



Regione Toscana



@trazione Toscana

In viaggio tra Turismo e dintorni

giovedì **24** maggio **2018**

Viareggio > Torre del Lago > Teatro Fondazione Puccini 10⁰⁰ | 16⁰⁰

ITER 2
Informare e accogliere



... leve strategiche ...

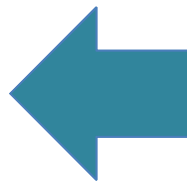


Il tema strategico del
Marketing Territoriale

... accoglienza come segno distintivo ...



Occorre delineare il
processo di
accoglienza del
turista, suddiviso in
tre fasi fondamentali
dell'esperienza
turistica:
prima, durante e
dopo l'esperienza.

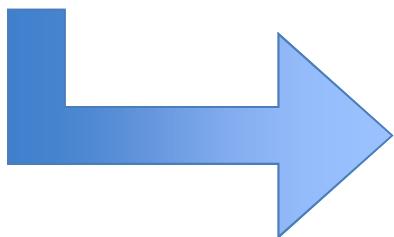


- a) *Definire le politiche di accoglienza su tutto il territorio regionale*
- b) *Organizzare il sistema di accoglienza turistica nei principali gate turistici regionali*
- c) *Organizzare di una rete regionale di servizi di informazione e accoglienza turistica*

OBIETTIVI SPECIFICI

A) DEFINIRE DELLE POLITICHE DI ACCOGLIENZA SU TUTTO IL TERRITORIO REGIONALE

- Organizzazione di un piano strategico dell'accoglienza turistica a livello regionale sia per le destinazioni sia per le imprese
- Identificare gli elementi costitutivi il piano
- Identificare le esigenze del piano
- L'importanza del livello di soddisfazione della clientela e metodi di rilevazione di tale fabbisogno in un piano



Comunicare le tipicità, l'identità territoriale, lo stile di vita	Essere una comunità che accoglie	Accogliere e comunicare tra persone
Organizzare località accoglienti e sicure	Tutelare, valorizzare e rendere accoglienti e fruibili le risorse turistiche	Valorizzare e rendere fruibili gli eventi legati alle tipicità locali
Personalizzare, qualificare e rendere competitivi i servizi e le attività turistiche		Garantire una qualità dell'accoglienza negli uffici, nelle imprese, nelle destinazioni.

B) ORGANIZZARE IL SISTEMA DI ACCOGLIENZA TURISTICA NEI PRINCIPALI GATE TURISTICI REGIONALI

- Organizzare percorsi formativi che sviluppino il quadro delle competenze legate al concetto di accoglienza
- Affermazione di una serie di obiettivi generali a cui le diverse iniziative di formazione dovranno riferirsi;
- Analisi del ruolo e delle professionalità degli operatori;
- Progettazione formativa per aree tematiche;
- Progettazione delle azioni di formazione permanenti

C) ORGANIZZARE UNA RETE REGIONALE DI SERVIZI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA

- Mappatura, Monitoraggio e riorganizzazione del sistema regionale dell'Informazione e Accoglienza turistica



- Comunicare l'identità sociale, culturale ed economica del territorio;
- Favorire la crescita di un sistema integrato pubblico e privato; favorire la verifica del prodotto turistico;
- Fornire servizi di assistenza ;
- Attivare un sistema di orientamento e di informazione all'impresa e agli enti.

OBIETTIVI TRASVERSALI

FAVORIRE L'INTEGRAZIONE FRA ATTORI DEL SISTEMA DI ACCOGLIENZA

FAVORIRE UN SISTEMA DI ACCOGLIENZA TURISTICA BASATO SULLA COMUNICAZIONE, COMPORTAMENTO E VALORI IDENTITARI DEL TERRITORIO

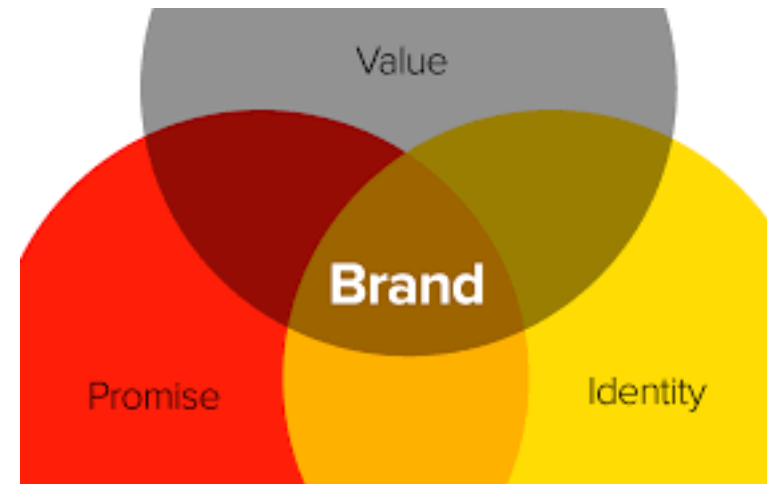
Obiettivo generale	Obiettivi specifici	Linee di intervento specifiche	Linee di intervento trasversali	
La nostra accoglienza deve diventare un segno distintivo della politica turistica	A) definizione delle politiche di accoglienza su tutto il territorio regionale	A.1 Organizzare un piano strategico dell'accoglienza turistica a livello regionale sia per le destinazioni sia per le imprese	Favorire l'integrazione fra i vari attori di un sistema di accoglienza: le imprese turistiche, i residenti, la destinazione, i turisti	Favorire un sistema di accoglienza turistica basato sulla comunicazione, sul comportamento e sui valori identitari del territorio
	B) Organizzare il sistema di accoglienza turistica nei principali gate turistici regionali	B.1 Organizzare percorsi formativi che sviluppino il quadro delle competenze legate al concetto di accoglienza		
	C) Organizzazione di una rete regionale dei servizi di informazione e accoglienza turistica	C.1 Monitoraggio e riorganizzazione del sistema regionale dell'Informazione e Accoglienza turistica		

... comunicare l'identità ...

