPECIFICO

Migliorare coinvolgimento dei soggetti pubblici o gestori di IAT e siti pubblici di interesse turistico in una rete organizzata per la raccolta e l'elaborazione di contenuti informativi sugli attrattori del territorio e sull'offerta turistica, da rappresentare sui canali di comunicazione regionali in funzione dei diversi prodotti turistici organizzati dalla destinazione

DESCRIZIONE INIZIATIVA (testo integrato con i contenuti dei PDF allegati sulla piattaforma)

Questa azione vuole **rafforzare il sistema di raccolta ed elaborazione delle informazioni sul territorio**, attualmente composto dai soli uffici IAT, tramite l'allargamento ad altre fonti informative con un coordinamento affidato ad una **redazione centrale** giornalistica centrale che elabori i **contenuti da caricare sul portale regionale Visittuscany** in funzione delle tematiche e dei diversi segmenti di domanda, utilizzati dal portale, aumentando il contenuto informativo ed emozionale dei contenuti sulla Costa degli Etruschi.

In questi anni, infatti, le modifiche e le integrazioni dei contenuti sul portale regionale sono state limitate sia da parte degli soggetti pubblici che degli operatori privati, nonostante varie attività di sensibilizzazione.

Le attività principali di questa azione sono le seguenti:

- a) **mappatura** dei soggetti da inserire nella rete della redazione diffusa che generano informazioni rilevanti per l'ambito
- b) **costituzione della Redazione centrale** composta da giornalisti esperti che sarà incaricata della **costruzione e gestione** della redazione locale diffusa, composta dalla rete dei soggetti individuati in fase di mappatura
- c) **sensibilizzazione e informazione** dei soggetti della rete per organizzare la raccolta di informazioni sull'offerta
- d) **realizzazione della piattaforma intranet** per gestire il backoffice della redazione ed il database delle informazioni fornite dalla rete diffusa

- e) **attivazione della rete** tramite la piattaforma intranet dedicata ed eventuali altri strumenti digitali (chat, cloud, ecc) per gestire i flussi informativi nel backoffice della redazione centrale
- f) **analisi e redazione dei contenuti**, a partire dalle informazioni raccolte, e loro **caricamento sul portale regionale**, coerentemente con le strategie di ambito e con la struttura tematica del portale regionale, con particolare attenzione alla segmentazione della domanda
- g) **sperimentazione interoperabilità/trasferimento** informazioni dalla piattaforma intranet della redazione su MAKE-IAT e su MAKE per caricamento su Visittuscany (ad es. via API/upload file testo) e relativa sincronizzazione se possibile

Le fasi temporali di lavoro di questa azione sono le seguenti:

1. **mappatura** dei soggetti da includere e costruzione della rete della redazione, con la messa a punto delle regole di funzionamento e degli strumenti per il back office (piattaforma intranet, chat, ecc) da concludere **entro febbraio 2023**
2. avvio della **raccolta di informazioni, elaborazione e caricamento** dei contenuti sui canali regionali **durante il 2023**
3. **analisi** dell'attività svolta, a partire **da novembre 2023**, e messa a regime del funzionamento della rete e degli strumenti per il back office
4. **avvio a regime** della redazione locale diffusa **nel 2024** con valutazione dei risultati e delle modalità per la prosecuzione dell'attività

Considerate le funzioni e la numerosità dei nodi della rete redazionale sopra descritta, è fondamentale individuare uno strumento informatico per la gestione delle informazioni generate dai partecipanti, affiancata da strumenti agili di comunicazione e stoccaggio dati (chat, cloud, drive, ecc). Quindi, si prevede la costruzione di una **piattaforma informatica ad hoc** come **intranet della redazione**, derivata dalla IATNET24 già in uso presso gli uffici IAT ma limitata alle sole schede di gestione dei seguenti contenuti di interesse turistico cioè:

- eventi rivolti e/o aperti ai turisti
- esperienze gratuite o a pagamento per i turisti
- contenuti informativi su attrattori/attività di interesse turistico

Ogni contenuto sarà caricato tramite una **maschera di inserimento facilitata** così da costituire un database strutturato da cui sia facile per la redazione centrale scegliere i contenuti rilevanti da utilizzare per popolare i canali di comunicazione regionali, possibilmente tramite procedure informatiche che evitino la ri-digitazione (ad es. API) e favoriscano la sincronizzazione online.

La piattaforma deve essere facilmente accessibile da qualunque tipologia di dispositivo, in base al livello di partecipazione dei diversi soggetti. Si deve ottenere anche la massima semplicità di utilizzo e di compilazione. La sicurezza dell'ambiente di lavoro deve essere assicurata da credenziali univoche di accesso per ciascun utilizzatore e da un ambiente di lavoro garantito dal gestore informatico, altrimenti si rischia una bassa partecipazione.

La redazione diffusa sarà strutturata su **2 livelli organizzativi** e su **3 livelli di partecipazione**.

I due livelli **organizzativi** sono:

- **Redazione centrale**, composta da un gruppo di giornalisti esperte, affiancate dal coordinatore di ambito e da un fornitore di servizi informatici, con funzione di coordinamento della rete, analisi, elaborazione e restituzione delle informazioni raccolte dalla rete diffusa sui canali regionali e locali, e di redazione dei contenuti informativi e degli eventuali contenuti emozionali derivati dalle informazioni veicolate dalla rete
- **Redazione diffusa**, composta dai vari tipi di partecipanti, con funzione di raccolta delle informazioni per il proprio territorio/attività di competenza e di inserimento delle informazioni sulla piattaforma/database della rete in modo chiaro e completo

I 3 livelli di **partecipazione** alla redazione diffusa sono in funzione della tipologia di soggetti intesi come "nodi" del network della redazione diffusa sul territorio:

