



**COSTA  
DEGLI  
ETRUSCHI**

***Incontro Operatori***  
**15 Dicembre 2020**

Il piano operativo 2021:

**PRODOTTI, MERCATI E  
STRUMENTI DI PROMOZIONE**

# I nuovi scenari



## I MEGATREND GLOBALI NEL SETTORE TURISTICO NEL 2040



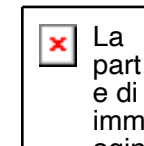
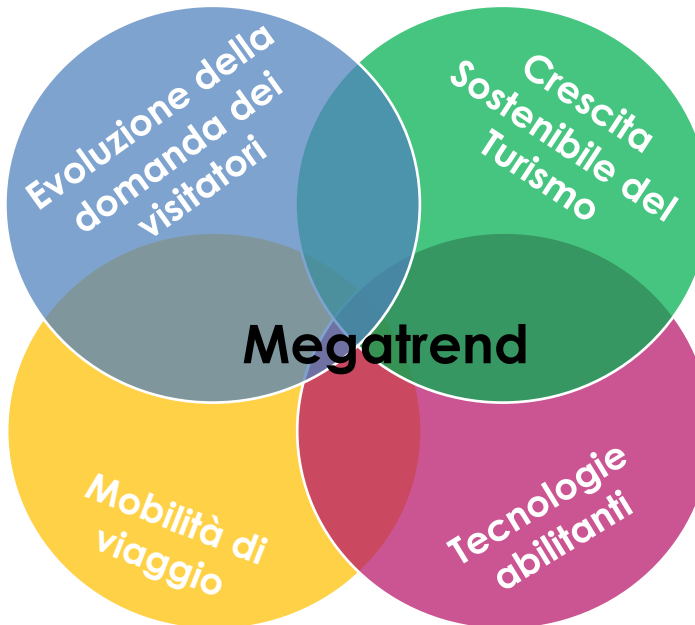
La parte di immagine con ID relazione e rld3



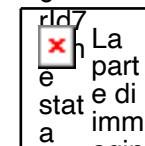
non la parte di immagine trovata nel file. ID relazione

- Aumento della classe media globale
- Invecchiamento della popolazione
- Generazioni emergenti

- Crescita dei passeggeri
  - Evoluzione delle modalità di trasporto
  - Sicurezza



La parte di immagine con ID relazione e rld7



La parte di immagine trovata nel file. ID relazione

- Emissioni
- Risorse idriche
- Produzione alimentare
- Benessere

- Digitalizzazione
- Automazione
- Blockchain
- Realtà virtuale e aumentata

# CAMBIAMENTO DELLE POLITICHE TURISTICHE

ata nel file.

nel file.

# ALCUNE RIFLESSIONI SULL'ANDAMENTO DEL TURISMO ESTIVO 2020 IN TOSCANA

1. Alcune aree che, storicamente avevano, nel periodo estivo una netta prevalenza di domanda italiana hanno avuto un vantaggio competitivo ed alcune di queste hanno registrato una stagione molto importante;
2. Chi ha saputo condividere (in termini di prodotti turistici) fra la propria domanda storica, **il concetto di spazio, natura e sicurezza**, ha registrato valori importanti grazie ad una domanda italiana abbastanza attiva in particolar modo nei mesi estivi più importanti (luglio, agosto e settembre); ha fatto una grande azione di fidelizzazione con la domanda abituale ma ha registrato anche nuova clientela;
3. Alcune di queste aree sono state anche mete interessanti per una domanda straniera di prossimità che ha raggiunto queste destinazioni con propria auto (mercato francese, mercato olandese, mercato di lingua tedesca);

