



Regione Toscana



# #TUSCANYTOGETHER

## Destination management: sfide, modelli e buone pratiche

Antonio Pezzano

Emma Taveri



[VISITTUSCANY.COM](https://visittuscany.com)



fondazione  
sistema toscana



## Il percorso Comune per il turismo in Toscana

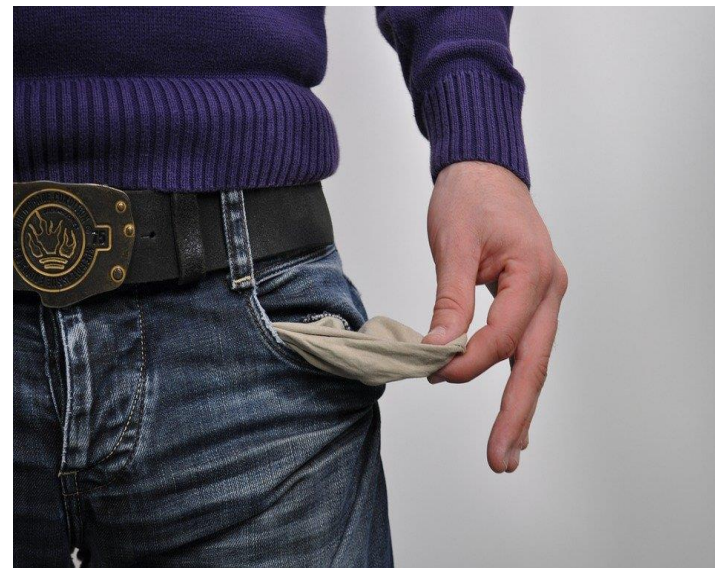


[visittuscany.com](http://visittuscany.com)





Regione Toscana



# #TUSCANYTOGETHER

Il percorso Comune per il turismo in Toscana

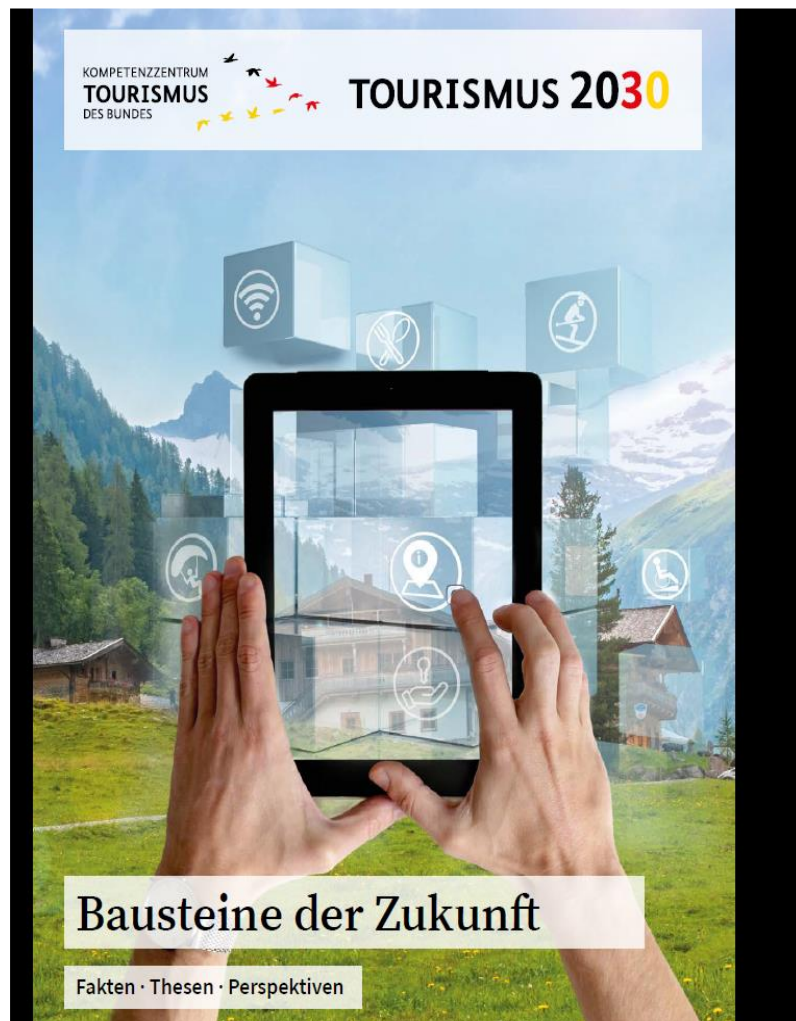


[visittuscany.com](http://visittuscany.com)

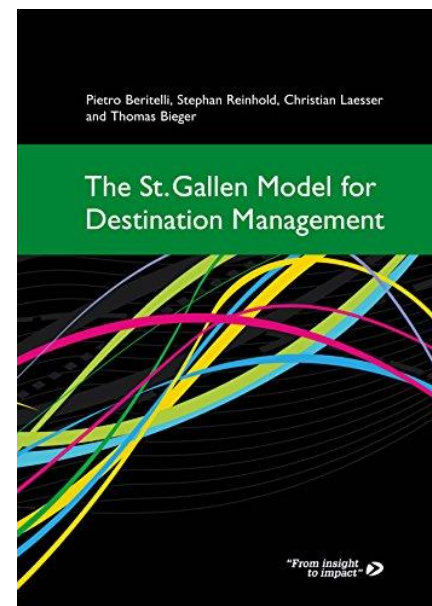




Regione Toscana



# “Office du Tourisme du FUTUR”



## #TUSCANYTOGETHER

Il percorso Comune per il turismo in Toscana



[visittuscany.com](http://visittuscany.com)