1. **primo livello** dedicato agli uffici IAT ed ai Comuni dell'ambito, rappresentati dal proprio ufficio stampa o da un altro ufficio interno (ad es. URP), con funzioni di nodi "principali" della rete cioè addetti alla raccolta delle informazioni sul proprio territorio per tutte le categorie di interesse turistico (eventi, esperienze, contenuti informativi, contenuti emozionali) con la partecipazione di un numero di soggetti stimato in circa 65 partecipanti (2 addetti per i 25 uffici IAT e un addetto per i 15 Comuni)
2. **secondo livello** riservato ai gestori dei siti di interesse pubblico quali musei, siti archeologici o naturalistici, ecc, con funzione di nodi "specifici" per le informazioni riguardanti le loro attività ma con funzione di controllo ed aggiornamento continuo per quanto li riguarda con la partecipazione di un numero di soggetti stimato in circa 30 partecipanti fra gli addetti dei vari gestori siti di pubblico interesse
3. **terzo livello** dedicato al coinvolgimento degli operatori privati, considerati nodi "secondari" in quanto caratterizzati dalla totale volontarietà della partecipazione alla rete della redazione locale per le sole informazioni che riguardano la loro attività, con una partecipazione alla rete tramite una funzione dedicata della piattaforma collaborativa, descritta nell'azione 3, al fine di partecipare alla rete di informazione ed accoglienza diffusa sul territorio come previsto dall'azione 5; si possono immaginare varie centinaia di operatori che potrebbero partecipare ma dato il diverso ruolo ed il fatto che il canale di inserimento sarà gestito dalla piattaforma collaborativa descritta nell'azione 3, il numero dei partecipanti non costituisce un fattore limitante per il funzionamento della rete redazionale

MODALITA' RAGGIUNGIMENTO OBIETTIVO

Fra i cambiamenti indotti dall'azione per raggiungere il suo obiettivo specifico possiamo individuare:

- il completamento di strumenti di gestione della raccolta di informazioni sul territorio e per la loro elaborazione
- l'aumento delle fonti informative grazie al maggiore coinvolgimento dei gestori di siti di interesse pubblico e degli operatori privati
- la crescente coerenza fra i contenuti editoriali dell'ambito ed i prodotti e criteri utilizzati dalle azioni di promozione regionali

SOGGETTO RESPONSABILE

Redazione Centrale

RISULTATI

Fra i prodotti dell'azione, sia intermedi che finali, possiamo individuare:

- Completamento mappatura dei soggetti che generano informazioni e contenuti di interesse turistico
- Aumento quantità e qualità dei contenuti sull'ambito presenti nel portale regionale
- Completamento piattaforma informatica per la gestione della redazione dell'ambito
- Miglioramento del processo di raccolta informazioni per elaborare nuovi contenuti da caricare sul portale regionale

Fra i risultati finali dell'azione, destinati a prolungarsi oltre il progetto, possiamo individuare:

- Aumento degli enti e degli operatori che partecipano alla generazione dei flussi informativi ed alla costruzione di nuovi contenuti informativi
- Maggiore efficacia delle modalità di coinvolgimento degli operatori nella redazione diffusa

CATEGORIA INIZIATIVA: Azioni di sistema / Coordinamento e organizzazione

COSTI TOTALI PREVISTI / DESCRIZIONE SPESE PREVISTE / FONTI FINANZIARIE

Vedere Quadro finanziario finale

ANNUALITA' PREVISTE PER L'ATTUAZIONE

inizio 2022, fine 2024

AZIONE 3

COMMUNITY DELL'AMBITO

TIPOLOGIA DI INIZIATIVA AI SENSI DELL'AVVISO

Servizi di animazione territoriale in relazione alla cura e cultura dell'ospitalità

OBIETTIVI STRATEGICI E DI GOVERNANCE

Questa azione rispetta gli obiettivi e le finalità previsti dalla Regione Toscana in quanto intende migliorare la capacità di accoglienza della destinazione Costa degli Etruschi grazie ad un maggiore coordinamento delle politiche turistiche a tutti i livelli, favorendo la partecipazione e il confronto fra gli operatori a livello territoriale e lo scambio di informazioni e strumenti con il livello regionale.

OBIETTIVO SPECIFICO

Migliorare il confronto e la coesione fra i vari attori dell'ambito per favorire lo scambio di opinioni, conoscenze e competenze al fine di sviluppare la cultura dell'accoglienza e dell'ospitalità, anche migliorando la professionalità degli addetti

DESCRIZIONE INIZIATIVA (testo integrato con i contenuti dei PDF allegati sulla piattaforma)

Nel 2020 e nel 2021 l'ambito aveva sviluppato la **piattaforma digitale www.makecostadeglietruschi.it** per facilitare le discussioni fra gli attori locali su un forum organizzato, diviso per prodotti turistici, e garantire un archivio online contenente gli atti ufficiali dell'ambito, materiali informativi sul territorio e i prodotti turistici, video e foto, oltre alle registrazioni delle conferenze online a cui avevano partecipato gli operatori privati. Questa attività era stata concepita per riuscire a gestire il coordinamento di una offerta assai ampia che vede oltre 900 strutture ricettive, senza contare i gestori di appartamenti, e di centinaia di soggetti che offrono servizi ed esperienze ai turisti.

Un tale strumento per la gestione dei gruppi di lavoro degli ambiti era previsto anche dalle linee guida di TPT "Tuscany Together" dove si cita espressamente la possibilità di aprire una dashboard di "collaborative destination management" su piattaforme dedicate.

Questo primo tentativo attuato dall'ambito ha mostrato le **difficoltà di sviluppare uno strumento** semplice, flessibile, sicuro ed efficace che possa entrare nella quotidianità della maggior parte degli operatori. Ma si è anche dimostrato quanto sia essenziale avere un contesto collaborativo funzionale, gestibile tramite un approccio efficace ed uno strumento informatico senza i quali non è possibile gestire i contatti e lo scambio di opinioni e conoscenze di una così ampia platea di soggetti che vanno a comporre l'offerta turistica dell'ambito.

