



Comune di Lamporecchio

Sistema turistico comunale

Aggiornato al 30.04.2015

2014-2019

Sistema turistico comunale

Comune di Lamporecchio

1. PERCHÉ UN SISTEMA TURISTICO COMUNALE?.....	3
2. LA GOVERNANCE TURISTICA IN TOSCANA	3
LA CABINA DI REGIA, IL TAVOLO TECNICO OPERATIVO E FONDAZIONE SISTEMA TOSCANA.....	3
3. DOMANDA TURISTICA	5
ANALISI QUANTITATIVA DEI FLUSSI.....	5
TABELLA DELLE PRESENZE TURISTICHE NEL COMUNE DI LAMPORECCHIO DAL 2000 AL 2014	5
TABELLA DELLE PRESENZE TURISTICHE ITALIA-ESTERO DAL 2000 AL 2014.....	6
ANALISI QUALITATIVA DEI FLUSSI	8
INDAGINE SU INDICE DI GRADIMENTO	9
TIPOLOGIE DI TURISMO ATTUALI	9
4. OFFERTA TURISTICA TERRITORIALE	10
RISORSE ARTISTICHE, STORICHE, CULTURALI	10
RISORSE ENOGASTRONOMICHE	11
PUNTI PANORAMICI	12
OFFERTA SPORTIVA.....	12
TREKKING E PASSEGGIATE.....	14
OFFERTA CONGRESSUALE	15
5. ACCOGLIENZA: DOVE DORMIRE E MANGIARE SUL TERRITORIO.....	15
STRUTTURE TURISTICO-RICETTIVE	15
RISTORAZIONE	16
GENERI ALIMENTARI, PRODOTTI TIPICI.....	17
6. CARD DEL TURISTA.....	17
7. EVENTI E MANIFESTAZIONI	17
8. TRADIZIONI LOCALI.....	18
OLIO.....	18
VINO	18
BRIGIDINI E BERLINGOZZO	18
RICAMO	19
9. TRASPORTO E VIABILITÀ	19
10. PROMOZIONE TURISTICA COMUNALE	21
SITO WEB	22
PARTECIPAZIONE A EVENTI FIERISTICI E ORGANIZZAZIONE DI EDUCATIONAL TOUR	22

ALTRI CANALI DI PROMOZIONE	23
11. CONDIVISIONE DI OBIETTIVI E FORMAZIONE TURISTICA	24
CONDIVISIONE DI OBIETTIVI E INFORMAZIONI	24
FORMAZIONE TURISTICA	24
12. ACCOGLIENZA TURISTICA.....	24
PUNTI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA.....	25
SERVIZI DELL'UFFICIO TURISTICO	25
MATERIALE INFORMATIVO.....	26
13. SERVIZI AL TURISTA.....	27
EMERGENZA SANITARIA	27
POLIZIA E CARABINIERI	28
POLIZIA MUNICIPALE	28
VIGILI DEL FUOCO.....	28
PRONTO INTERVENTO ANIMALI.....	28
FARMACIE.....	28
SERVIZI PER PORTATORI DI HANDICAP.....	29
BANCHE E UFFICI POSTALI.....	29
14. GESTIONE DEL TERRITORIO.....	29
15. PROSPETTIVE TURISTICHE COMUNALI E SOVRA-COMUNALI.....	30
16. CERTIFICAZIONE AMBIENTALE	31
17. BRAND "LAMPORECCHIO"	31
18. SCHEMA DI SINTESI DEL SISTEMA TURISTICO DEL COMUNE DI LAMPORECCHIO.....	32

1. Perché un sistema turistico comunale?

Il sistema turistico comunale (STC) che questa Amministrazione intende realizzare ha come fondamento un'offerta coordinata di ricettività, servizi di trasporto, ristorazione e risorse di eccellenza che vanno dalle bellezze paesaggistiche e naturali al patrimonio culturale e sociale che ci consentiranno di creare un vero e proprio marchio di "Lamporecchio". Fra gli aspetti che contribuiscono a rendere unico il nostro marchio c'è il patrimonio naturale, alla cui cura e manutenzione spetta un ruolo egemone all'interno del sistema turistico.

Proprio per la complessità e l'articolazione che un sistema turistico possiede, abbiamo deciso di realizzare un piano che fotografasse la situazione attuale di ogni sua componente, inserendo per ogni sezione le azioni operative e progettuali che intendiamo realizzare, con la dovuta premessa di intendere questo lavoro come un progetto aperto alla condivisione e alle modifiche che nasceranno inevitabilmente dal contesto esterno che muta velocemente.

2. La governance turistica in Toscana

Prima ancora di analizzare la situazione del settore turistico a Lamporecchio, è più opportuno avere ben chiaro il quadro generale delle funzioni e dei ruoli nel settore della *governance* turistica della Regione Toscana.

La *governance* turistica regionale ha subito una netta trasformazione a seguito dello scioglimento delle Agenzie per il Turismo (APT) operato dalla legge finanziaria della Regione Toscana per il 2011 (L. R. 29 dicembre 2010, n. 65).

Scopo della riforma è stata la riorganizzazione del sistema turistico regionale con la redistribuzione delle funzioni soprattutto in materia di promozione turistica: mentre, infatti, sono state lasciate intatte le funzioni d'informazione e accoglienza attribuite alla Provincia, si è operata una profonda trasformazione nel sistema della promozione, ricondotta in un'ottica di *brand* regionale allo scopo di ottenere, dall'unità, un maggior peso competitivo rispetto al passato.

Sulla base di queste linee di indirizzo, è stato creato un nuovo soggetto, **Toscana Promozione**, responsabile e principale attore della promozione dell'intera offerta turistica regionale.

La cabina di regia, il Tavolo tecnico operativo e Fondazione Sistema Toscana

Parallelamente alla definizione di nuovi ruoli e strategie in merito al settore turistico, sono state definite le funzioni della **Cabina di regia**, composta dagli assessori provinciali al turismo e presieduta dall'Assessore regionale al turismo. Della Cabina di regia fanno parte, grazie a un protocollo d'intesa firmato nel 2011, anche il Presidente di Unioncamere Toscana e i Presidenti delle camere di Commercio.

Nata per assicurare il raccordo fra le esigenze di carattere locale e le attività di competenza regionale, la Cabina di regia ha la funzione fondamentale di identificare le strategie di medio periodo per la promozione turistica, determinare le attività di monitoraggio e verifica dei risultati conseguiti.

Le Province, nello specifico, hanno la funzione essenziale di raccogliere ed elaborare le istanze provenienti dai Comuni e di proporle, quali unici soggetti titolari, alla Cabina di regia.

