



PROVINCIA DI PISTOIA

VERBALE DI DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA PROVINCIALE

Atto n. 42

Seduta dell'11 APRILE 2013

OGGETTO: "PIANO DI MARKETING DELLA DESTINAZIONE TURISTICA PER IL TERRITORIO DELLA PROVINCIA DI PISTOIA" NELL'AMBITO DELL'ATTIVITÀ DI CUI AL "PROTOCOLLO D'INTESA PER LA REALIZZAZIONE E LO SVILUPPO DI UN SISTEMA DI PROMOZIONE LOCALE DEL SETTORE TURISTICO" TRA LA PROVINCIA DI PISTOIA E LA CAMERA DI COMMERCIO DI PISTOIA - INTEGRAZIONE. PRESA D'ATTO.

L'anno duemilatredici, addì Undici del mese di Aprile alle ore 14,45 nella sala delle adunanze della Provincia di Pistoia, convocata con apposito avviso, si è riunita la Giunta Provinciale

Presiede il Presidente Federica Fratoni

All'adozione del seguente provvedimento risultano presenti i Sigg.:

| | | <i>Presenti</i> | <i>Assenti</i> |
|--------------------------|----------------|-----------------|----------------|
| FEDERICA FRATONI | Presidente | X | |
| ROBERTO FABIO CAPPELLINI | Vicepresidente | X | |
| RINO FRAGAI | Assessore | X | |
| PAOLO MAGNANENSI | Assessore | X | |
| MAURO MARI | Assessore | | X |
| LIDIA MARTINI | Assessore | X | |

Partecipa alla seduta il Segretario Generale Dott. Franco Pellicci

Il Presidente accertato il numero legale degli intervenuti invita i presenti a deliberare sull'oggetto sopra indicato.

OGGETTO: "PIANO DI MARKETING DELLA DESTINAZIONE TURISTICA PER IL TERRITORIO DELLA PROVINCIA DI PISTOIA" NELL'AMBITO DELL'ATTIVITÀ DI CUI AL "PROTOCOLLO D'INTESA PER LA REALIZZAZIONE E LO SVILUPPO DI UN SISTEMA DI PROMOZIONE LOCALE DEL SETTORE TURISTICO" TRA LA PROVINCIA DI PISTOIA E LA CAMERA DI COMMERCIO DI PISTOIA - INTEGRAZIONE. PRESA D'ATTO.

La Presidente Federica Fratonì illustra e sottopone all'approvazione della Giunta Provinciale l'allegata proposta formulata, previa istruttoria, dal Funzionario del Servizio Turismo Valerio Sichi e dal Dirigente del Servizio Pianificazione territoriale, Sistema Informativo Territoriale, Cultura, Turismo e Commercio, Promozione delle Risorse del Territorio, impianti a fune, impianti e piste da sci, Attività estrattive Dr. Renato Ferretti;

LA GIUNTA PROVINCIALE

Preso atto della relazione illustrata e proposta in ordine a tutto quanto sopra dal relatore, valutata e considerata la suddetta relazione-proposta e ritenuto di dover disporre a riguardo nell'ambito della propria potestà decisionale così come specificato nel successivo dispositivo;

Considerato che la proposta è corredata del parere di regolarità tecnica formulato dal Dirigente del Servizio Pianificazione territoriale, Sistema Informativo Territoriale, Cultura, Turismo e Commercio, Promozione delle Risorse del Territorio, impianti a fune, impianti e piste da sci, Attività estrattive Dr. Renato Ferretti, ai sensi dell'art. 49 del D.Lgs 18.8.2000, n. 267;

Considerato che il Dirigente dei Servizi Finanziari ha dato atto che la presente proposta non necessita del parere di regolarità contabile (All. B);

Ritenuto di dover provvedere al riguardo

Con votazione unanime palese

DELIBERA

- 1) Di approvare l'allegata proposta di pari oggetto, (All. A) quale parte integrante del presente atto, così come richiamata in premessa per le motivazioni in essa contenute e in ordine alle determinazioni nella stessa specificate;
- 2) Di trasmettere copia della presente deliberazione al Servizio Pianificazione territoriale, Sistema Informativo Territoriale, Cultura, Turismo e Commercio, Promozione delle Risorse del Territorio, impianti a fune, impianti e piste da sci, Attività estrattive per i provvedimenti connessi e conseguenti di attuazione, mediante pubblicazione sul sito INTERNET www.provincia.pistoia.it;
- 3) Di pubblicare il provvedimento all'Albo Pretorio on line ai sensi dell'art. 32 Legge 69/2009;
- 4) Di dichiarare con separata ed unanime votazione la presente deliberazione immediatamente eseguibile ai sensi dell'art. 134, comma 4, del D.Lgs 267/2000.