In sintesi, è fondamentale per il consolidamento dell'ambito raggruppare l'offerta all'interno di una vera e propria **community dell'ambito** nella quale sviluppare il confronto e la coesione fra i vari attori per favorire lo scambio di opinioni, conoscenze e competenze, sotto il **coordinamento della Segreteria Tecnica** dell'ambito, per riuscire a sviluppare nel tempo la cultura dell'accoglienza e dell'ospitalità intorno ad una identità condivisa della destinazione.

Le attività principali di questa azione sono le seguenti:

- realizzazione e gestione di una **piattaforma collaborativa informatica**
- costruzione di un **forum permanente** con gli operatori dedicato alla crescita della cura e cultura dell'ospitalità
- svolgimento di varie attività di **animazione territoriale** (seminari / living lab / open day sull'ospitalità)
- coordinamento delle iniziative di **sensibilizzazione e miglioramento delle competenze** per le imprese attraverso la definizione di un calendario stagionale delle iniziative dell'ambito rivolte alle varie tipologie di stakeholders
- **monitoraggio** condiviso sul territorio dei servizi pubblici rilevanti per l'ospitalità e l'accoglienza

Lo strumento fondamentale di questa azione è una piattaforma collaborativa che consenta di svolgere in modo sicuro e flessibile le seguenti **funzioni di coordinamento e animazione territoriale** dell'offerta volte al miglioramento dell'ospitalità:

- a) fornire informazioni generali sulle attività dell'ambito (news, ecc)
- b) fornire informazioni utili per partecipare alle attività di comunicazione e promozione regionali, singolarmente o in collaborazione con l'ambito (ad es. offerte su Visittuscany, campagne di comunicazione, ecc)
- c) restituire materiali su incontri e riunioni (ad es. living lab online e in presenza) svolte dall'ambito con gli operatori così come i verbali delle riunioni ufficiali degli amministratori
- d) mettere a disposizione informazioni dettagliate sui fornitori di servizi accessori ed esperienze sul territorio (sport, food&wine, benessere, ecc) raccolte tramite le mappature dettagliate dei servizi presenti sul territorio previste dall'azione 1
- e) segnalare prontamente eventuali disservizi pubblici con ricadute sulla qualità dell'accoglienza per la destinazione
- f) mettere a disposizione i materiali visivi realizzati dall'ambito (logo, foto, video, mappe, depliant e brochure digitali, ecc), previsti dall'azione 5, consentendo il rispetto di regole sui marchi e l'identità visiva fissate dall'ambito
- g) coordinare i gruppi di lavoro per la progettazione e la costruzione dei prodotti tramite chat o forum permanenti, messaggistica dedicata per aree/prodotti d'interesse, aggiornamento costante delle informazioni
- h) favorire la partecipazione e l'engagement degli operatori nella definizione dei contenuti editoriali

La piattaforma potrebbe essere strutturata su **2 livelli di partecipazione**, scelti dall'operatore:

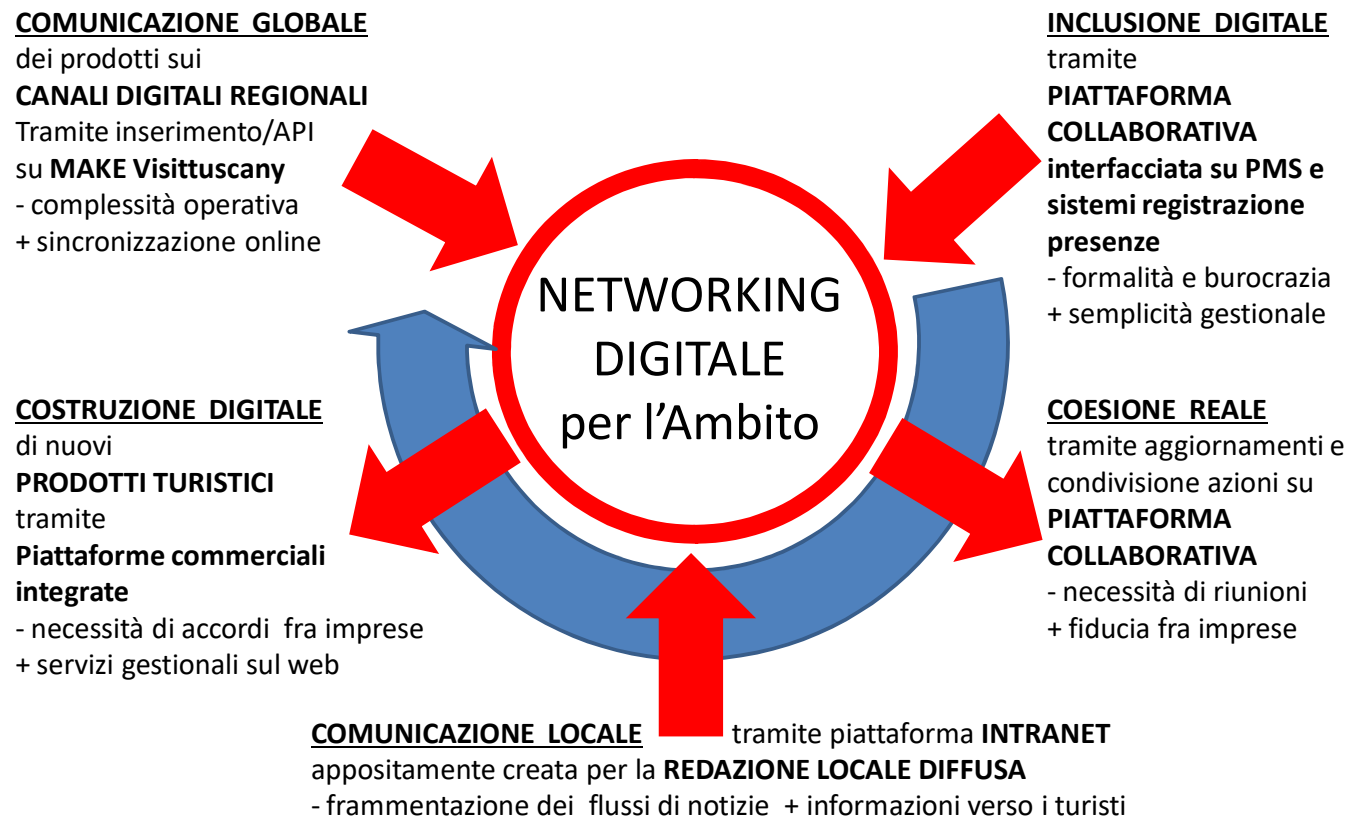
1. primo livello "**informativo**" con coinvolgimento passivo degli operatori, limitato alle funzioni a, b, c
2. secondo livello "**collaborativo**" con coinvolgimento attivo degli operatori per funzioni più evolute in aggiunta a quelle del precedente livello cioè d, e, f, g e h