Il **Tavolo tecnico operativo** ha lo scopo di tradurre le indicazioni strategiche della Cabina di regia in obiettivi operativi, costituendo una vera e propria rete di riferimento sul territorio. Ne fanno parte il Settore Politiche del Turismo della Regione Toscana, i referenti per il turismo delle singole province, Toscana Promozione, Fondazione Sistema Toscana, Unioncamere Toscana. Il Tavolo tecnico operativo imposta inoltre il rapporto fra le singole province e la **Fondazione Sistema Toscana**. Quest'ultima è una fondazione creata nel 2005 allo scopo di promuovere il territorio con gli strumenti della comunicazione multimediale, creando progetti nell'ambito del web 2.0 e della comunicazione digitale, del marketing territoriale e della promozione turistica, soprattutto mediante il sito <http://www.turismo.intoscana.it>.

3. Domanda turistica

Analisi quantitativa dei flussi

L'analisi della domanda turistica del comune di Lamporecchio permette di rispondere ad alcune importanti questioni di tipo quantitativo come, ad esempio, il numero totale di turisti nell'anno, la nazionalità, la tipologia del pernottamento scelto, la permanenza media.

Riguardo all'analisi dei flussi turistici, è necessario precisare che il Testo unico sul turismo (Legge Regionale 23 marzo 2000, n. 42) stabilisce che la funzione statistica dei dati, ovvero la loro raccolta, analisi, elaborazione e pubblicazione debba essere compito della Provincia (art. 3). La provincia di Pistoia, nella fattispecie, pubblica periodicamente i flussi turistici relativi ai singoli comuni su:

http://www.provincia.pistoia.it/STATISTICA/TURISMO/El_statistiche_Turismo.htm.

Partendo dall'analisi dei dati pubblicati dalla provincia di Pistoia, il Comune di Lamporecchio si attesta da oltre dieci anni al terzo posto nella Provincia di Pistoia in quanto a presenze turistiche annuali, preceduto solo da Montecatini Terme (seconda a livello regionale) e Pistoia. Di seguito i numeri del 2014:

<i>Comune</i>	<i>Presenze totali 2014</i>
<i>Montecatini Terme</i>	<i>1.667.883</i>
<i>Pistoia</i>	<i>124.231</i>
<i>Lamporecchio</i>	<i>108.889</i>

Se, anziché le presenze, considerassimo gli arrivi, le valutazioni cambierebbero nettamente: nel 2014, infatti, Lamporecchio si attesta solo al settimo posto all'interno della Provincia di Pistoia con 18.589 arrivi. Questo dato è molto rilevante perché evidenzia che il soggiorno del turista sul nostro territorio è più lungo rispetto ad altri comuni, con una permanenza media di cinque giorni.

Tabella delle presenze turistiche nel Comune di Lamporecchio dal 2000 al 2014

Un'analisi della variazione dei dati durante gli anni dimostra che, a fronte di un quadriennio con elevate presenze (2007-2011), negli ultimi anni le presenze si sono assestate sulle 108.000-110.000 presenze ad esclusione dell'anno appena concluso per cui la situazione risulta più difficile. Infatti, i dati del 2014, hanno dato prova delle difficoltà che questa stagione turistica ha subito: il maltempo e il perdurare della

crisi sono le prime cause a cui imputare il generale calo delle presenze turistiche che ha coinvolto tutta la provincia di Pistoia e, più in generale, tutta la regione, soprattutto la zona costiera.

Anno	Presenze totali	Variazione %
2014	108.889	-1.71
2013	110.786	2.38
2012	108.214	-16.39
2011	129.425	4.93
2010	123.345	-9.63
2009	136.482	-4.86
2008	143.459	4.58
2007	137.200	18.58
2006	115.725	15.78
2005	99.954	-7.11
2004	107.600	8.03
2003	99.605	-15.23
2002	117.504	17.69
2001	99.845	-40.06
2000	166.586	136,55

Tabella delle presenze turistiche Italia-Estero dal 2000 al 2014

Il confronto fra le presenze turistiche italiane e quelle estere conferma un dato ormai noto: il turismo presente sul nostro territorio comunale è soprattutto straniero. L'analisi dei dati storici dimostra che, oltre al picco di presenze nel 2000 (anno del Giubileo), è stato il periodo 2007-2011 a raggiungere il livello più alto di presenze straniere. Negli ultimi due anni il dato si è assestato intorno alle 100.000 presenze annuali, con un calo rispetto al periodo precedente.

Il turismo italiano, seppur con numeri nettamente inferiori, ha subito lo stesso andamento del turismo straniero, con un picco nel periodo 2007-2011 e un netto calo nel 2012, 2013 e 2014.

<i>Anno</i>	<i>Italia</i>	<i>Eestero</i>
2014	8.639	100.250
2013	7.791	102.995
2012	7.342	100.872
2011	13.194	116.231
2010	12.154	111.191
2009	18.044	118.438
2008	15.195	128.264
2007	19.462	117.738
2006	14.440	101.285
2005	11.183	88.771
2004	10.703	96.897
2003	10.875	88.730
2002	10.836	106.668
2001	6.988	92.857
2000	12.850	153.736

Tabella delle presenze turistiche: alberghiero VS extra alberghiero

Il confronto fra i dati del settore alberghiero ed extra alberghiero mostra un quadro alquanto dinamico, poiché le presenze del settore alberghiero risultano essere generalmente più variabili. Se permane la valutazione fatta in precedenza riguardo al quadriennio 2007-2011 in cui si attestano le presenze più alte, nel 2012, per esempio, il settore alberghiero ha subito un forte aumento rispetto all'anno precedente, mentre il settore extra alberghiero è rimasto pressoché invariato. Nel 2006 mentre nel settore extra alberghiero si riscontra un aumento dell'8,7%, le presenze dell'alberghiero vedono un picco del 44% rispetto all'anno precedente.

Anno	Alberghiero	Extra alberghiero
2014	12.070	96.819
2013	13.277	97.509
2012	7.265	97.370
2011	21.247	108.178
2010	19.261	104.084
2009	20.833	115.649
2008	22.626	120.833
2007	22.068	115.132
2006	15.952	99.773
2005	8.833	91.121
2004	10.401	97.199
2003	11.875	84.493
2002	10.224	107.280
2001	7.577	92.268
2000	14.385	152.201

Analisi qualitativa dei flussi

Insieme ai dati quantitativi dei flussi, è di fondamentale importanza raccogliere informazioni qualitative al fine di creare una sorta di identikit del turista che soggiorna nel comune di Lamporecchio. Le principali domande a cui rispondere sono: quali tipi (target) di clientela sono venuti? Da dove? Quali erano le loro motivazioni? Cosa è piaciuto loro in particolare? Cosa è piaciuto di meno?

Le informazioni finora in possesso sono scarse e unicamente riconducibili agli accessi presso l'ufficio turistico di San Baronto. I dati ricavati, seppur parziali, informano che il turista sul territorio comunale è soprattutto:

– straniero;

- europeo (tedesco, olandese e francese);
- amante della campagna;
- alla ricerca di informazioni sul nostro territorio (luoghi di interesse, eventi);
- amante dei sentieri e delle passeggiate.