Provincia di Pistoia

Area Pianificazione Strategica Territoriale

Servizio Pianificazione Territoriale, S.I.T., Cultura, Turismo, Commercio e Promozione delle Risorse del Territorio, Impianti a fune, Impianti e piste da sci, Attività estrattive

PROPOSTA DI DELIBERAZIONE

OGGETTO: "Piano di marketing della destinazione turistica per il territorio della provincia di Pistoia" nell'ambito dell'attività di cui al "Protocollo d'intesa per la realizzazione e lo sviluppo di un sistema di promozione locale del settore turistico" tra la Provincia di Pistoia e la Camera di Commercio di Pistoia - Integrazione. Presa d'atto.

IL DIRIGENTE

Visto:

il Decreto Presidenziale n. 225 del 19/07/2011 con il quale è stato conferito l'incarico dirigenziale di Responsabile del Servizio Pianificazione Territoriale, Sistema Informativo Territoriale, Cultura, Turismo e Commercio, Promozione delle Risorse del Territorio, Impianti a fune, Impianti e piste da sci, Attività estrattive al dott. Renato Ferretti;

il D.Lgs.267/2000 "T.U. degli Enti Locali", e in particolare l'art. 107 che disciplina le competenze dei Dirigenti;

il D.Lgs.267/2000 "T.U. degli Enti Locali", e in particolare l'art. 42 che disciplina le competenze del Consiglio Provinciale;

l'art. 71 dello Statuto della Provincia di Pistoia relativo alle attribuzioni, ai compiti e alle competenze dei Dirigenti;

la Deliberazione G.P. n. 235 del 21.12.2000 "Approvazione del regolamento degli Uffici e dei Servizi" al cui art. 10 si individuano le attribuzioni dei Dirigenti dell'Ente;

Il Decreto Legislativo 18/08/2000 n°267 recante "Testo unico delle leggi sull'ordinamento degli enti locali" (TUEL) che, all'Articolo 30 prevede per gli EE.LL. la possibilità di "stipulare tra loro apposite convenzioni" ai fini di "svolgere in modo coordinato funzioni e servizi determinati";

l'art. 8 della L.R. 23 marzo 2000, n. 42, così come modificato, da ultimo, dall'art. 76 della L.R. 29 dicembre 2010, n. 65, che prevede che la Regione, attraverso il piano regionale per lo sviluppo economico (PRSE) di cui alla legge regionale 20 marzo 2000, n. 35 (Disciplina degli interventi regionali in materia di attività produttive), definisca gli obiettivi e le modalità per lo svolgimento delle attività di promozione turistica promuovendo la necessaria integrazione tra gli interventi dei soggetti pubblici e dei soggetti privati;

il "Protocollo d'intesa per la realizzazione e lo sviluppo di un sistema di promozione locale del settore turistico" tra la Provincia di Pistoia e la Camera di Commercio di Pistoia, approvato dalla Giunta Provinciale con atto n. 126 del 04.08.2011;

la deliberazione della Giunta Provinciale n. 44 del 12.04.2012 "Piano di marketing della destinazione turistica per il territorio della provincia di Pistoia" nell'ambito dell'attività di cui al "Protocollo d'intesa per la realizzazione e lo sviluppo di un sistema di promozione locale del

settore turistico" tra la Provincia di Pistoia e la Camera di Commercio di Pistoia - Presa d'atto.

il documento "Piano di marketing della destinazione turistica per il territorio della provincia di Pistoia" (allegato) predisposto dalla Camera di Commercio di Pistoia, con il quale sono state apportate delle integrazioni al Piano sopra citato, e trasmesso con nota del 14.02.2013 (prot. n. 0022966/2013/A class. 09-04) a questa Provincia per le eventuali osservazioni e per la sua formale approvazione;

Considerato che:

che il documento affronta in modo ampio e compiuto una analisi del "prodotto territorio", dei flussi, dei mercati e delle strategie da attuare;

Ritenuto:

di condividere il contenuto del documento suddetto presentato da Camera di Commercio di Pistoia;

di sottolineare la necessità di coordinamento e raccordo con Regione Toscana per l'attività di promozione turistica, in particolare per quanto attiene l'aspetto della partecipazione ad eventi fieristici, in osservanza dell'art. 76 della Legge Regionale n. 65 del 29 dicembre 2010;

di non disporre, al momento, degli elementi utili e necessari per poter determinare l'eventuale cofinanziamento alle attività previste dal "Piano di marketing" in oggetto;

Dato atto:

che il provvedimento è predisposto e formulato in conformità con quanto previsto in materia dalla vigente normativa, nonché nel rispetto degli atti e direttive che costituiscono il presupposto della procedura;

che il presente atto non comporta spese a carico della Provincia e non necessita, quindi, del parere di regolarità contabile, attestante la copertura finanziaria;