Per renderla uno **strumento quotidiano** di lavoro per gli operatori, la piattaforma dovrebbe essere accessibile tramite pulsante dalla pagina iniziale del sistema di registrazione delle presenze utilizzato da tutte le strutture ricettive della Provincia di Livorno (WEB CHECK IN della società Connectis Srl) che colleghi ad una dashboard che esponga le funzioni viste sopra, in base al livello di partecipazione scelto. La sicurezza dell'ambiente di lavoro e la sua facilità di accesso sarebbero così assicurate dalle credenziali del sistema di registrazione delle presenze, oltre

all'evidente vantaggio di assicurarsi la visibilità a tutti gli operatori ricettivi dell'ambito. Si deve anche assicurare la massima facilità di utilizzo, con una dashboard chiara e funzionalità pratiche e, dove possibile, personalizzabili ad es. selezionando tramite filtri le aree di interesse. Il principio fondante della creazione ed animazione della community dell'ambito è il "**networking digitale**" tramite l'utilizzo di strumenti informatici per una inclusione più semplice ed efficace degli operatori turistici, rappresentato schematicamente nella successiva figura 3.1 e che si collega anche alle attività dell'azione 2 sulla redazione locale diffusa.

FIGURA 3.1

Networking digitale e strumenti informatici per l'inclusione degli operatori turistici



MODALITA' RAGGIUNGIMENTO OBIETTIVO

Fra i cambiamenti indotti dall'azione per raggiungere il suo obiettivo specifico possiamo individuare:

- il completamento di strumenti digitali di scambio conoscenze e collaborazione fra gli stakeholders dell'ambito
- l'allargamento della rete di soggetti coinvolti nelle scelte sullo sviluppo della destinazione
- la crescente partecipazione degli operatori alle iniziative organizzate dall'ambito ed alle campagne di promozione regionali

SOGGETTO RESPONSABILE

Segreteria Tecnica

RISULTATI

Fra i prodotti dell'azione, sia intermedi che finali, possiamo individuare:

- Completamento della piattaforma collaborativa
- Maggiore conoscenza degli operatori sulle azioni dell'ambito
- Aumento degli operatori privati che utilizzano i supporti e materiali realizzati dall'ambito

Fra i risultati finali dell'azione, destinati a prolungarsi oltre il progetto, possiamo individuare:

- Aumento dello scambio di opinioni e conoscenze fra gli operatori
- Aumento delle scelte condivise fra settore pubblico e imprese private nei processi decisionali di gestione della destinazione

CATEGORIA INIZIATIVA: Animazione territoriale

COSTI TOTALI PREVISTI / DESCRIZIONE SPESE PREVISTE / FONTI FINANZIARIE

Vedere Quadro finanziario finale

ANNUALITA' PREVISTE PER L'ATTUAZIONE

inizio 2022, fine 2024

AZIONE 4

MIGLIORAMENTO ATTRATTIVITA' ED OSPITALITA'

TIPOLOGIA DI INIZIATIVA AI SENSI DELL'AVVISO

Attività di miglioramento dell'attrattività e dell'ospitalità svolta dagli Ambiti territoriali con particolare attenzione alla innovazione tecnologica

OBIETTIVI STRATEGICI E DI GOVERNANCE

Questa azione rispetta gli obiettivi e le finalità previsti dalla Regione Toscana in quanto intende migliorare l'attrattività della destinazione Costa degli Etruschi ed aumentare l'allineamento tra la strategia di promozione turistica realizzata da TPT e le strategie territoriali di management dell'ambito tramite il miglioramento della gestione a livello di destinazione delle risorse turistiche.

OBIETTIVO SPECIFICO

Migliorare governance territoriale di eventi, mobilità, ambiente integrando azioni dei vari enti pubblici ed utilizzando strumenti digitali per migliorare l'accesso, la fruizione e la prenotazione dei servizi da parte dei turisti

DESCRIZIONE INIZIATIVA (testo integrato con i contenuti dei PDF allegati sulla piattaforma)

Il miglioramento dell'attrattività e dell'ospitalità della destinazione sono sicuramente attività fondamentali per ogni territorio che voglia competere attivamente sul mercato turistico nazionale e internazionale.

Dalla sua costituzione l'ambito Costa degli Etruschi ha visto **creocere la richiesta dal settore turistico di coordinare la programmazione a livello sovracomunale** non solo per l'informazione turistica ma soprattutto per **l'organizzazione di servizi pubblici** e per la **qualificazione generale dell'offerta di destinazione** su eventi, itinerari, servizi di trasporto, ecc.