Indagine su indice di gradimento

Situazione attuale. Come anticipato nel paragrafo precedente, in passato non è mai stata effettuata un'operazione strutturata e continuativa volta a individuare la tipologia di turista che sceglie il nostro territorio per la sua vacanza, per cui i dati in possesso sono pochi, parziali e incompleti.

Azioni da promuovere. Data la sua utilità, si rende necessario approfondire questo tipo di indagine dandole una struttura ben definita e creando una pianificazione della raccolta dei dati in modo da costruire nel corso delle stagioni turistiche un preciso identikit del turista presente sul territorio del Comune di Lamporecchio.

Sono soprattutto due i momenti in cui è possibile ottenere, attraverso intervista scritta o orale, informazioni dai turisti: nelle strutture turistico-ricettive e presso l'ufficio turistico.

In funzione delle informazioni desiderate, saranno due le operazioni da compiere: sarà elaborato un questionario scritto da proporre, a campione, agli ospiti nelle strutture con la seguente richiesta di informazioni:

- data e durata del viaggio;
- obiettivi del viaggio;
- mezzo di trasporto;
- modo ricettivo;
- attività durante le vacanze;
- motivazioni, aspettative, grado di soddisfazione;
- perché si è scelto questo luogo di villeggiatura;
- dati statistici (età, sesso, livello di studi, luogo di residenza principale).

Dei turisti presso l'ufficio turistico verranno raccolte e conservate in modo organizzato numero di accessi, provenienza, richieste specifiche.

La conoscenza della tipologia di turista che deriva da una raccolta coerente e organizzata dei dati qualitativi è il punto di partenza di ogni futura azione migliorativa del sistema turistico comunale e, naturalmente, delle relative campagne promozionali.

Tipologie di turismo attuali

I dati qualitativi raccolti sono di fondamentale aiuto anche, e soprattutto, per identificare le tipologie di turismo già presenti sul territorio comunale e definire quelle "possibili", ovvero che necessitano di uno sviluppo totale o parziale.

Pur nella natura incompleta delle informazioni finora a nostra disposizione, possiamo partire dalla considerazione che esistono principalmente due tipologie di turismo presenti sul nostro territorio:

turismo storico, culturale e artistico: si tratta del turista che sceglie il nostro territorio anche per la posizione strategica che gli consente di raggiungere facilmente le principali città d'arte della Toscana (Firenze, Vinci, Lucca, Siena, Pistoia).

turismo enogastronomico: si tratta del turista interessato a conoscere le realtà enogastronomiche di una particolare area; tra le altre attività presterà particolare attenzione a frequentare ristoranti o aziende che propongono piatti, prodotti tipici e vini del territorio e a visitare le cantine e le aziende agroalimentari aperte al pubblico.

4. Offerta turistica territoriale

L'offerta turistica del sistema turistico comunale è composita e trasversale: a formarla concorrono, infatti, non solo le attività strettamente turistiche, ma anche un insieme di attività complementari e fattori di natura non strettamente economica, quali le risorse dell'ambiente naturale, le risorse artistiche, culturali e le tradizioni, i servizi e i trasporti.

La nostra offerta turistica va dunque valutata sotto un raggio più ampio possibile, in considerazione dei molteplici aspetti che concorrono a formarla e che spesso risultano inosservati. Di seguito sono riportate le macro-risorse del nostro territorio, e di ciascuna viene sottolineata la situazione esistente e le possibili azioni migliorative.

Risorse artistiche, storiche, culturali

Le risorse artistiche, storiche e culturali, insieme a quelle enogastronomiche e paesaggistiche, costituiscono i principali elementi dell'offerta turistica locale, che il turista sul nostro territorio, perlopiù straniero e interessato a un turismo culturale ed enogastronomico, deve essere in grado di conoscere e fruire nella maggior misura possibile. I luoghi di interesse si trovano su tutto il territorio comunale, appartenenti a epoche e stili artistici diversi, a testimonianza di una lunga e ricca storia: le torri medievali di Porciano, la cripta della chiesa di San Baronto, le opere di Della Robbia, la villa Rospigliosi e la villa di Papiano, il teatro comunale raccontano il territorio di Lamporecchio e le sue colline.

Situazione attuale. La maggior parte delle risorse artistiche e storiche si mostrano al turista in modo frammentario, soprattutto a causa della mancanza di un'informazione turistica strutturata e di un'accessibilità carente e frammentaria delle risorse in questione.

In molti dei luoghi di interesse storico e culturale, sono presenti cartelli informativi con QR code, installati qualche anno fa, che rimandano alle informazioni sul sito internet del Comune.

Azioni da promuovere. Nei primi mesi di attività ci siamo attivati per raccogliere e verificare i dati sul campo, creando un database dettagliato delle risorse artistiche, storiche e culturali presenti sul territorio al fine di avere un quadro completo delle risorse. Di ciascun luogo è stato verificato lo stato, l'accessibilità e la visibilità riportandone nota in un'analisi SWOT, in particolare rilevandone: indicazioni per raggiungerle, orari di apertura, presenza di informazioni turistiche (cartellonistica interna ed esterna multilingue, targhette, pannelli, ecc.).

Sulla base di questi dati, ci attiveremo per realizzare specifiche azioni di miglioramento della fruibilità turistica di questi luoghi, impostandone una comunicazione chiara e condivisa. È necessario, soprattutto, inserire questi luoghi in un percorso ragionato corredato da materiale informativo cartaceo e informazioni sul sito web.

L'investimento sulle risorse artistiche, storiche e culturali è necessario affinché il turista, scoperti i punti di interesse del nostro comune, introduca durante il soggiorno anche la visita a questi luoghi aumentando così il tempo trascorso sul territorio. Questo comporterebbe una probabilità più alta che il turista "investa" tempo e denaro nelle attività del territorio: ristoranti, bar, negozi in genere; insieme all'aumento della qualità dei servizi offerti, una maggior soddisfazione del turista che, in questo caso, diventerebbe portavoce di opinioni positive, virtuali o concrete.

Risorse enogastronomiche

Le risorse enogastronomiche non sono solo da ricondurre alla ricerca di prodotti e piatti tipici, ma vanno intese in una dimensione ben più ampia, considerate come vere e proprie fonti di conoscenza dell'identità di un luogo, capaci di differenziarlo da mete turistiche concorrenti.

Si deve immaginare il turista enogastronomico come colui disposto a spostarsi per conoscere una produzione agroalimentare, entrare in contatto con il produttore, visitare l'area e degustare, magari acquistando i prodotti. Importante risulta in questo senso l'esperienza, l'evento collegato al prodotto.

Anche il nostro territorio è ricco di prodotti locali che ne rappresentano l'identità e ai quali sono collegate solide tradizioni: basti pensare a prodotti come i brigidini, il berlingozzo, il croccante, il vino, l'olio, le marmellate, il miele.