Regione Toscana



# #TUSCANYTOGETHER

Il percorso Comune per il turismo in Toscana



[visittuscany.com](http://visittuscany.com)





Regione Toscana



| Accessibilità | Attrattività | Accoglienza                          | Affermazione<br>dei Brand | Acquistabilità<br>dell'offerta |
|---------------|--------------|--------------------------------------|---------------------------|--------------------------------|
| Aerea         | Attrattori   | <b>Orientamento<br/>Informazioni</b> | <b>Notorietà</b>          | <b>Copertura</b>               |
| Ferroviaria   | Attrazioni   | Ospitalità<br>(cultura)              | <b>Immagine</b>           | Rilevanza                      |
| Stradale      | Attività     | Sicurezza                            | <b>Atteggiamento</b>      | Prominenza                     |
|               | Atmosfera    | Pulizia/cura                         | Salienza                  |                                |
|               |              | Accessibilità p. t.                  | Considerazione            |                                |
|               |              | Connettività dig.                    |                           |                                |

# #TUSCANYTOGETHER

Il percorso Comune per il turismo in Toscana



[visittuscany.com](http://visittuscany.com)





## I principi della buona governance

La cultura  
della  
governance

- Orientamento al mercato
- Misurare i risultati (non basta fare bene, opportuno fare cosa giusta)
- Valutare cosa funziona

La strategia

- Obiettivi chiari e condivisi
- Risultati misurabili

Soggetti e  
strumenti

- Intervento chirurgico (nuovi soggetti/strumenti solo se necessari)
- Mettere in campo soggetti agili e capaci (attenzione ai modelli di finanziamento)
- Massimizzare le sinergie e le economie di scala

# #TUSCANYTOGETHER

Il percorso Comune per il turismo in Toscana



## Funzioni

## Costi di gestione minimi annui

### Governo di destinazione

- Marketing intelligence (conoscere i singoli mercati)
- Monitoraggio competitività
- Valutazione degli investimenti pubblici nel turismo
- Influenzare e progettare gli investimenti pubblici e le politiche territoriali (urbanistica, paesaggistica, trasporti)
- Rappresentazione interessi turistici (pubblici e privati) della destinazione
- Diffusione della cultura turistica (orientamento al mercato, competitività di destinazione, valutazione)
- Raccordo multilivello

Risorse Umane (interne o esterne)  
70.000 EUR

Dati, studi e ricerche, consulenze  
10.000 EUR

### Sviluppo prodotti

- Facilitazione dei processi per lo sviluppo di offerte orientate all'esperienza

Risorse Umane (interne o esterne)  
50.000 EUR

### Comunicazione B2C

- Produzione e gestione contenuti
- Distribuzione Contenuti

Risorse Umane (interne o esterne)  
250.000 EUR

### Comunicazione B2B

- Supporto alle imprese nella commercializzazione

Risorse Umane (interne o esterne)  
50.000 EUR

- Staff amministrativo e direzione generale

Risorse Umane (interne o esterne)  
150.000 EUR

# #TUSCANYTOGETHER

Il percorso Comune per il turismo in Toscana



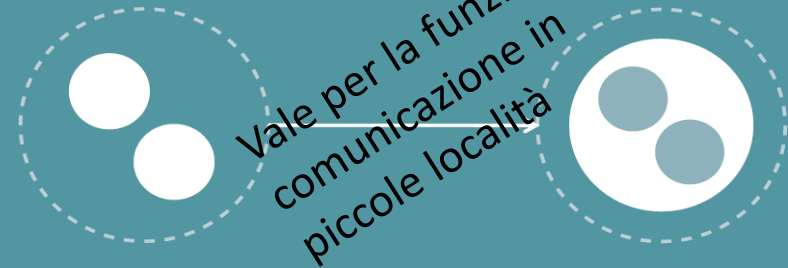
ABB. 11: MODELLVARIANTEN

MODELL (1) „FESTIGUNG“



Vale solo per le  
grandi città

MODELL (3) „BÜNDELUNG“



Vale per la funzione  
comunicazione in  
piccole località

MODELL (2) „STÄRKUNG“



MODELL (4) „NETZWERK“



Quelle: BTE 2017, Kristall in Modell (1) symbolisiert die Optimierung der Prozesse zur Festigung der DMO-Struktur

# #TUSCANYTOGETHER

Il percorso Comune per il turismo in Toscana



# #TuscanyTogether

Collaborare per promuovere le destinazioni della Toscana

Questa sezione è dedicata ad **Ambiti Turisti e Prodotti Turistici Omogenei**, i nuovi soggetti della governance regionale. Qui informazioni e strumenti per la collaborazione operativa con Toscana Promozione Turistica.

**LINEE GUIDA PER AMBITI E PTO**

PAGINA IN COSTRUZIONE



## TEAM DI LAVORO

COLLABORAZIONE ONLINE

## Kit per la collaborazione

### Programmare con gli operatori territoriali

- Principi e criteri per il marketing delle destinazioni turistiche
- Metodo Canvas per definire la Vision
- Metodo Canvas per definire le Unique Selling Proposition
- La selezione dei target
- La selezione dei target (l'esempio della Slovenia)
- Design the box
- Come fare Experience Design
- Un format di Experience design

### Identità visiva

- Identità visiva Ambiti
- Identità visiva digitale

### Promozione digitale

- come entrare in Make
- linee guida editoriali
- linee guida social media
- widget Visit Tuscany
- report delle performance di [visittuscany.com](#)