# ALCUNE RIFLESSIONI SULL'ANDAMENTO DEL TURISMO ESTIVO 2020 IN TOSCANA

1. nei mesi di luglio e agosto una clientela che ha richiesto oltre all'alloggio **tutta una serie di servizi connessi alla possibilità di fare attività su quell'area** (escursioni ambientali, trekking, attività sportive individuali, noleggio di bike ed e-bike, stabilimenti balneari)
2. la ricettività che ha avuto meno difficoltà è stata quella extralberghiera fatta da agriturismi, bed and breakfast, alloggi in affitto;
3. le realtà con maggiori difficoltà nel periodo estivo sono state le città, dove sono venuti a mancare i turisti intercontinentali (utilizzo del trasporto aereo) ed i cosiddetti turisti di serie (gruppi dei bus operators) che utilizzano l'autobus);
4. in difficoltà anche i flussi turistici collegati agli eventi culturali, sportivi, congressuali ed espositivi

# Tendenze maggiormente significative per il 2021

- **Salute e sicurezza** al primo posto: cresce l'attenzione dei viaggiatori alle misure adottate dai singoli Paesi per contrastare il virus; molte destinazioni dovranno lavorare duramente per riconquistare la fiducia dei visitatori.
- **Più turismo di prossimità**: la paura di ammalarsi in viaggio, ma anche il desiderio di scoprire il proprio territorio e di favorire la ripresa dell'economia locale, porteranno a scegliere sempre più le destinazioni più vicine, da raggiungere con l'auto.
- **Prenotazioni last minute con possibilità di cancellazione**: con l'aumentare del rischio di dover rinunciare al viaggio (limitazioni agli spostamenti e/o restrizioni) le prenotazioni si effettueranno sempre più a ridosso della partenza. Saranno favorite quelle soluzioni che propongono più flessibilità (in particolare nei viaggi business) e più trasparenza nelle procedure di cancellazione e rimborso delle prenotazioni.
- **Maggiore attenzione al fattore spesa**: l'impatto della pandemia sull'economie di tutti i Paesi ha fatto aumentare l'attenzione al budget da destinare alla vacanza e al fattore "qualità/prezzo".
- **Viaggiare in modo più consapevole**: è un trend già in atto, rafforzato dalla pandemia, che porta i viaggiatori a scegliere mete alternative a quelle classiche o a viaggiare in periodi di minor affollamento.
- **Tecnologia sempre più fondamentale**: la tecnologia accompagnerà il viaggiatore non solo in tutte le fasi del viaggio (organizzazione, prenotazione, esperienza, condivisione) ma sarà fondamentale per ricostruire la fiducia dei viaggiatori e per rassicurarli durante il viaggio (prevenire i rischi di salute durante il viaggio, acquistare servizi senza il contatto diretto, ...).
- **Workation, smart working in hotel, remote working**: la pandemia ha modificato il modo tradizionale di lavorare, favorendo tendenze di viaggio che uniscono al lavoro a momenti di rilassamento in posti remoti (*bleisure*).
- **Turismo congressuale e fieristico e business travel**: smart working, videoconferenze, webinar e altri strumenti di collaborazione hanno ridotto sensibilmente questo tipo di viaggi; il loro recupero sarà lento e legato alla capacità di ripresa economica dei diversi mercati.
- **Più viaggi in famiglia ma anche da soli**: motivi di sicurezza e difficoltà a viaggiare in "gruppo" favoriranno sia le vacanze in compagnia dei propri cari, sia i viaggi in solitaria i cosiddetti *solo travel*.
- **Turismo slow, attività all'aria aperta e enogastronomia**: in crescita il turismo rurale, le esperienze a contatto con la natura come escursioni, cammini e tour in bici, le esperienze di relax e culinarie (weekend enogastronomici). In crescita anche i viaggi pet-friendly, mentre subirà un forte ridimensionamento il turismo legato agli eventi.

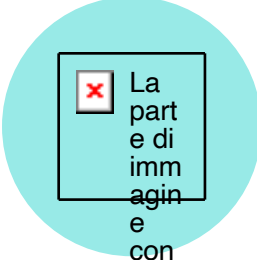
# La nuova domanda: turisti in cerca di .....