Situazione attuale. Attualmente il territorio non offre opportunità organizzate e strutturate di conoscere i prodotti enogastronomici principali, fatta eccezione per la Fiera del Brigidino di agosto. Il turista, durante il suo soggiorno, può trovarli nei negozi, probabilmente ne viene a conoscenza con strumenti propri (guide, informazioni su internet).

Azioni da promuovere. Vista la ricchezza del settore enogastronomico e la sua generale capacità di espansione, abbiamo impostato un database dei prodotti enogastronomici principali, anche in chiave di analisi SWOT. Al fine di avviare operazioni volte alla promozione di questi prodotti, ci siamo attivati anche per:

- creare un database delle aziende dolciarie e agroalimentari per verificare, e in caso negativo, implementare, visite alle aziende o coinvolgimento negli eventi organizzati.
- creare un database delle aziende agricole e dei relativi prodotti, specificando soprattutto se svolgono degustazioni o visite all'azienda, pensando a un loro coinvolgimento in eventi e manifestazioni affinché possano promuovere i loro prodotti.

È necessario, soprattutto, creare opportunità strutturate e organizzate che aumentino la possibilità per il turista di conoscere i prodotti locali. Di seguito alcune proposte pilota da organizzare mediante la collaborazione dell'ufficio turistico:

- ❖ organizzare degustazioni o aperitivi a turno nei vari agriturismi o aziende agricole che coinvolgano i turisti presenti sul territorio;
- ❖ creare opportunità durante tutti gli eventi della stagione turistica con possibilità di degustare i principali prodotti enogastronomici e i prodotti agricoli delle aziende del territorio comunale;
- ❖ attuare operazioni atte ad aumentare la promozione turistica in lingua inglese della Fiera d'Agosto e di tutti gli eventi in calendario durante la stagione turistica.

Punti panoramici

Uno dei punti di forza del nostro territorio comunale è sicuramente il Montalbano, con la sua fisionomia, la vegetazione, gli immancabili scorci, i panorami e i cobri che mutano nel corso delle giornate e al variare della luce. Il turista che costeggia il crinale del Montalbano può incontrare numerosi punti panoramici, di cui è necessario aumentare la fruibilità. Di seguito sono indicati i principali, da cui è possibile godere la vista sulla pianura circostante:

- Porciano, davanti la chiesa di San Giorgio
- San Baronto, zona Indicatore
- zona del "Verginino", presso il parcheggio

Situazione attuale. Al momento non sono presenti indicazioni presso questi o altri luoghi panoramici.

Azioni da promuovere. Individuati i punti paesaggistici di rilievo, è necessario posizionare un pannello con uno skyline che guidi e orienti il turista nell'individuazione dei principali luoghi visibili, che siano città, borghi, elementi naturali.

Offerta sportiva

Il Comune di Lamporecchio ha una tradizione sportiva importante, legata soprattutto al ciclismo: è importante ricordare, per esempio, che San Baronto è stato proclamato nel 1995 patrono dei ciclisti toscani; che il territorio, soprattutto collinare, è molto conosciuto per la presenza di percorsi cicloturistici ormai noti e visitati da una moltitudine di amatori e professionisti; che esiste sul territorio un'elevata presenza di ciclisti professionisti, nativi o adottivi, che nel corso del tempo hanno ottenuto notorietà in questo sport e che ancor oggi vi si dedicano in gradi e modi diversi.

È interessante sottolineare, inoltre, come di recente tutto il territorio comunale, soprattutto la frazione di Mastromarco, è stato al centro dell'attenzione nazionale e internazionale per la vittoria e il successivo festeggiamento del Tour de France di Vincenzo Nibali.

Per tutti questi motivi, il settore del cicloturismo merita dunque un'attenzione ancora sottovalutata, con servizi da incrementare e itinerari da comunicare in modo ottimale.

In questa sezione, indicheremo ulteriori offerte sportive presenti sul territorio comunale oltre al cicloturismo: si tratta di attività e impianti sportivi che, se individuati e sviluppati, possono rappresentare un ottimo servizio per il turista, nonché offerte turistiche da potenziare.

Cicloturismo

Per definire i servizi e le possibilità che un appassionato di cicloturismo può trovare sul territorio comunale di Lamporecchio, è stato creato un database completo dei centri che offrono servizi dedicati, con particolare attenzione a identificare: centri noleggio, vendita e riparazione biciclette, attività che organizzano iniziative legate alla bicicletta.

Azioni da promuovere. Sebbene, come detto precedentemente, la risorsa del cicloturismo meriti un trattamento più approfondito e uno sviluppo più articolato, alcuni dei punti che è necessario promuovere sono: ♦ la creazione e la messa in rete di un circuito di attività specializzate (strutture ricettive, attività di vendita, riparazione o noleggio bici); ♦ l'individuazione di itinerari, percorsi e servizi per ciclisti presenti nel territorio che andranno a comporre l'offerta cicloturistica; ♦ l'organizzazione di una comunicazione chiara ed efficace dei servizi e delle attività svolte.

Un'altra opportunità per l'offerta cicloturistica che è necessario sviluppare consiste nell'individuazione di una rete di contatti con le squadre ciclistiche professioniste che possono utilizzare i percorsi cicloturistici del territorio in vista della preparazione e degli allenamenti precedenti alla stagione ufficiale, alloggiando nelle strutture ricettive situate sul territorio.

Nuoto

Situazione attuale. La piscina intercomunale ha a disposizione una piscina coperta aperta tutto l'anno, una piscina esterna con ampio spazio verde aperta nel periodo estivo. Attualmente viene frequentata principalmente da persone del luogo o dei comuni limitrofi.

Azioni da promuovere. La piscina intercomunale ha un alto potenziale in termini di sviluppo turistico, in quanto può svolgere un ulteriore servizio per i turisti, soprattutto nel caso alloggino in strutture ricettive che non ne siano provviste. Per questo ci attiveremo per:

- sviluppare il collegamento all'interno del sistema turistico, per esempio incentivando l'attivazione di convenzioni e sconti con le strutture ricettive;
- informare le strutture degli orari, delle tariffe e dei servizi della piscina affinché sia fruibile dai loro ospiti.

Come per il settore cicloturistico, un'interessante opportunità in questo settore è l'individuazione di destinatari, quali squadre di nuoto o pallanuoto, interessate alla preparazione sportiva presso la piscina intercomunale, approntando un collegamento e un progetto che preveda l'alloggio sul nostro territorio.

Pesca

Situazione attuale. Sul territorio è presente un lago privato che organizza gare di pesca sportiva che, al momento, viene frequentato da appassionati locali e dei dintorni.

Azioni da promuovere. Anche in questo caso, è importante sviluppare il potenziale turistico di questa struttura, soprattutto: contattando la struttura per conoscere tutti i servizi offerti in aggiunta alle gare sportive, oltre che modalità e tempi di accesso al lago; informandone le strutture della possibilità offerta.