Tutto ciò premesso, ritenuto di dover provvedere in merito;

Si propone alla **Giunta Provinciale** di deliberare quanto segue:

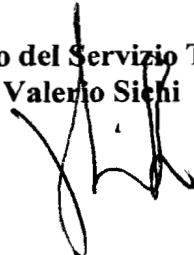
1. di prendere atto e approvare il contenuto del documento "Piano di marketing della destinazione turistica per il territorio della provincia di Pistoia" (allegato) predisposto dalla Camera di Commercio di Pistoia, e trasmesso con nota del 14.02.2013 (prot. n. 0022966/2013/A class. 09-04) a questa Provincia per le eventuali osservazioni e nell'ambito dell'attività di cui al "Protocollo d'intesa per la realizzazione e lo sviluppo di un sistema di promozione locale del settore turistico" tra la Provincia di Pistoia e la Camera di Commercio di Pistoia" di cui alla delibera Giunta Provinciale n. 126 del 04.08.2011;
2. di sottolineare la necessità di coordinamento e raccordo con Regione Toscana per l'attività di promozione turistica, in particolare per quanto attiene l'aspetto della partecipazione ad eventi fieristici, in osservanza dell'art. 76 della Legge Regionale n. 65 del 29 dicembre 2010;
3. di non determinare l'eventuale cofinanziamento alle attività previste dal documento per le motivazioni esposte in premessa;

4. di trasmettere la presente delibera all'ufficio Archivio ed al Servizio proponente e dipubblicarla all'Albo Pretorio on line dell'Ente ai sensi dell'art.32 Legge 6912009;

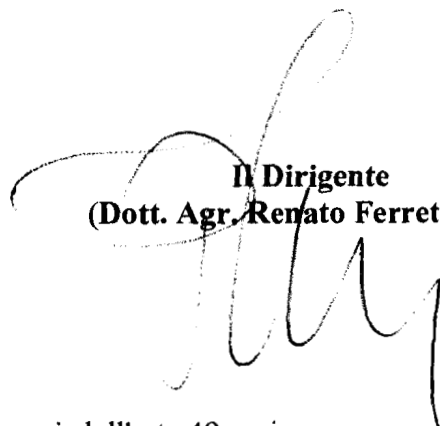
5. di dichiarare il presente atto immediatamente eseguibile, stante l'urgenza di provvedere alla sua attuazione, ai sensi del 4° comma art. 134 del D.Lgs n. 26712000 (TUEL).

Pistoia, 28.03.2013

**Il Funzionario del Servizio Turismo
Valerio Sichi**

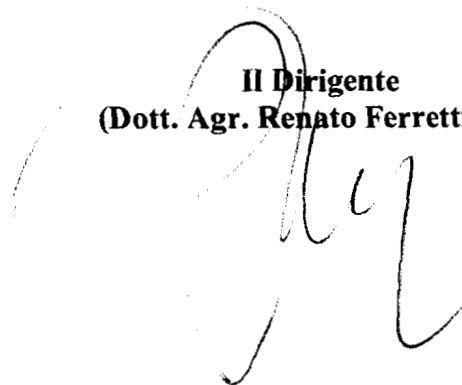


**Il Dirigente
(Dott. Agr. Renato Ferretti)**



Si esprime parere favorevole di regolarità tecnica ai sensi dell'art. 49, primo comma. D.Lgs. n. 267/2000;

**Il Dirigente
(Dott. Agr. Renato Ferretti)**





Camera di Commercio
Pistoia

**CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E
AGRICOLTURA DI PISTOIA**



Pistoia, 14 febbraio 2013
Segreteria generale
Prot. n.
Cat.

All'Amministrazione Provinciale di Pistoia

Area Pianificazione Strategica Territoriale

Corso Gramsci, 110

51100 - PISTOIA

Att.ne dott. Renato Ferretti

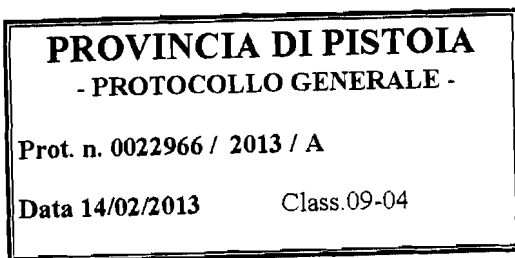
Allegati:

Oggetto: *Invio integrazione al "Piano di marketing della destinazione turistica"*

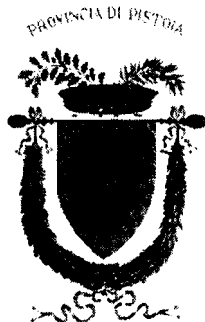
Con propria deliberazione, la Giunta camerale ha approvato, per quanto di competenza, una integrazione al "Piano di Marketing della destinazione turistica", già trasmesso con nota prot. n. 5031 del 29 marzo 2012, nell'ambito del Protocollo d'intesa per la realizzazione e lo sviluppo di un sistema di promozione locale del settore turistico".