Nella fase di start up dell'ambito fra le 25 azioni condivise fra Comuni ed operatori privati, le priorità assegnate a tali azioni durante i seminari per la co-progettazione dei prodotti turistici fecero **emergere chiaramente la richiesta di maggiore coordinamento sovracomunale** su aspetti di competenza degli enti pubblici, non solo dei Comuni.

Come si vede nelle tabelle successive 4.1 e 4.2, le priorità indicate dagli operatori furono assegnate alla programmazione degli **eventi**, alla **mobilità** sul territorio, soprattutto per la rete di itinerari ed i trasporti pubblici, ed alla **cura del territorio e dell'ambiente**.

Questi aspetti, caratterizzati dalla massima priorità, devono essere **oggetto di un'azione specifica** dedicata al loro miglioramento che comprenda le seguenti attività:

- a) redazione di **piani di miglioramento** a cura del coordinatore di ambito in collaborazione con i vari enti pubblici attivi sui diversi aspetti, come gli uffici provinciali e regionali, le società in-house e gli enti pubblici, dedicati ad identificare le priorità di intervento e, se possibile, le soluzioni per migliorare l'attrattività della destinazione, in particolare su:

- **integrazione dei servizi di trasporto e mobilità per i turisti**, a partire da iniziative esistenti come il PUMS di area vasta, in corso di definizione da parte degli uffici provinciali competenti sul TPL, e confrontandosi con i soggetti privati attivi nel trasporto pubblico sia collettivo che individuale,
 - **cura del territorio e sostenibilità ambientale** in collaborazione con progetti di ricerca e di intervento attuati dai vari soggetti locali e regionali, ad esempio sulla gestione delle risorse idriche, sulla gestione dei rifiuti, sulla difesa dall'erosione costiera e sulla tutela degli ecosistemi locali, peraltro in linea con molti trend di mercato che vedono aumentare le motivazioni di scelta della destinazione turistica in base al rispetto dimostrato per l'ambiente;
 - **integrazione della rete dei percorsi ed itinerari** stradali e fuoristrada (per la bici, a piedi ed a cavallo) e sua collocazione nei progetti regionali, come l'Atlante dei Cammini per i cammini locali in fase di realizzazione, o il progetto della ciclopista tirrenica e il PTO Bike, da attuarsi in sinergia con le azioni previste dall'azione 1
- b) redazione di un **piano di coordinamento degli eventi**, curato dal coordinatore di ambito insieme alla Segreteria Tecnica, per arrivare ad un **calendario annuale di ambito** di quelli più rilevanti in grado di rappresentare una offerta comune divisa per temi/prodotti, necessaria anche allo sviluppo dei prodotti di primo livello dell'azione 1, con un sicuro miglioramento dell'attrattività e dell'ospitalità
- c) individuazione di **strumenti digitali innovativi** (webapp, integrazione piattaforme, e-card, ecc) per migliorare l'offerta dei servizi turistici a livello di destinazione su trasporti interni, rete percorsi ed itinerari compreso noleggio e-bike, spiagge, informazione e prenotazione eventi così da favorirne la fruizione da parte dei turisti
- d) **redazione contenuti per piani editoriali** relativi alla comunicazione di ambito e regionale che preveda **l'attivo coinvolgimento degli operatori privati** sulla creazione dei contenuti, finalizzato a migliorare l'attrattività della destinazione

TABELLA 4.1
INDIVIDUAZIONE 25 PROPOSTE DI MIGLIORAMENTO CONDIVISE DA AMMINISTRATORI COMUNALI E STAKEHOLDERS DELL'AMBITO
parte prima

TEMATICA	SINTESI PROPOSTE DI MIGLIORAMENTO	NOME ABBREVIATO	PRIORITA'
Logistica e trasporti	Realizzare rete integrata di piste ciclabili ed itinerari pedonali per tutto l'ambito, inserendo punti panoramici, compresi percorsi illuminati	Rete itinerari	ALTA
	Migliorare rete trasporti interni all'ambito per collegare strutture ricettive, servizi, porti turistici con isole, entroterra al mare, borghi interni, puntando a coordinare servizi esistenti, pubblici e privati, e concentrandosi su intermodalità ed ecosostenibilità	Rete trasporti interni	ALTA
	Migliorare collegamenti FS dell'ambito e realizzare servizio shuttle di collegamento con aeroporto Pisa/Grosseto anche in collaborazione con ambiti limitrofi	Collegamenti esterni	MEDIA
	Migliorare identificazione e gestione parcheggi, stipulando convenzioni con gli operatori per i turisti	Parcheggi	BASSA
Informazione, accoglienza e comunicazione	Migliorare produzione supporti cartacei in varie lingue, con particolare attenzione a cartine dell'ambito, da rendere disponibile prima dell'inizio stagione turistica agli uffici IAT, abbinato a formazione del personale addetto per migliorare la conoscenza approfondita del territorio e le competenze linguistiche	Qualità servizi IAT	ALTA
	Realizzare nuova segnaletica turistica, aggiornata e funzionale, per la valorizzazione delle peculiarità del territorio	Segnaletica turistica	BASSA
	Organizzare un sistema integrato di informazione turistica aperto alle strutture ricettive e fruibile direttamente dai turisti tramite App dedicate, con un ufficio di redazione dell'ambito attivo tutto l'anno	Piattaforma IAT	ALTA
	Integrare i giovani alle attività di informazione e accoglienza per sviluppare l'appartenenza del territorio attraverso canali scolastici	Scuole e territorio	MEDIA
Promozione e Commercializzazione	Realizzare portale web di area dotato di marketplace per prenotazione diretta dei servizi accessori (tour&esperienze) con produzione di foto/video (con testimonial) da rendere disponibili agli operatori Concentrare le risorse sul web e social	Portale di area	ALTA
	Costruire identità e investire su brand territorio per superare immagine balneare, basato anche su tematiche di forte impatto e distintive (etruschi, pelagos, arcipelago, cetacei, ecc) con immediata visibilità	Brand identity	ALTA
	Individuare soggetti specializzati per la costruzione e la commercializzazione di prodotti turistici tematici di ambito, in particolare su sport, turismo outdoor, wedding, ecc coerenti con identità dell'ambito	Prodotti turistici tematici	MEDIA
	Aggregare gli operatori per creazione offerte integrate da presentare in fiere e B2B con brochure e personale esperto in lingue all'interno di spazi/stand coordinati dall'ambito nelle iniziative di TPT	Fiere e B2B	ALTA
	Costruire offerte turistiche con i vari attrattori del territorio per la bassa stagione (aprile-maggio e settembre-ottobre) abbinando accordi commerciali con aeroporto Pisa per offerte su fine settimana	Offerte per bassa stagione	MEDIA