  
La parte di immagine con ID relazione rld1 non è stata trovata nel

NUOVI LUOGHI  
SPAZIO ENATURA

  
La parte di immagine con ID relazione rld3 non è stata trovata nel

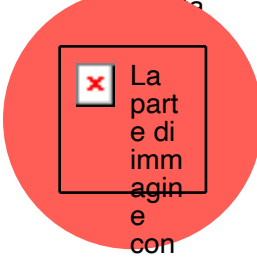
ANGOLI MENO NOTI  
RICERCA DI «GREEN»

  
La parte di immagine con ID relazione rld5 non è stata trovata nel

“PILLOLE” DI CULTURA  
LOCALE

  
La parte di immagine con ID relazione rld7 non è stata trovata nel

AVVENTURE ED  
EMOZIONI

  
La parte di immagine con ID relazione rld9 non è stata trovata nel

TIPICITA' TERRITORIALI

  
La parte di immagine con ID relazione rld1 non è stata trovata nel

INCONTRI CON LE  
PERSONE DEL LUOGO

TEMI STRATEGICI	DESCRIZIONE
<p align="center"><u>TEMA 1</u> ATTENZIONE AL TURISTA</p>	<p>La Costa degli Etruschi vede nel turismo un settore economico importante. Occorre ricordare che il turismo è un flusso costituito da singole persone che richiedono soddisfazione alle loro esigenze individuali. Il <u>TURISTA, come persona</u>; deve essere sempre al centro delle iniziative dell'Ambito, favorendo la crescita di una cultura dell'accoglienza e la condivisione del valore turistico della destinazione attraverso il miglioramento della professionalità di tutti gli operatori e dei giovani diplomati ma anche la sensibilizzazione di tutti gli attori coinvolti compresi i residenti.</p>
<p align="center"><u>TEMA 2</u> NUOVE OFFERTE BASATE SU NETWORK DI OPPORTUNITA' TERRITORIALI</p>	<p>La Costa degli Etruschi ha necessità di sviluppare <u>NUOVE OFFERTE</u> basate su prodotti turistici esperienziali, che siano in grado di raggiungere nuovi segmenti di domanda turistica. Quindi da una parte creare più valore aggiunto per quel cliente fedele ai prodotti tradizionali e dall'altra parte disegnare nuove proposte in prodotti alternativi/integrativi ma in linea con le nuove esigenze del mercato. L'obiettivo primario è quello di ridurre la frammentazione dell'offerta, migliorando la commercializzazione grazie alla costituzione di <u>NUOVI NETWORK</u> che moltiplichino le opportunità di fruizione delle risorse locali per i turisti.</p>
<p align="center"><u>TEMA 3</u> DESTINAZIONE TURISTICA INTEGRATA</p>	<p>La Costa degli Etruschi deve organizzarsi per diventare una <u>DESTINAZIONE TURISTICA</u>, eliminando differenze di gestione all'interno dell'Ambito che possono essere percepite in modo distorto dai turisti e possono rendere più difficile l'integrazione degli operatori, aumentando la capacità competitiva dei territori e delle imprese riducendo fattori limitanti e discordanti fra i Comuni dell'Ambito per raggiungere una <u>VERA INTEGRAZIONE</u> di strumenti, regole e competenze che potrà favorire la crescita di nuove opportunità imprenditoriali.</p>
<p align="center"><u>TEMA 4</u> DALLA QUALITA' AMBIENTALE ALLA QUALITA' ESPERIENZIALE</p>	<p>La Costa degli Etruschi riconosce nella sua <u>QUALITA' AMBIENTALE</u> un suo grande fattore distintivo perciò deve valorizzare l'ampia dotazione di ambienti naturali e paesaggi poco antropizzati migliorando la gestione di aspetti ambientali non in linea con gli standard moderni per trasformare tale dotazione in <u>QUALITA' ESPERIENZIALE</u> per puntare ai turisti più responsabili e motivati a scelte sostenibili, per ridurre la forte stagionalità e per migliorare l'esperienza dei turisti balneari con esperienze di vacanza in linea con i nuovi trend di consumo, con particolare attenzione alle criticità della mobilità interna ed attivando servizi in grado di attirare nuovi segmenti di mercato.</p>
<p align="center"><u>TEMA 5</u> ADATTARE I PROCESSI DI MARKETING ALL'EVOLUZIONE AVVENUTA</p>	<p>La Costa degli Etruschi deve recuperare un gap di comunicazione accumulato negli ultimi anni, <u>ADATTANDOSI</u> al fatto ormai consolidato, appurato e sicuramente condiviso, che l'attività promozionale e quella commerciale debbano garantirsi reciproco valore aggiunto, è altresì certo che i meccanismi di sviluppo debbano procedere attraverso diverse azioni propedeutiche. In questo nuovo modello si deve considerare che i vecchi strumenti di marketing e vendita stanno perdendo molte quote di mercato a favore di nuovi canali o modelli fortemente dominati dalle nuove tecnologie della comunicazione per le quali l'Ambito sta investendo in nuovi servizi sul web.</p>