Si trasmette, unitamente alla presente, copia della predetta integrazione per le Vs. eventuali osservazioni e per la sua formale approvazione.

Distinti saluti.



Il Segretario generale
(Dott. Daniele Bosi)



Camera di Commercio
Pistoia



**Piano marketing della destinazione turistica
per il territorio della
Provincia di Pistoia
2012-2013**

**Nota integrativa
gennaio 2013**

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long tail.



dottor Carlo Bartolini
turismo@pistoiapromuove.pt.camcom.it

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'C. Bartolini', written in a cursive style.



Indice generale

| | |
|--|----|
| Introduzione..... | 4 |
| Il Piano Promozionale 2013 di Toscana Promozione e le nostre priorità..... | 4 |
| Coordinamento il primo obiettivo..... | 4 |
| "Progetti Paese" di Toscana Promozione per noi prioritari..... | 4 |
| "Progetti Prodotto" di Toscana Promozione per noi prioritari..... | 6 |
| Alcune schede sinottiche esplicative di eventuali progettualità utili al territorio..... | 8 |
| Il web strumento prioritario..... | 10 |
| L'accoglienza turistica (la promozione verso il turista che abbiamo)..... | 10 |





Introduzione

A seguito del piano promozionale di Toscana Promozione 2013 e della sua programmazione operativa di promozione economica, adottata con decreto del Direttore di Toscana Promozione n. 326 del 21/12/2012, dopo il "Piano strategico per lo sviluppo del turismo in Italia - turismo Italia 2020 - leadership, lavoro, sud" presentato dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri - Ministero per gli Affari Regionali il Turismo e lo Sport in data 18 gennaio 2013, vista l'attività svolta nel 2012 dal sistema promo commerciale provinciale e le conseguenziali esigenze del mondo imprenditoriale, confrontandoci con le risultanze dei vari Osservatori Turistici della Destinazione del nostro territorio, ci pare opportuno integrare il "Piano marketing della destinazione turistica per il territorio della Provincia di Pistoia 2012-2013" con alcune istanze provenienti dal mondo delle imprese e delle istituzioni.

La validità strutturale di tale piano resta tuttavia inalterata nella sua visione strategica di medio lungo periodo che pone l'accento sulla promo-commercializzazione anche tramite la valorizzazione dell'intermediazione locale, su un preciso concept del territorio (Toscana originale & Originalità toscana), sull'attenzione ad alcuni prodotti turistici prioritari e sulla ricerca di un approccio operativo basato sulla efficacia degli strumenti, sulla condivisione delle azioni ricercando di valorizzare quelle attività che si integrano con il "sistema" promozionale toscano nel rispetto dei tempi dettati dalle esigenze del mercato turistico.

Il Piano Promozionale 2013 di Toscana Promozione e le nostre priorità

Coordinamento il primo obiettivo

L'attività di Toscana Promozione si articola su alcuni "Progetti Paesi" e nella selezione e valorizzazione di alcuni "Progetti Prodotto". Alcune di queste azioni sono in perfetta sintonia con il "Piano Marketing 2012 - 2013" e dovrebbero essere dal sistema provinciale promo commerciale valorizzate, sostenendo la partecipazione degli operatori locali pubblici e soprattutto privati. Inoltre l'attuale sistema promozionale regionale si muove ricercando e promuovendo la collaborazione tra l'attività stessa di Toscana Promozione e le realtà locali al fine di evitare sovrapposizioni, diseconomie e contrasti d'immagine.

In particolar modo elenchiamo i principali progetti utili al nostro territorio secondo un nostro giudizio di priorità.

"Progetti Paese" di Toscana Promozione per noi prioritari

Progetto Russia e Paesi Est Europa

Toscana Promozione prevede le seguenti azioni: azioni di promozione dell'offerta toscana; workshop ed educational per gli operatori nei segmenti arte, terme, enogastronomia; partecipazione alla MIT di Mosca. Queste attività hanno come obiettivo principale il consolidamento dell'offerta toscana sul mercato russo.

Il nostro sistema locale provinciale, sulla base delle esperienze svolte nel 2012, potrebbe proporsi come riferimento per l'intera Toscana visti i prodotti che esprimiamo (terme, montagna bianca e arte) e la nostra capacità di essere presenti su questi mercati. In particolar modo l'interesse delle nostre aziende è



quello di essere attivi su questi paesi generatori di flussi turistici partendo sicuramente dal bacino di Mosca, ma orientando l'attenzione anche verso le città "minori" della Russia e verso alcuni bacini di domanda turistica come Ucraina e Polonia.