Tennis

Situazione attuale. Nella zona del campo sportivo I Giardinetti e attiguo al Parco Storico Rospigliosi, si trova un tennis club privato che noleggia il campo. Attualmente il campo ha una frequentazione di fruitori locali.

Azioni da promuovere. È importante sviluppare il potenziale turistico di questa struttura, soprattutto contattandola per conoscere tutti i servizi offerti, e informandone le strutture della possibilità offerta. Ci attiveremo inoltre per creare opportunità di convenzioni con gli ospiti delle strutture turistico-ricettive.

Calcio

Situazione attuale. I campi di calcio e calcetto presenti sul territorio, a gestione pubblica o privata, sono quattro, dislocati in prossimità del centro di Lamporecchio e nelle frazioni.

Azioni da promuovere. Oltre ad essere opportunità per gruppi di turisti che si trovano sul nostro territorio, può essere interessante sondare l'opportunità di creare un database di squadre di calcio professioniste interessate a effettuare il ritiro pre-stagione sul nostro territorio.

Equitazione

Situazione attuale. Da tempo relativamente breve, è presente sul nostro territorio un maneggio che organizza lezioni, corsi di equitazione e passeggiate. C'è insufficienza di informazione in merito a questa attività, anche in considerazione del suo breve periodo di vita.

Azioni da promuovere. Ci attiveremo per attivare passeggiate di gruppo periodiche da promuovere agli ospiti delle strutture, ed eventi collegati; è inoltre necessario informare le strutture della possibilità offerta sul territorio a integrazione dei servizi offerti da loro stessi.

Trekking e passeggiate

La ricchezza ambientale dei nostri territori offre opportunità di veri e propri percorsi trekking, basti pensare ai numerosi tracciati, presenti sul Montalbano, che possono essere fruiti con mountain bike, a cavallo o a piedi.

Situazione attuale. L'attuale situazione di questi tracciati risulta essere alquanto critica, sebbene siano costante oggetto di interesse e richiesta da parte dei turisti, così come dimostrano i dati, seppur parziali, raccolti all'ufficio turistico durante l'ultima e le precedenti stagioni turistiche. Le problematiche riguardano soprattutto lo stato e la manutenzione dei tracciati, al momento fuori controllo, e il materiale come cartine e mappe, che oggi risulta datato e dunque non affidabile, se non preceduto da verifica.

Azioni da promuovere. Vista la centralità dell'argomento, che può rappresentare un'importante offerta turistica purtroppo ad oggi sottovalutata, una proposta di azioni da intraprendere potrebbe essere:

- identificare pochi tracciati di interesse paesaggistico e culturale che possano essere facilmente mantenuti così da creare un "progetto pilota" a cui aggiungere gli altri in modo graduale, anche in considerazione dell'effettiva domanda e richiesta da parte dei turisti sul nostro territorio;

- verificare la segnaletica e apportare azioni a riguardo in caso di assenza o, aspetto critico, presenza di segnaletica obsoleta che può generare confusione in chi non conosce i nostri territori;
- impostare su questi tracciati un controllo costante soprattutto finalizzato al monitoraggio della segnaletica e della pulizia periodica;
- promuovere formule di collaborazione fra pubblico e privato per la manutenzione dei sentieri.

Alcuni tracciati che potrebbe essere interessante sviluppare sono:

- percorsi brevi e passeggiate verso i luoghi di interesse panoramico (ove sono stati posizionati i pannelli skyline) o culturale (cappella della Madonna delle Grazie, la chiesa di Orbignano, la villa Merrick a Papiano, il castello di Larciano);
- percorsi che dalla collina vanno al capoluogo, ovvero le vecchie strade maremmane che, giunte a Lamporecchio, vanno verso il Padule di Fucecchio.

È necessario, inoltre, definire una classificazione dei sentieri sulla base delle caratteristiche di ognuno, in modo da individuarne il destinatario più adatto (a piedi, a cavallo, in mountain bike, in motocross).

Offerta congressuale

La dicitura “turismo congressuale” include sotto di sé una vasta tipologia di eventi diversi fra loro: il congresso, il convegno, la conferenza, la convention, il seminario, per esempio, differiscono per alcuni decisivi fattori come la frequenza, la regolare o meno ripetizione, la dimensione in termini di partecipanti, il tema trattato.

Situazione attuale. Il territorio comunale dispone di spazi adatti per l’organizzazione di eventi congressuali, localizzati soprattutto nel centro di Lamporecchio. Al momento non è presente una conoscenza strutturata, né tantomeno è stata avviata una promozione specifica.

Azioni da promuovere. Volendo sviluppare questa tipologia di turismo, al momento quasi assente sul territorio comunale, è necessario acquisire la conoscenza delle caratteristiche dell’offerta congressuale in modo da definire i differenti target di domanda e impostare azioni per soddisfare le loro esigenze.

Gli spazi presenti da sviluppare in un’ottica di turismo congressuale sono pubblici e privati. In tal senso, si è provveduto a creare un database con i luoghi idonei dettagliandone le caratteristiche in modo che ne emerga una sorta di “profilo” (dimensioni in termini di numero di partecipanti, tipologia di servizi presenti.). Una volta definita l’offerta, ci attiveremo per creare una rete di contatti al fine di promuoverne le specificità.

5. Accoglienza: dove dormire e mangiare sul territorio

Strutture turistico-ricettive

Il sistema dell’ospitalità, sempre più importante per qualificare l’immagine del territorio e fidelizzare i visitatori, si presenta vario sul nostro territorio comunale.

Situazione attuale. Le strutture ricettive presenti sul territorio hanno caratteristiche diverse e per lo più, tranne rari casi, sono piccole o medie realtà a gestione familiare. Al momento si può rilevare una mancanza di coordinamento, informazione e condivisione continuativi. Di seguito riportiamo i dati forniti dall'ufficio SUAP del Comune di Lamporecchio, aggiornati al 31.12.2014, e relativi alla tipologia e al numero di strutture nel comune di Lamporecchio:

Tipologia	Numero
Alberghi	4
Agriturismi	28
Campeggi	1
Altre strutture	16

Azioni da promuovere. È stato programmato un piano di visite alle strutture allo scopo di conoscerle e impostare un rapporto di comunicazione e supporto con gli operatori affinché ogni stagione turistica futura possa essere un percorso condiviso e dalla più ampia accessibilità possibile. Allo stesso tempo si è provveduto alla:

- creazione di un database delle strutture turistico-ricettive del territorio specificandone soprattutto il tipo di servizio offerto (presenza della piscina, appartamenti o camere), le attività collaterali di interesse turistico (corsi di cucina, degustazioni);
- identificazione delle strutture ricettive per tipologia e zona;
- definizione della distribuzione delle strutture sul territorio comunale così da mostrare le zone in cui la presenza e il flusso turistico sono maggiori.