TABELLA 4.1
INDIVIDUAZIONE 25 PROPOSTE DI MIGLIORAMENTO CONDIVISE DA AMMINISTRATORI COMUNALI E STAKEHOLDERS DELL'AMBITO
parte seconda

TEMATICA	SINTESI PROPOSTE DI MIGLIORAMENTO	NOME ABBREVIATO	PRIORITA'
Formazione e lavoro	Migliorare interazione con le scuole e le strutture di formazione per migliorare la qualità professionale dei diplomati tramite stage aziendali e programmi alternanza scuola/lavoro	Scuole e imprese	ALTA
	Favorire aggiornamento imprenditori e personale delle imprese, istituendo corsi invernali regolari	Formazione imprese	BASSA
Organizzazione eventi	Organizzare eventi per la bassa stagione, soprattutto aprile-maggio e settembre-ottobre, sfruttando i luoghi più suggestivi dell'ambito e concentrandosi su eventi intergrati sport/outdoor/enogastronomici che allungano la stagione con una specifica impronta sull'ambiente e coerenti con l'identità turistica scelta per l'ambito, organizzati da soggetti specializzati per target di utenti e incrementando collaborazioni fra operatori/enti/associazioni, con possibile evento di ambito di importanza internazionale	Programmazione eventi di ambito	ALTA
	Coordinamento eventi per calendario di ambito, con periodicità stagionale/settimanale degli eventi principali condivisa e costante, al fine di poter costruire proposte turistiche collegate con gli operatori	Calendario eventi	MEDIA
	Promuovere aspetto slow dell'ambito con visite aziende bio/km 0 durante eventi mirati	Slow	MEDIA
Rapporto fra gli operatori privati e con le pubbliche amministrazioni	Migliorare l'integrazione fra strutture ricettive e gli altri servizi privati su specifici progetti comuni dell'ambito, anche per coordinare chiusure/aperture nei periodi di bassa stagione e per costruire progetti di convenzione per la vendita di servizi pubblici tramite gli operatori	Integrazione operatori	MEDIA
	Regolamenti condivisi di ambito su tassa soggiorno, organizzazione eventi, parcheggi, wedding, ecc	Regolamenti di ambito	MEDIA
Ambiente, Rifiuti Acqua	Scelte importanti a sostegno dell'ambiente: miglioramenti su raccolta differenziata rifiuti con incentivi ad operatori virtuosi, miglioramento sistemi di depurazione e gestione acque	Scelte eco-sostenibili	ALTA
	Progetto "no plastic" di ambito, sostenendo varie attività già esistenti (ad es Pelagos Plastic free con pescherecci)	No plastic	ALTA
	Migliorare cura del territorio con particolare riferimento ai punti di accesso, alla gestione zone costiere (pinete, spiagge) urbane (piante, aree attrezzate) e collinari (boschi, sentieri)	Cura del territorio	MEDIA
	Realizzare servizi per la mobilità sostenibile con mezzi e bici elettriche per le strutture e le attività turistiche e in parcheggi intermodali, favorendo stazioni di caricamento per auto elettriche	Mobilità sostenibile	MEDIA
	Sensibilizzazione degli operatori e dei clienti (info point, cartelloni, occasioni pubbliche) su temi ambientali	Sensibilizzazione ambientale	BASSA

TABELLA 4.2
INDICAZIONI DEI PARTECIPANTI AI SEMINARI PER I PRODOTTI TURISTICI SULLA PRIORITA' DELLE 25 PROPOSTE DI MIGLIORAMENTO
CONDIVISE DA AMMINISTRATORI COMUNALI E STAKEHOLDERS DELL'AMBITO

Nome abbreviato	Balneare	Enogastronomico	Sportivo	Outdoor	Totale
Programmazione eventi di ambito	11	16	23	9	59
Cura del territorio	10	16	19	7	52
Rete itinerari	8	8	17	14	47
Rete trasporti interni	9	14	14	9	46
Piattaforma IAT	8	17	19	2	46
Collegamenti esterni	5	12	14	6	37
Brand identity	8	10	12	7	37
Offerte per bassa stagione	7	12	12	6	37
Qualità servizi IAT	8	11	11	6	36
Portale di area	4	12	13	7	36
Integrazione operatori	7	8	18	3	36
Formazione imprese	4	15	7	6	32
Prodotti turistici tematici	5	4	11	8	28
Segnaletica turistica	4	5	8	8	25
Scuole e imprese	4	5	14	1	24
Calendario eventi	4	6	11	3	24
Scuole e territorio	5	4	9	3	21
Scelte eco-sostenibili	4	8	6	2	20
Mobilità sostenibile	3	3	9	4	19
Fiere e B2B	3	4	7	2	16
No plastic	7	2	3	4	16
Parcheggi	6	0	6	1	13
Sensibilizzazione ambientale	2	2	4	4	12
Slow	1	6	1	3	11
Regolamenti di ambito	1	2	8	0	11