A) COMUNICARE IL «TUSCANY LIFESTYLE»

B) DIMINUIRE IL «GAP» TRA META DESIDERATA E SCELTA

C) SALVAGUARDARE LA QUALITA' DEL BRAND



Obiettivo generale	Obiettivi specifici	Linee di intervento specifiche	Linee di intervento trasversali	
Incrementare competitività e attrattività	A) Comunicare il Tuscany Lifestyle	A.1 Associare il brand ad aspetti che stimolino l'immaginario collettivo	Fidelizzazione: Toscana un gioiello complesso	Favorire l'integrazione di servizi, il coordinamento e il consolidamento delle reti di imprese
	B) Diminuire il gap tra meta desiderata/scelta	B.1 Analisi degli attrattori B.2 Analisi delle percezioni		
	C) Salvaguardare la qualità del brand	C.1 Organizzazione di servizi di informazione e accoglienza C.2 Adeguamento della rete infrastrutturale C.3 Decongestionamento dei flussi turistici		

**A) CONSOLIDARE E MIGLIORARE
L'APPEAL DELL'OFFERTA
TURISTICA REGIONALE**

B) DIFFERENZIARE I CONTENUTI

**C) DEFINIRE LIVELLI SPECIFICI DI
INFORMAZIONE,
APPROFONDIMENTO E FRUIZIONE**

**... cura dei
contenuti ...**



Obiettivo generale	Obiettivi specifici	Linee di intervento specifiche	Linee di intervento trasversali	
Articolare e approfondire i contenuti tematici rispondendo alle esigenze dei viaggiatori	A) Consolidare e migliorare l'appeal dell'offerta turistica regionale	A.1 Azioni di coordinamento della qualità dei servizi di informazione ed accoglienza A.2 Nuove tematiche e prodotti personalizzati	Formazione degli operatori	Favorire l'integrazione di servizi, il coordinamento e il consolidamento delle reti di imprese
	B) Differenziare i contenuti	B.1 Valorizzazione degli attrattori B.2 Innovazione della comunicazione turistica		
	C) Definizione di livelli specifici di informazione, approfondimento e fruizione	C.1 Attenzione ai canali informativi emergenti		

"Qualità dell'accoglienza come segno di Benvenuto"

Lo sviluppo turistico delle destinazioni non può appartenere solo al marketing, alla capacità cioè di valorizzare le qualità della destinazione quanto invece alla capacità di pianificare gli strumenti di gestione di tali qualità.

Qualità per i residenti - Qualità per gli ospiti

**la gradevolezza della città e del territorio,
la qualità della vita come conseguenza della qualità urbana.**

Gli strumenti della pianificazione urbanistica pongono quindi le basi per costruire ciò che in futuro rappresenterà il nuovo prodotto turistico vendibile.

Le nostre località sono dunque veri e propri

AMBASCIATORI della REGIONE TOSCANA – DEL PAESE ITALIA
esse sono infatti il prodotto turistico più importante

Concetto di “QUALITÀ”

STRUMENTO CHIAVE PER ESSERE CONCORRENZIALI:

*gli ospiti valutano le offerte e orientano le proprie scelte verso quelle che presentano un **elevato standard qualitativo** ad un **prezzo adeguato***

La politica del miglioramento dell'accoglienza non coinvolge solo le strutture ricettive, ma tutta la rete degli operatori pubblici e privati del territorio, anche quelli che dal turismo traggono soltanto vantaggi indiretti

Qualità dell'accoglienza ←————→ **Qualità dell'offerta**




Attenzione ai consumi, all'inquinamento, alla produzione di rifiuti

Qualità strutture/prodotto/servizio = cordialità, ospitalità, buon gusto, organizzazione

Qualità del territorio = segnaletica, arredo urbano, servizi pubblici, cultura locale, ambiente

"L'accoglienza turistica"

Ospitalità è la certezza di essere accolti, di essere "a casa", di condividere un luogo



L'accoglienza è condivisione
"crocevia di cammini"
Edmond Jabès

Una città è ospitale.....

1. Tutti sono benvenuti
2. Le porte della città sono sempre aperte
3. Le relazioni interpersonali sono amichevoli
4. I modelli di sviluppo sono sostenibili dal punto di vista ambientale, culturale e sociale ed economico
5. Sa essere al servizio di chi la utilizza (in modo permanente o temporaneo!)
6. Sa dare e far rispettare le regole del *vivere bene insieme*
7. E' creativa e accoglie gli artisti, rispetta e valorizza l'arte e la cultura
8. Ricerca, valorizza, comunica ed è fiera della propria identità