Ci attiveremo inoltre all'inizio della stagione turistica, da impostare come consuetudine, per richiedere l'invio di una scheda delle attività della struttura da offrire ai turisti, con la richiesta di specificare se sono aperte anche all'esterno. Sarà inviato alle strutture anche un questionario relativo all'indice di gradimento del territorio e sarà gentilmente richiesto loro di sottoporlo ai loro turisti.

Ristorazione

Situazione attuale. Un sistema turistico integrato passa attraverso un ampio raggio di servizi, fra cui, importante, il settore della ristorazione. Sul nostro territorio, in particolare, ci sono numerose attività di ristorazione che offrono una vasta gamma di specialità di cui al momento c'è scarsa conoscenza.

Azioni da promuovere. Vista la sua importanza e varietà, si è provveduto come per i settori precedenti alla creazione di un database dei luoghi di ristorazione suddiviso per tipologia, specificandone soprattutto il tipo di cucina, orari di apertura, periodi di chiusura, particolarità. A seguito di verifica, ci

attiveremo per valutare l'opportunità di favorire e proporre alcune azioni migliorative di servizi a favore del turista (quali, per esempio, l'introduzione del menu bilingue).

Generi alimentari, prodotti tipici

Situazione attuale. Al momento non esiste un quadro chiaro delle attività né tantomeno un loro coinvolgimento strutturato all'interno di una pianificazione turistica.

Azioni da promuovere. Possedere il quadro della rete di attività che producono e/o commercializzano generi alimentari e prodotti tipici, conoscere le loro specificità, gli orari di apertura, consente di acquisire la conoscenza riguardo alla qualità dell'offerta che il turista trova. Ci attiveremo anche per individuare luoghi turisticamente strategici che possano diventare "info corner", con una zona di materiale turistico e informativo sul territorio.

6. Card del turista

Come elemento in forma stabile a sostegno del commercio, lavoreremo per organizzare una **card del turista** quale prodotto di ulteriore promozione del territorio e dei servizi presenti. L'operazione coinvolgerà gli impianti sportivi, commerciali, sanitari e culturali con i quali verranno stabilite convenzioni finalizzate alla creazione di una rete di referenti e attività. Le convenzioni su cui lavoreremo riguarderanno anche le importanti realtà limitrofe frequentate dai turisti presenti sul nostro territorio: il Museo Leonardiano e la Casa Natale di Anchiano, il sistema museale della Valdinievole, le Terme e Pinocchio.

Si tratta di un progetto che sappiamo bene essere delicato e complesso, fattibile solo a seguito di una accurata valutazione operata insieme alle associazioni di categoria e ai singoli soggetti che intervengono nell'operazione.

7. Eventi e manifestazioni

Situazione attuale. Il territorio comunale è sempre stato prolifico di eventi, che però non sono mai stati inseriti in un calendario unico né tanto meno integrati con il mondo turistico.

Azioni da promuovere. Gli eventi e le manifestazioni, parte integrante del sistema turistico comunale, saranno oggetto di particolare attenzione e verranno inseriti in un calendario di eventi fissi e appuntamenti unici. Il calendario verrà promosso in forma generale all'inizio della stagione turistica e in particolare in prossimità degli eventi stessi, incrementando la comunicazione in inglese soprattutto per quegli eventi il cui target può essere allargato ai turisti presenti sul territorio.

Nella fase di programmazione degli eventi, inoltre, è necessario creare una stretta collaborazione con i commercianti e gli operatori turistici al fine di individuare la tempistica e le modalità più opportune per la loro realizzazione.

La promozione avverrà tramite mezzo stampa, sito web e pagine dei social network dedicate e appositamente create. Ci sarà inoltre comunicazione e diffusione puntuale all'ufficio turistico e alle strutture ricettive.

8. Tradizioni locali

Le tradizioni locali, parte integrante dell'offerta turistica comunale, meritano una sezione autonoma poiché il loro sviluppo risulta più complesso e, perlopiù, ancora in fase embrionale.

Olio

Situazione attuale. Le possibilità per un turista di ottenere sul territorio informazioni sulla coltivazione degli olivi o sull'olio sono abbastanza scarse e dettate unicamente dagli operatori o da incontri occasionali: non esiste materiale informativo, visite ad azienda, perlomeno in forma organizzata.

Azioni da promuovere. Per promuovere la conoscenza di questo prodotto, è necessario verificare la presenza di aziende agricole che organizzano visite o incontri sul tema e promuovere queste attività attraverso i soggetti e nei canali appropriati; contattare gli oleifici del territorio per verificare se dispongono di un'accoglienza e di attività turistiche. Chiedere inoltre se la sede di Lamporecchio al momento ha una qualche finalità di questo tipo.

Vino

Situazione attuale. Per il vino vale lo stesso discorso dell'olio: le possibilità di ottenere sul territorio informazioni sono abbastanza scarse e fortuite: non esiste materiale informativo, visite ad azienda, un'organizzazione dell'informazione e della comunicazione di questo prodotto.

Azioni da promuovere. Per promuoverne la conoscenza, ci stiamo attivando per verificare la presenza di aziende agricole e cantine che organizzano visite o incontri sul tema e promuovere queste attività ai soggetti interessati e con i canali appropriati; contattare le enoteche sul territorio e la cantina sociale di Larciano per verificare eventuali iniziative a scopo turistico.

Brigidini e berlingozzo

Situazione attuale. Poche le possibilità di ottenere informazioni anche per berlingozzo e brigidini. I brigidini hanno un ruolo centrale per Lamporecchio, lo hanno reso noto in tutta Italia e hanno avuto un impatto sociale ed economico sul paese visto il numero di persone che in passato, ma ancor oggi, si dedicano alla sua produzione e commercializzazione. Per tutti questi motivi, diventa interessante socialmente e culturalmente pensare l'allestimento di un museo, prima virtuale e poi fisico.

Azioni da promuovere. La fase iniziale, di entrambe queste attività, è la raccolta di tutto il materiale a disposizione da privati e soggetti pubblici, raccolta di materiale cartaceo, strumenti di lavoro, testimonianze. Per promuoverne la conoscenza ai turisti, è necessario organizzare visite ai produttori e

ai laboratori con (ipotesi) una guida che spieghi in più lingue l'iter della produzione e la storia; organizzare degustazioni e occasioni di incontro.

Ricamo

Il ricamo ha una lunga tradizione in tutto il pistoiese e anche nel nostro territorio; sono disponibili alcuni testi di approfondimento e articoli che hanno ripercorso la storia e i vari punti, fra cui il cosiddetto "punto Lamporecchio", legato alla scuola istituita da Laura Towne Merrick.

Azioni da promuovere. Il ricamo è una delle tradizioni locali, insieme a quelle di cui precedentemente si è parlato, da sviluppare per creare una rete di luoghi e opportunità che racconti al turista il nostro territorio. È necessario, in tal senso, valutare l'opportunità di creare un sito web o un museo virtuale appositamente dedicato. In modo propedeutico a questa ipotesi è necessario: raccogliere bibliografia complessiva prodotta; raccogliere testimonianze dirette; raccogliere oggetti ricamati.