Aree prodotto (TPT)	Linee di prodotto (TPT)	Prodotti
ACTIVE TOURISM	Natura	Vacanze in natura
		Week end in natura
	Outdoor	Vacanze in bici/MTB
		Week end in bici /Mtb
		Trekking
	Eventi sportivi	Avventure e Sport in mare
		Short break per assistere a Eventi Sportivi (di mare)
		Short break per assistere a Eventi Sportivi (di terra)
SLOW TOURISM	Scoperta del territorio	I cammini
	Relax, Benessere e termale	Vacanze in agriturismo
		Vacanze per solo donne
		Week end relax alle terme
		Week end romantico nel paesaggio toscano
		Vacanze smart working
		Relax in luoghi esclusivi
	Passione enogastronomica	Week end alla scoperta dei vini e dei sapori della Toscana
		Wine tour
vacanza alla scoperta dei vini e dei sapori della Toscana		
ARTE E CULTURA	Short break, borghi ed eventi	week end alla scoperta del patrimonio diffuso della Toscana (storia e cultura)
		Giro turistico culturale (auto)
		In giro tra i piccoli borghi
		Turismo eventi culturali
LUXURY	Celebrations (Wedding)	Matrimoni da favola
BUSINESS	Incentive	Ritiri squadre sportive
		Convention aziendali
MEDICALE E TERMALE	Cura	Curarsi alle terme
BALNEARE	Famiglie	Vacanze in villa al mare
		Vacanze in spiaggia con famiglia
	Divertimento	Vacanze in spiaggia con amici
	Nautica	Vacanze in barca



10 MERCATI PIU' IMPORTANTI DELL'AMBITO  
QUOTA=83,7%  
SECONDO DATI 2019

ITALIA 49,4%		ESTERO 34,3%	
24,8%	Toscana		
14,3%	Lombardia		
5,1%	Piemonte		
3,0%	Emilia-Romagna		
2,2%	Lazio		
15,8%		Germania	
6,0%		Svizzera	
8,1%		Paesi Bassi	
2,2%		Polonia	
2,2%		Francia	