MODALITA' RAGGIUNGIMENTO OBIETTIVO

Fra i cambiamenti indotti dall'azione per raggiungere il suo obiettivo specifico possiamo individuare:

- miglioramento della governance e della collaborazione fra gli stakeholders su temi prioritari per l'offerta turistica
- l'individuazione di strumenti innovativi per la gestione informatica dell'offerta di servizi turistici
- la crescente partecipazione degli operatori privati alla redazione dei piani editoriali

SOGGETTO RESPONSABILE

Segreteria Tecnica

RISULTATI

Fra i prodotti dell'azione, sia intermedi che finali, possiamo individuare:

- Integrazione di strumenti digitali innovativi per l'offerta e la prenotazione di servizi turistici
- piani di miglioramento della governance dell'ambito su temi prioritari
- Aumento degli operatori privati che contribuiscono a costruire contenuti editoriali dell'ambito

Fra i risultati finali dell'azione, destinati a prolungarsi oltre il progetto, possiamo individuare:

- Aumento dell'utilizzo di strumenti innovativi per i servizi ai turisti a livello di destinazione
- Aumento delle scelte condivise fra settore pubblico e imprese private sulla governance di temi prioritari per l'offerta di ambito
- Aumento contenuti editoriali partecipati dagli operatori privati

CATEGORIA INIZIATIVA: Servizi per i turisti

COSTI TOTALI PREVISTI / DESCRIZIONE SPESE PREVISTE / FONTI FINANZIARIE

Vedere Quadro finanziario finale

ANNUALITA' PREVISTE PER L'ATTUAZIONE

inizio 2022, fine 2024

AZIONE 5

INFORMAZIONE ED ACCOGLIENZA

TIPOLOGIA DI INIZIATIVA AI SENSI DELL'AVVISO

Servizi di informazione per i turisti

OBIETTIVI STRATEGICI E DI GOVERNANCE

Questa azione rispetta gli obiettivi e le finalità previsti dalla Regione Toscana in quanto intende migliorare la capacità di accoglienza della destinazione Costa degli Etruschi grazie ad un maggiore coordinamento fra i soggetti che si interfacciano con i turisti nei vari momenti e luoghi informativi, favorendo la partecipazione degli operatori a livello territoriale e lo scambio di informazioni con il livello regionale.

OBIETTIVO SPECIFICO

Migliorare i servizi di informazione ed accoglienza a livello sovracomunale con aggiornamento e completamento dei materiali informativi, anche divisi per i prodotti turistici tematici, con l'aggiornamento delle competenze del personale degli uffici IAT, con l'introduzione di nuovi strumenti digitali destinati ai turisti ed il coinvolgimento degli operatori locali in una rete di informazione diffusa sul territorio

DESCRIZIONE INIZIATIVA (testo integrato con i contenuti dei PDF allegati sulla piattaforma)

Questa azione vuole **proseguire e rafforzare la costruzione di un sistema coordinato per il miglioramento della gestione della rete IAT** già avviato dall'ambito a partire dal 2019. Considerata la presenza di oltre 10 differenti gestori nei 25 uffici IAT sul territorio, risulta necessario rafforzare l'integrazione digitale degli uffici e la preparazione all'utilizzo della nuova piattaforma regionale Make-IAT a partire dal 2023.

Trattandosi del servizio principale previsto dalla gestione associata dell'ambito, l'attuazione di questa azione sarà affidata all'**Ufficio di ambito** supportato dalla Segreteria Tecnica.

L'attuazione di questa azione si svolgerà tramite la sequenza delle seguenti attività:

- **coordinamento** degli uffici IAT con sensibilizzazione e aggiornamento addetti su vari temi, a partire da marzo-aprile 2023, come la conoscenza del territorio, l'uso di MAKE-IAT o la collaborazione con la redazione locale diffusa descritta nell'azione 2, per il miglioramento della completezza e della qualità dell'informazione offerta ai turisti
- **aggiornamento dell'archivio video/foto** dell'ambito suddiviso per temi e prodotti turistici nel 2022 e 2023
- **progettazione** grafica supporti informativi (digitali e cartacei) e **stampa** materiali cartacei per la rete degli uffici IAT nella primavera 2023
- **noleggior piattaforma** IATNET nell'estate del 2022 e passaggio alla **gestione delle informazioni tramite MAKE-IAT** nel 2023 tramite pre-caricamento delle informazioni già digitate su IATNET usando procedure informatiche che evitino una ulteriore digitazione agli addetti IAT
- **miglioramento della sincronizzazione** fra la piattaforma intranet redazione locale diffusa ed il portale di ambito sui contenuti informativi nella stagione turistica 2023

- **miglioramento e sviluppo webapp informative** per i turisti (spiagge, eventi, itinerari) collegati agli strumenti digitali descritti nell'azione 4 ed il **coinvolgimento degli operatori privati** sull'informazione ai turisti a partire dalla stagione turistica 2023

Sarà incaricato il coordinatore di ambito di **migliorare l'integrazione degli uffici IAT e aumentarne le competenze**, verificando il popolamento di MAKE-IAT e l'uso della piattaforma intranet della redazione locale, prevista dall'azione 2, e avviando una attività di sensibilizzazione degli addetti IAT sull'uso degli strumenti informativi digitali offerti dall'ambito ai turisti.

Il passaggio dalla piattaforma IATNET attualmente utilizzata alla nuova piattaforma regionale MAKE-IAT a partire dal 2023 dovrà prevedere la necessità di **riversare in automatico i contenuti redazionali dalla IATNET alla MAKE-IAT**, se possibile tramite API oppure tramite caricamento manuale di blocchi di file testuali, per evitare il duplicamento e la digitazione di informazioni già digitalizzate agli operatori degli uffici IAT.