Interessante sarebbe anche iniziare a "sondare" alcuni Paesi dell'est come Polonia, Bulgaria, Estonia, Lettonia e Moldavia per definire nuove opportunità che ad oggi si avvicinano ai nostri prodotti in modo spontaneistico. Ovviamente in questi ambiti territoriali le eventuali missioni di scouting dovrebbero avere un approccio di natura prettamente promo-commerciale (partecipazione a workshop ed azioni B2B).

Progetto Germania e Paesi di lingua tedesca

Toscana Promozione prevede alcune attività: workshop e attività di promozione; educational tour; attività di comarketing; partecipazione a ITB di Berlino. Il loro obiettivo è il consolidamento del sistema toscano sul mercato tedesco.

Come da Piano Marketing Provinciale 2012 - 2013 resta indispensabile per il nostro sistema essere presenti in questo bacino per mantenere le nostre quote di mercato aggredite da una forte concorrenza proveniente da altri sistemi turistici toscani, italiani ed internazionali.

Progetto Nord Europa

Toscana Promozione ipotizza di attivarsi tramite workshop e generiche attività promozionali al fine di consolidare l'offerta toscana su mercato scandinavo.

In aggiunta agli obiettivi territoriali del Piano di Marketing 2012-2013 anche il bacino scandinavo potrebbe essere interessante da riattivare con la nostra presenza coordinata alle progettualità di Toscana Promozione. Inoltre i nostri operatori sottolineano di tenere sotto la massima considerazione i mercati del Regno Unito (WTM, Ski Show etc.), del Belgio ed anche della Danimarca.

Progetto Olanda

Toscana Promozione tramite dei workshop e la partecipazione a Vakantiebeurs di Utrecht individua come obiettivo principale il consolidamento dell'offerta toscana sul mercato olandese. Allo stesso modo, come indicato nel Piano Marketing 2012-2013, l'Olanda resta per il nostro territorio e per alcuni prodotti specifici (ambiente, cicloturismo etc.) un bacino di utenza prioritario che deve essere valorizzato.

Progetto Italia

Toscana Promozione propone una pluralità di azioni promozionali da attivarsi sul mercato nazionale (BIT a Milano, NoFrills a Bergamo, TTI a Rimini) al fine di rafforzare la visibilità dell'offerta turistica sul mercato interno rivolgendosi, in particolar modo, al consumatore finale.

Per quanto ci riguarda il mercato italiano è sempre un obiettivo prioritario. Questa attenzione vale particolarmente per alcuni nostri prodotti: terme,



benessere termale, montagna bianca, montagna verde, cicloturismo, città d'arte etc. . Tramite questa linea di intervento il sistema locale dovrebbe accentuare la propria presenza in Italia e per il prodotto montano anche in Toscana. I "numeri", pur in crisi, evidenziano sempre che il mercato interno resta per noi essenziale e difficilmente sostituibile. Lo stesso Ministero, con il suo recente piano strategico, ha proposto per la prima volta che la stessa Agenzia Nazionale per il turismo si impregni verso la domanda interna; ciò dimostra l'urgente necessità di "coprire" promozionalmente la domanda italiana valorizzando i nostri prodotti turistici. Molte fiere (Bike Festival sul lago di Garda, BTS etc.) insieme ad azioni promo commerciali (road show, work shop, educational etc.) e pubblicitarie sarebbero utili da realizzare per far risaltare le peculiarità turistiche della nostra destinazione.

Altri mercati oggetto di attenzione da parte di Toscana Promozione

Toscana Promozione nel corso del 2013 si attiverà anche verso altri bacini di utenza turistica come Brasile, Cina, India, Nord America. Pur nella validità di un "investimento" di medio lungo periodo per conquistare nuovi mercati in forte via di sviluppo, il Nord America (USA e Canada) resta un mercato di indubbio interesse per la nostra offerta ricettiva anche nel breve periodo. Per questo motivo potrebbe nascere, nel corso dell'anno, un interesse verso questi mercati da parte dei nostri operatori

"Progetti Prodotto" di Toscana Promozione per noi prioritari

Progetto turismo termale

Toscana Promozione pone come prioritario il consolidamento dell'offerta termale toscana nel panorama nazionale ed internazionale.

Come abbiamo sottolineato in ambito termale vi è la necessità di incentivare il posizionamento delle aziende locali sul mercato italiano, sfruttando, inoltre, l'interesse e le potenzialità di sviluppo della domanda russa e di quella derivante dai Paesi dell'Est. In particolar modo sul mercato italiano andrebbe incentivata la domanda finale e quella "sociale". Sul mercato internazionale (Russia in particolare) si dovrebbe, invece, valorizzare il nostro territorio tramite la realizzazione di educational e la partecipazione a workshop ed a fiere da parte dei nostri operatori.