9. Trasporto e viabilità

Il Comune di Lamporecchio si trova, geograficamente, in una posizione strategica rispetto alle principali arterie stradali e reti ferroviarie toscane, che consentono a loro volta di raggiungere facilmente i due principali aeroporti toscani di Pisa e Firenze.

Per quanto riguarda il trasporto privato, a nord del territorio comunale si trova l'autostrada A11, (Firenze-Mare) che collega Firenze al litorale tirrenico centro-settentrionale, attraversando la pianura dell'Arno, la piana di Prato e Pistoia, la Valdinievole e la piana di Lucca. A sud, invece, è facilmente raggiungibile la strada di grande comunicazione (SGC) Firenze-Pisa-Livorno, nota anche come FI-PI-LI, che collega Firenze al litorale tirrenico passando per Empoli, Pontedera e, nel comune di Casciana Terme, si biforca in due rami che consentono di raggiungere, rispettivamente, Pisa e Livorno.

Di seguito alcune distanze che separano Lamporecchio dalle arterie stradali sopra citate:

Distanza da A11, uscita Montecatini Terme: 16,5 km

Distanza A11, uscita Pistoia: 19,5 km

Distanza FIPILI, uscita Empoli: 18,6 km

Per quanto riguarda i collegamenti ferroviari, le distanze e i tempi di percorrenza che li separano da Lamporecchio sono simili al trasporto stradale, trovandosi le due principali reti ferroviarie a nord e a sud del territorio comunale: a nord si trova infatti la rete ferroviaria che collega Firenze a Viareggio passando per Pistoia, Montecatini Terme e Lucca, mentre a sud si trova la rete che collega Firenze a Pisa via Empoli e Pontedera.

Di seguito indichiamo le distanze dalle più vicine stazioni ferroviarie:

Stazione ferroviaria di Empoli: 17,1 km

Stazione ferroviaria di Montecatini: 15,4 km

Stazione ferroviaria di Pistoia: 20,5 km

Tutte le stazioni ferroviarie sopra citate sono collegate al centro di Lamporecchio attraverso la linea Blubus, delle aziende Lazzi e Copit: i collegamenti consentono di raggiungere il centro di Lamporecchio attraverso le direttive principali, ovvero le strade provinciali.

Situazione attuale. È necessario osservare che la distribuzione delle strutture ricettive nelle zone collinari del territorio e talvolta su strade secondarie non le rende facilmente raggiungibili con mezzi pubblici, per cui è sempre preferibile lo spostamento con un mezzo proprio, ad esempio in auto o moto.

Azioni da promuovere. A seguito di opportune verifiche di fattibilità e reale necessità, può essere opportuno valutare la necessità di richiedere l'inserimento di un numero maggiore di corse nel periodo estivo, soprattutto in considerazione di tratte maggiormente utilizzate dai turisti.

Considerata, inoltre, la distribuzione delle strutture ricettive e dei principali luoghi di interesse, nonché l'effettiva riduzione delle corse del trasporto pubblico nel periodo estivo, occorre valutare le condizioni per la realizzazione di un servizio che consenta ai turisti di raggiungere in modo capillare i luoghi cardine del territorio comunale. Approfondiremo, perciò, la realizzazione di un progetto che, attraverso la compartecipazione dell'ente pubblico con soggetti privati, preveda un servizio navetta attivo nel periodo estivo che compia un percorso ad anello prestabilito con partenza e arrivo in un unico punto e stazioni di fermata da individuare sul territorio comunale e nelle zone limitrofe. Il servizio navetta potrebbe essere collegato e utilizzato anche in occasione degli eventi sul territorio.

Il Comune di Lamporecchio è raggiungibile:

In Automobile

da Nord e da Sud: autostrada A1 Milano-Roma; a Firenze, A11 Firenze-Mare, uscita a Pistoia o Montecatini Terme.
dal Piemonte o dalla Liguria: A12 della Cisa; a Viareggio, A11 Firenze-mare, uscita a Pistoia o Montecatini Terme.

In treno

Linea Firenze-Lucca-Viareggio: stazione di Pistoia o Montecatini Terme.
Linea Firenze-Pisa: stazione di Empoli.

In autobus

Linee BluBus (unione delle Soc. F.lli Lazzi e Copit).

In aereo

Aeroporto di Firenze, Firenze Peretola
Aeroporto di Pisa, Pisa Galileo Galilei

Taxi

Le aziende di taxi si trovano a Pistoia, Montecatini Terme e Pistoia, consentono di raggiungere il territorio comunale abbastanza velocemente. Può esser utile, a questo scopo, creare un database delle società o cooperative più vicine, soprattutto verificando se sul territorio comunale vi sia la presenza di

aziende che offrono questo tipo di servizio, singolo e a gruppi di servizio di trasporto su prenotazione.

10. Promozione turistica comunale

Internet ha assunto un ruolo *leader* nella maggior parte dei settori della conoscenza, mutandone accessibilità e fruibilità. Fra questi rientra senza dubbio il settore turistico, per il quale è diventato imprescindibile misurarsi oggi con il web 2.0.

In procinto di scegliere una destinazione turistica per la propria vacanza, il turista utilizza immancabilmente internet e gli strumenti offerti per conoscere, visitare virtualmente e valutare l'ipotetica destinazione.

La presenza sul web e la creazione di informazioni *ad hoc* diventano dunque aspetti fondamentali per la promozione di un territorio e delle sue risorse. Occorre valutare, in tal senso, due tipologie di presenze sul web: da una parte ci sono le informazioni create dal soggetto che intende promuoversi, sia un ente che presenta il proprio territorio, un'associazione o una struttura ricettiva. In tutti questi casi, le informazioni sono veicolate e controllate dal soggetto in questione, e i contenuti presentati in un sito web o mediante social network dedicati. La seconda tipologia di presenza sul web riguarda invece le informazioni trasmesse dai soggetti che hanno visitato, usufruito dei servizi del territorio, ovvero dai destinatari a cui è rivolta la comunicazione turistica. Sono questi ultimi che, parlando fra loro, pubblicando messaggi e informazioni, spesso creando community d'interesse, diventano dei creatori d'immagine e fondamentali divulgatori della destinazione. Ecco perché diventa fondamentale lavorare sulla soddisfazione del turista quando si trova sul territorio, e perché questo risulti il primo passo alla

base di qualsiasi operazione di marketing: il primo divulgatore di una destinazione, in senso positivo o negativo, è chi ne ha fatto esperienza.

Sito web

Il primo “biglietto da visita” con cui il sistema turistico comunale può presentarsi su internet è il proprio sito web, per il quale dunque è necessario un’analisi e un monitoraggio della situazione attuale e un programma di modifiche finalizzate ad aumentarne l’efficacia.