Sarà inoltre **aggiornato l'archivio video e foto dell'ambito**, realizzato ormai nel 2019, con nuove campagne di shooting nel 2022 e 2023 dato il suo ruolo strategico in quanto rappresenta l'immaginario informativo ed emozionale che viene associato al brand Costa degli Etruschi, con una importanza fondamentale per l'informazione sui prodotti turistici e la valorizzazione complessiva dell'offerta turistica della destinazione. Tale archivio sarà poi utilizzato per **la progettazione e la realizzazione** di in una serie di **nuovi supporti informativi**, sia cartacei che digitali, **divisi per i prodotti turistici**.

Si dovrà inoltre realizzare un **accesso customizzato degli operatori ricettivi** non solo all'inserimento ma anche alla consultazione delle informazioni presenti sulla intranet della redazione diffusa, prevista dall'azione 2, in modo semplice e veloce. Questa integrazione consentirà di raggiungere con informazioni complete la maggior parte dei turisti presso le reception delle strutture ricettive, visto che solo un 5-10% utilizza gli uffici IAT, migliorando fortemente la loro capacità di informarsi grazie ad un flusso informativo comune distribuito su molti punti di contatto sul territorio della Costa degli Etruschi. Questo produrrà un notevole innalzamento della capacità e qualità dell'accoglienza.

Al fine di migliorare l'offerta informativa sul portale di ambito, direttamente rivolta ai turisti, si dovrà inoltre rendere automatica la **sincronizzazione fra la intranet della redazione locale diffusa** e le diverse sezioni **del portale di ambito** con contenuti informativi. Questa attività consentirà anche di sviluppare ulteriormente le **webapp informative** già esistenti su spiagge libere, eventi ed itinerari con nuove funzionalità per filtrare e visualizzare meglio la massa di contenuti presenti, stimati a regime in circa 100 spiagge libere, 500 eventi annuali e circa 150 itinerari. Queste webapp potranno poi essere collegate agli strumenti digitali previsti dall'azione 4 per la fruizione e la prenotazione di alcuni servizi.

MODALITA' RAGGIUNGIMENTO OBIETTIVO

Fra i cambiamenti indotti dall'azione per raggiungere il suo obiettivo specifico possiamo individuare:

- la crescente competenza degli addetti degli uffici IAT sulle caratteristiche di tutto il territorio dell'ambito e sulle modalità di informazione e accoglienza
- il completamento degli archivi video e foto e del mix di strumenti digitali e cartacei per l'informazione turistica, divisi per prodotti
- il completamento dell'integrazione degli strumenti digitali per l'informazione turistica
- l'ampliamento dei soggetti coinvolti nell'offerta di informazioni ai turisti

SOGGETTO RESPONSABILE

Ufficio di ambito

RISULTATI (Risultati concreti intermedi e finali: specificare output e outcome che si intende produrre tramite l'iniziativa)

Fra i prodotti dell'azione, sia intermedi che finali, possiamo individuare:

- Aumento supporti informativi specializzati per prodotti turistici
- Aumento quantità e qualità dell'archivio foto/video disponibile
- Aumento webapp informative

Fra i risultati finali dell'azione, destinati a prolungarsi oltre il progetto, possiamo individuare:

- Aumento competenze degli addetti IAT
- Aumento utenti degli strumenti digitali informativi dell'ambito
- Aumento integrazione fra sistema informativo locale ed ecosistema informativo digitale regionale

CATEGORIA INIZIATIVA: Servizi per i turisti

COSTI TOTALI PREVISTI / DESCRIZIONE SPESE PREVISTE / FONTI FINANZIARIE

Vedere Quadro finanziario finale

ANNUALITA' PREVISTE PER L'ATTUAZIONE

inizio 2022, fine 2024

QUADRO FINANZIARIO

COSTI DEL PROGETTO

	COSTI TOTALI	Acquisizione servizi	Personale ufficio ambito	TOTALE SPESE CORRENTI	Acquisizione beni	TOTALE INVESTIMENTI
COORDINAMENTO OFFERTA E COSTRUZIONE PRODOTTI TURISTICI	€ 163.360,00	136.360,00	20.000,00	156.360,00	7.000,00	7.000,00
REDAZIONE LOCALE DIFFUSA	€ 29.490,00	20.000,00	4.000,00	24.000,00	5.490,00	5.490,00
COMMUNITY DELL'AMBITO	€ 27.540,00	15.220,00	-	15.220,00	12.320,00	12.320,00
MIGLIORAMENTO ATTRATTIVITA' E OSPITALITA'	€ 20.000,00	15.000,00	5.000,00	20.000,00	-	-
INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA	€ 47.180,00	32.620,00	7.000,00	39.620,00	7.560,00	7.560,00
TOTALI	€ 287.570,00	€ 219.200,00	€ 36.000,00	€ 255.200,00	€ 32.370,00	€ 32.370,00

FONTI FINANZIARIE

	COSTI TOTALI	FONDI REGIONE TOSCANA	% REGIONE TOSCANA	FONDI AMBITO	% AMBITO
COORDINAMENTO OFFERTA E COSTRUZIONE PRODOTTI TURISTICI	€ 163.360,00	€ 133.360,00	81,64%	€ 30.000,00	18,36%
REDAZIONE LOCALE DIFFUSA	€ 29.490,00	€ 23.690,00	80,33%	€ 5.800,00	19,67%
COMMUNITY DELL'AMBITO	€ 27.540,00	€ 25.740,00	93,46%	€ 1.800,00	6,54%
MIGLIORAMENTO ATTRATTIVITA' E OSPITALITA'	€ 20.000,00	€ 13.500,00	67,50%	€ 6.500,00	32,50%
INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA	€ 47.180,00	€ 37.280,00	79,02%	€ 9.900,00	20,98%
TOTALI	€ 287.570,00	€ 233.570,00		€ 54.000,00	