Progetto turismo montagna

Toscana Promozione con la partecipazione allo Ski Show a Londra ed allo Ski Pass a Modena, assieme ad una campagna comunicazionale per la promozione della montagna, intende valorizzare quello che noi abbiamo definito nel Piano di Marketing 21012-2013 prodotto "montagna bianca". Inevitabilmente il sistema turistico locale dovrà coordinarsi a queste azioni partecipando a tali iniziative e, vista l'importanza del prodotto, dovrebbe rafforzarle anche in modo autonomo. Inoltre, per quanto riguarda il prodotto invernale, dovranno essere incentivate

azioni promozionali per rendere appetibili queste esperienze turistiche al target delle famiglie italiane, a quello dei gruppi sportivi ed al turismo bianco scolastico. Ovviamente, oltre ad agire sugli incentivi per abbattere i costi del prodotto, valorizzandone i servizi, dovrà essere pensata una strategia promozionale per rendere edotti i consumatori finali sulle opportunità che il territorio è in grado di offrire (campagna pubblicitaria tradizionale e via web, educational tour etc.).

Progetto turismo natura ed ambiente e Progetto Cicloturismo

Toscana Promozione intende valorizzare quanto è connesso al turismo naturalistico, ambientale e sportivo sia partecipando alla BTS di Montecatini sia sviluppando gli itinerari cicloturistici legati all'evento "Mondiali ciclismo 2013".

Tramite queste progettualità il sistema regionale intende spingere l'immagine del nostro territorio sui circuiti internazionali sfruttando in particolar modo l'evento dei mondiali. A tal fine l'ente di promozione della Regione propone di partecipare all'Eurobike di Friedrichsafen, valorizzando il nostro territorio anche al BCIFI - Florence Bike Festival di Firenze.

Reputiamo indispensabile, quindi, che la nostra provincia si impegni a stimolare le possibili ricadute d'immagine dei Mondiali di Ciclismo, mettendo a sistema la nostra offerta ambientale e sportiva (percorsi di mountain bike, quelli di ciclismo su strada, le opportunità al trekking e quelle legate al moto turismo etc.). Nello specifico sarebbe opportuno promuovere gli eventi e l'offerta legate in particolar modo al cicloturismo tramite azioni di pubblicità sui media di settore e grazie alla partecipazione ad alcune fiere specialistiche come il Bike Festival sul lago di Garda etc.. Inoltre alcune aree specifiche della nostra provincia (la montagna pistoiese, il Padule di Fucecchio, il Montalbano ed i "castella" della Valdinievole etc.) avrebbero la necessità di un'attenzione particolare per sviluppare al meglio le proprie potenzialità legate al cicloturismo ed al turismo sportivo ed ambientale (educational e press tuor, acquisto pubbliredazionali etc.).

Progetto Golf

Il sistema locale golfistico e l'offerta ricettiva ad esso collegata trova un progettualità specifica nell'azione di Toscana Promozione che intende partecipare all'IGTM (la principale fiera del settore) mettendo in rete l'offerta toscana e le sue eccellenze. Anche in quest'ambito il sistema locale provinciale dovrebbe sfruttare queste opportunità, intrecciando la propria promozione anche con i progetti Paesi sopra descritti.

Progetto Arte Cultura Eventi - Progetto via Francigena - Progetti turismo innovativo

Toscana promozione ovviamente si attiverà per valorizzare l'offerta culturale e gli eventi della regione, consolidando così l'offerta e promuovendo nuove proposte. Per questo ha ipotizzato di organizzare Art & Tourism a Firenze e di andare all'evento City Fair in Inghilterra. Per la valorizzazione della via Francigena, l'Ente di promozione della Regione si impegna, inoltre, ad assumere un'importante



attenzione tramite il proprio sistema web 1.0 e web 2.0 promuovendo, anche, il festival della Viandanza. Inoltre, insieme alla realizzazione della BTO - Borsa del turismo on line, la Regione vuole stimolare l'individuare e la promozione di nuove forme di turismo. Da questo punto di vista il nostro territorio potrebbe valorizzare la "via Francesca", diverticolo della via Francigena, ma anche prodotti relativamente innovativi come il moto turismo, il turismo su treno & bici o trekking (Porrettana etc.) e le varie proposte turistiche locali secondo un'ottica esperenziale.

Inoltre il nostro territorio dovrebbe dimostrare massima attenzione per la promozione dei propri eventi culturali e sportivi. Questi momenti turistici dovrebbero essere valorizzati tramite azioni on line e grazie a vere azioni specifiche di promo - commercializzazione, oltre che al loro sostegno nella fasi di creazione del prodotto/evento.