ALTRI MERCATI INTERESSANTI  
Veneto – Austria e Belgio

AMBITO TURISTICO COSTA DEGLI ETRUSCHI

PIANO OPERATIVO 2021: TABELLA PRODOTTI-MERCATI-STRUMENTI PROMOZIONE			MERCATI PIU' IMPORTANTI										STRUMENTI DI PROMOZIONE														
Aree prodotto (TPT)	Linee di prodotto (TPT)	Prodotti (TPT in blu; da approv. in rosso)	ITALIA					ESTERO					BtoB				BtoC										
			Toscana	Lombardia	Piemonte	Emilia-Romagna	Lazio	Veneto	Germania	Swizzera	Paesi Bassi	Austria	Polonia	Francia	Belgio	Buy Tuscany	Bit Milano	TTG Rimini	Fiere Estero	Fam trip Italia	Fam trip Estero	Canali Social Ambito	Animazione Visittuscany	Press tour Italia	Press tour Estero	Blog tour Italia	Blog tour Estero
ACTIVE TOURISM	Natura	Vacanze in famiglia (in natura)	X	X	X	X			X	X	X		X	X		X					X	X					
		Week end in natura	X	X	X	X	X	X														X	X				
	Outdoor	Vacanze in bici/MTB	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X								X	X				
		Week end in bici /Mtb	X	X		X																					
		Trekking	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X										X	X				
		Avventure e Sport in mare	X	X	X	X			X		X											X	X				
	Eventi sportivi	Short break per Eventi (mare)	X	X		X															X	X					
		Short break per Eventi (terra)	X	X		X															X	X					
SLOW TOURISM	Scoperta del territorio	I cammini	X	X	X	X			X	X	X									X	X						
	Relax, Benessere e Termale	Vacanze in agriturismo		X	X				X	X	X										X	X					
		Vacanze smart working	X	X	X			X													X	X					
		Week end romantico nel paesagg	X	X	X			X													X	X					
		Week end relax alle terme	X	X		X	X														X	X					
		Relax in luoghi esclusivi		X	X					X						X					X	X					
	Passione enogastronomica	Week end alla scoperta dei vini e dei sapori della Toscana	X	X	X	X	X	X	X												X	X					
		wine tour	X	X		X	X			X					X	X					X	X					
vacanza alla scoperta dei vini e dei sapori della Toscana		X	X	X	X	X	X		X					X	X					X	X						

**AMBITO TURISTICO COSTA DEGLI ETRUSCHI**

PIANO OPERATIVO 2021: TABELLA PRODOTTI-MERCATI-STRUMENTI PROMOZIONE			MERCATI PIU' IMPORTANTI										STRUMENTI DI PROMOZIONE														
Aree prodotto (TPT)	Linee di prodotto (TPT)	Prodotti (TPT in blu; da approv. in rosso)	ITALIA					ESTERO					BtoB				BtoC										
			Toscana	Lombardia	Piemonte	Emilia-Romagna	Lazio	Veneto	Germania	Svizzera	Paesi Bassi	Austria	Polonia	Francia	Belgio	Buy Tuscany	Bit Milano	TTG Rimini	Fiere Estero	Fam trip Italia	Fam trip Estero	Canali Social Ambito	Animazione Visittuscany	Press tour Italia	Press tour Estero	Blog tour Italia	Blog tour Estero
ARTE E CULTURA	Short break, borghi ed eventi	week end in famiglia (storia e cultura)	X	X		X	X								X		X				X	X					
		Giro turistico culturale (auto)	X	X	X	X	X		X	X		X		X	X	X		X				X	X				
		In giro tra i piccoli borghi	X	X	X	X	X		X	X		X		X	X	X		X				X	X				
		Turismo eventi culturali	X	X		X	X															X	X				
LUXURY	Celebrations (Wedding)	Matrimoni da favola									X		X			X				X	X						
BUSINESS	Incentive	Ritiri squadre sportive	X	X		X	X													X	X						
		Convention aziendali	X	X		X	X		X											X	X						
MEDICALE	Terme e Benessere	Curarsi alle terme	X	X	X	X	X	X	X	X		X		X						X	X						
BALNEARE	Famiglie	Vacanze in villa al mare	X	X	X	X	X	X		X	X									X	X						
		Vacanze in spiaggia con famiglia	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			X	X					
	Divertimento	Vacanze in spiaggia con amici	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			X	X						
	Nautica	Vacanze in barca	X	X		X	X													X	X						





COSTA  
DEGLI  
ETRUSCHI

GRAZIE!