Come ci indica lo stesso "Piano strategico per lo sviluppo turistico del turismo in Italia" sarebbe opportuno un'attività di coordinamento tra le varie manifestazioni (agenda degli eventi), valorizzando quei prodotti che, come evidenziato dal Piano Marketing 2012 2013, hanno la capacità di spostare specifici flussi turistici verso la destinazione.

Progetto turismo congressuale

In questo comparto, trascurato dal Piano di Marketing 2012 - 2013 per rispetto dell'attività specifica svolta da altre società specializzate, Toscana Promozione, avendo l'intenzione di creare un Toscana Convention Bureau, parteciperà a "The market", all'IMEX di Francoforte, all'EIBTM di Barcellona ed alla BTC di Firenze. La partecipazione del nostro sistema a questi eventi potrebbe essere considerata come un'attività per far parte del prodotto "congress toscana" valorizzato dalla Regione Toscana.

Alcune schede sinottiche esplicative di eventuali progettualità utili al territorio

Emozioni di benessere toscano

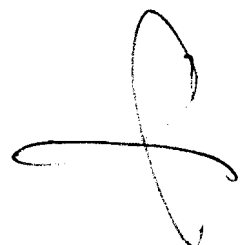
Mercati: Russia & Ucraina

Prodotti: Terme, Montagna Bianca, Lifestile, Golf

- Fiere MITT Mosca marzo 2013 - UITT kieve marzo 2013;
- Educational post fiera per TO meglio se realizzati prima della BTS e/o del Buy tuscany al fine di farli concludere con un work shop nel territorio;
- Media trip per stampa e blogger;
- Acquisto publireddazionale su stampa specializzata e web (web marketing);
- Partecipazione ad eventi promo commerciali nelle città "minori" russe;
- Missioni di scouting promo commerciali nei Paesi dell'Est;

Vivi il bianco in Toscana

Mercati: Italia -Inghilterra





Prodotti: Montagna bianca

- Fiere: Ski & Snowboard Show Novembre 2013 - Skipass di Modena;
- Educationa tour su UK meglio se realizzati prima della BTS e/o del Buy tuscany al fine di farli concludere con un work shop nel territorio;
- Media trip su mercato UK;
- Media trip su mercato italiano;
- Blogger tour su mercato italiano;
- Educational per turismo scolastico bianco per mercato italiano;
- Road show in Italia (toscana e centro sud Italia) per turismo scolastico bianco;
- Pubblicità tabellare su riviste areali toscana e centro Italia;

Attivamente in Toscana

Mercati: Germania, Olanda, Belgio, Italia

Prodotti: Natura, ambiente Turismo attivo, Sport e Cicloturismo, Golf, Turismo innovativo (es. moto turismo)

- Fiere: Vakantiebeurs Utrecht - ITB Berlino - RDA Colonia - Eurobike Friedrichshafen, Bike Festival sul lago di Garda;
- Educationa tour su mercati esteri meglio se realizzati prima della BTS al fine di farli concludere con un work shop nel territorio;
- Pubblicità tabellare su riviste areali toscana e centro Italia;
- Blogger tour mercato italiano;
- Materiale promozionale da distribuire durante i Mondiali di ciclismo;
- MKT non convenzionale durante i Mondiali di Ciclismo in Toscana per lanciare sugli ospiti il prodotto ciclo turistico;

Esperienza di Toscana: lifestyle nelle città d'arte minori

Mercati: Germania Olanda Belgio Italia

Prodotti: Arte, cultura ed eventi - Natura, Ambiente turismo attivo, Enogastronomia e lifestyle

- Fiere: ITB Berlino - RDA Colonia - Vakantiebeurs Utrecht - MITT Mosca - WIT Kieve WTM Londra;
- Blogger tour mercato italiano;
- Publi redazionale mercato italiano;
- Mkt non convenzionale in prossimità di "ponti" e/o eventi su Torino, Milano, Bologna, Roma;

Salute e benessere in Toscana

Mercati: Italia

Prodotti: Terme

- Educational con "opinion" e/o "decision maker" del termalismo sociale (Auser, Comuni, Associazioni etc.);
- Educational per TO di settore;



- Web marketing in ambito terme e benessere;
- Blogger tour per lanciare "ponti";
- In prossimità di "ponti" e/o eventi su Roma, Bari, Milano, sulla costa toscana in estate attivare delle azioni di marketing non convenzionale;
- Road show Lazio, Sicilia e Puglia con eventi di presentazione promo commerciali rivolti a medici, enti pubblici, associazioni sociali etc;

Brevi note esplicative

- Le proposte operative prendono spunto dal progetto di sintesi di territorio realizzato da Pistoia promuove e approvato dalle giunte della Camera di Commercio e della Provincia di Pistoia integrate con le progettualità inviate dalla Provincia di Pistoia a Toscana Promozione per redigere il suo Piano Marketing operativo 2013;
- La logica è la valorizzazione dei prodotti turistici del territorio della provincia di Pistoia, anche se sono attività che per prodotto e per interesse possono essere interessanti anche per aree vaste della nostra regione (es. Esperienza di Toscana: lifestyle nelle città d'arte minori ha una validità per tutta l'area vasta Pistoia, Prato Firenze);
- Molte fiere sono presenti in più progetti, ovviamente non si intende una duplicazione della partecipazione e dei costi, ma una valorizzazione di questo momento promozionale utile per una pluralità di prodotti;
- Educational: sarebbe opportuno realizzarli sempre in concomitanza di una borsa di territorio (es. BTS) in modo da concludere l'esperienza promozionale con un vero momento commerciale;
- Blogger tour: sono da attuarsi a seconda del periodo e del prodotto in modo differenziato

Il web strumento prioritario

Il nostro territorio ha la necessità di implementare la propria capacità promo commerciale utilizzando strategie marketing web 1.0 e web 2.0 per valorizzare al meglio la propria visibilità.

In particolar modo vi è la necessità di porre l'attenzione al mercato interno non tralasciando, però, lo sviluppo dei social network rivolti alla domanda estera (es. Russia, paesi dell'est e di lingua anglofone).

Inoltre è da incentivare la collaborazione tra le nostre imprese promo commerciali turistiche ed la piattaforma web creata della Regione.

L'accoglienza turistica (la promozione verso il turista che abbiamo)

Far conoscere ai turisti che abbiamo "in casa" la presenza di eventi, dando loro anche degli strumenti di approfondimento sulle locali evidenze turistiche, resta un momento di promozione indispensabile per un territorio turisticamente orientato.

Un buon approccio all'accoglienza, che incentiva il "passa parola" grazie ad una positiva esperienza turistica, è una strategia vincente attivabile anche con costi relativamente





contenuti.

L'attuale assetto turistico regionale individua nei "Comuni e nelle Province" le istituzioni territoriali preposte alla gestione dell'accoglienza del turista tramite la realizzazione e divulgazione delle informazioni sulla destinazione (strumenti cartacei, applicazioni web etc.). Tuttavia, vista l'attuale situazione economica, è opportuno che l'intero sistema turistico privato e pubblico collabori all'accoglienza turistica in una visione omogenea e coordinata.



Provincia di Pistoia

Pareri ex art. 49 Decreto Legislativo 267/2000

Proposta di deliberazione di Giunta **OGGETTO:**

"Piano di marketing della destinazione turistica per il territorio della provincia di Pistoia" nell'ambito dell'attività di cui al "Protocollo d'intesa per la realizzazione e lo sviluppo di un sistema di promozione locale del settore turistico" tra la Provincia di Pistoia e la Camera di Commercio di Pistoia - Integrazione. Presa d'atto.

**Area Pianificazione Strategica Territoriale
Servizio Pianificazione Territoriale, S.I.T., Cultura, Turismo, Commercio e
Promozione delle Risorse del Territorio, Impianti a fune, Impianti e piste da sci,
Attività estrattive**

PARERE DI REGOLARITA' TECNICA

Si esprime parere favorevole in ordine alla regolarità tecnica della presente proposta deliberativa. Il provvedimento non necessita del parere di regolarità contabile.

Pistoia, 28.03.2013

**Il Dirigente
(Dott. Agr. Renato Ferretti)**

Servizi Finanziari

PARERE DI REGOLARITA' CONTABILE

Si esprime il seguente parere:

- Favorevole
- Il presente provvedimento non necessita del parere di regolarità contabile in quanto non comporta riflessi diretti o indiretti sulla situazione economico-finanziaria e patrimoniale dell'ente
- Non favorevole per le seguenti motivazioni:.....
.....
.....

Pistoia, 4.04.2013

Il Dirigente

Il presente verbale viene letto, approvato e sottoscritto come segue.

IL PRESIDENTE
Dr.ssa Federica Fratoni



IL SEGRETARIO GENERALE
Dr. Franco Pellicci



CERTIFICATO DI PUBBLICAZIONE

La presente deliberazione viene pubblicata all'Albo Pretorio on line dal e vi resterà per quindici giorni consecutivi ai sensi dell'art. 124 – 1° comma – T.U. 267/2000, e ai sensi dell'art. 134 – 3° comma – T.U. N. 267/2000 diventerà esecutiva a seguito della decorrenza del termine di dieci giorni dalla data di pubblicazione.

L'Incaricato della Segreteria

Pistoia,

Registrazione n.