Quando parliamo di siti web, tutte le operazioni relative all’analisi e al monitoraggio della situazione attuale rientrano nel cosiddetto SEO, che racchiude tutte le attività di miglioramento e ottimizzazione della presenza su internet di un sito web.

Situazione attuale. I contenuti turistici del territorio sono presenti, parzialmente, in una sezione del sito web del Comune di Lamporecchio intitolata “Il territorio”: sono contenuti in italiano e in parte in inglese corrispondenti ai QR Code posti in prossimità dei luoghi di interesse. Non esiste però, nel sito o altrove, una sezione organizzata che veicoli tutte le informazioni inerenti al settore turistico del nostro territorio.

Azioni da promuovere. Uno strumento semplice, utile e gratuito, imprescindibile a qualunque sito web, è Google Analytics, che consente di analizzare il flusso di visitatori, conoscere le pagine maggiormente visitate, la provenienza e svolgere ulteriori analisi utili e propedeutiche a qualsiasi operazione di miglioramento e investimento. Abbiamo impostato questo strumento da alcuni mesi e, iniziando il monitoraggio, abbiamo avuto la conferma delle numerose visite provenienti da Paesi stranieri o da altre parti d'Italia. Sulla base di questi dati, ci siamo attivati per programmare una serie di modifiche al sito, fra cui:

- lo sviluppo di una sezione dedicata esclusivamente al "Turismo";
- l'impostazione di una sezione in inglese;
- l'incremento delle gallerie di immagini;
- l'inserimento di tutte le informazioni raccolte sulle strutture ricettive, servizi, ristorazione, attività del sistema turistico, in modo che, potenziato, il sito divenga uno strumento unico per veicolare informazioni destinato a tutti i referenti pubblici e privati coinvolti nel sistema turistico comunale;
- la traduzione del sito web in formato *mobile* facilmente consultabile da smartphone o tablet.

Partecipazione a eventi fieristici e organizzazione di educational tour

La partecipazione a eventi fieristici nazionali e internazionali del settore turistico è un momento molto importante di incontro fra il territorio e i professionisti del settore, un'occasione per comunicare e far conoscere il territorio allo scopo di ottenere nuovi mercati turistici.

La presenza e l'informazione turistica può allargarsi, tuttavia, anche a fiere che rientrano in altri ambiti produttivi, in cui può tuttavia risultare utile e produttivo comunicare l'immagine di un territorio quanto più completa ed esauriente possibile, trasmettendo organizzazione ed efficienza.

Situazione attuale. Al momento esiste una partecipazione di privati alle fiere di interesse, senza che vi sia collegamento e coordinamento con l'Ente.

Azioni da promuovere. È necessario, in conclusione, identificare le fiere che rispondano agli obiettivi prefissati e pianificare la partecipazione utilizzando stand di soggetti pubblici o di soggetti privati a cui demandare materiale informativo e quant'altro con la richiesta dell'allestimento di uno spazio apposito. A tal scopo occorre operare una ricognizione dei soggetti pubblici (la Regione Toscana *in primis*), delle associazioni e delle aziende private del territorio (agroalimentari, tecnologiche, ecc.) che partecipano periodicamente a eventi mirati e con cui instaurare questo tipo di collaborazione.

Complementari alle fiere sono gli *educational tour*, che rappresentano un fondamentale supporto conoscitivo del territorio offerto a tour operator e giornalisti che, venuti a conoscenza del prodotto, potranno proporlo al meglio alla propria clientela e ai lettori.

In tal senso è necessario creare legami con la Regione Toscana, affinché il Comune di Lamporecchio possa essere incluso in eventi di questo tipo al fine di promuovere direttamente "sul campo" il territorio.

Un'altra interessante occasione di promozione che ci impegneremo a realizzare sul nostro territorio è il *blog tour*: le caratteristiche dell'evento sono uguali agli educational tour, ma ad esser protagonisti sono i blogger che, conosciuto il territorio e le sue eccellenze, lo racconteranno sui blog e attraverso i loro account social, raggiungendo un pubblico variegato con le modalità "informali" dei nuovi canali di comunicazione.

Altri canali di promozione

Negli ultimi anni internet ha modificato profondamente il concetto di promozione turistica per venire incontro a una tipologia di turista che, spesso in modo autonomo, cerca informazioni diverse da quelle proposte dalle tradizionali campagne promozionali. Si tratta del cosiddetto "marketing non convenzionale" che punta a raccontare la destinazione a parole o con immagini, meglio se a parlare o scattare foto sono gli altri turisti.

Situazione attuale. Attualmente la presenza su social network di questo tipo è quasi del tutto assente, con informazioni inserite talvolta in modo occasionale.

Azioni da promuovere. Ci stiamo attivando per sfruttare al massimo i canali di comunicazione che veicolano questo tipo di messaggi, creando: un profilo dedicato a "Lamporecchio Tourism" su Facebook e Twitter con pubblicazione di contenuti in italiano e inglese. Verificheremo anche l'opportunità di creare un account su TripAdvisor e Instagram.

Ci stiamo attivando, infine, per impostare rapporti di collaborazione con i canali di promozione ufficiali forniti dalla Regione Toscana. È necessario, in tal senso, attuare un monitoraggio dei contenuti relativi al nostro territorio che sono presenti sul sito ufficiale della Regione dedicato al turismo (www.turismo.intoscana.it), promuovendo la pubblicazione e la traduzione di nuovi, soprattutto in specifici periodi.

Ci attiveremo, inoltre, per mettere in contatto gli operatori con gli strumenti di promozione ideati dalla Regione per specifici target di riferimento: un esempio è Vetrina Toscana, un progetto che, operando con piccole e medie imprese del settore del commercio e della produzione agricola, artigianale e manifatturiera, mira a creare un legame stabile fra imprese di produzione e quelle di commercializzazione e a integrare le imprese della rete con l'offerta culturale e artistica del territorio.

11. Condivisione di obiettivi e formazione turistica

Condivisione di obiettivi e informazioni

La collaborazione e la condivisione delle informazioni e degli obiettivi con gli operatori turistici e i soggetti coinvolti nel settore turistico è uno degli aspetti fondamentali di questo sistema turistico. Sono infatti questi soggetti ad avere un rapporto privilegiato con i turisti, ad offrire loro accoglienza, informazione, promozione dell'intero territorio.

Per questo predisporremo, secondo necessità, incontri di informazione e condivisione degli argomenti e degli obiettivi che di volta in volta saranno al vaglio del sistema turistico comunale.

Formazione turistica

La formazione e l'aggiornamento professionale sono indispensabili in settori collegati a internet come quello turistico. Riteniamo per questo importante prevedere momenti di formazione rivolti agli operatori del settore turistico che consentano loro di acquisire gli strumenti per offrire un elevato standard di accoglienza e organizzare una presenza su internet aggiornata e strutturata.

12. Accoglienza turistica

L'accoglienza è un tema centrale nel settore turistico, a maggior ragione lo è nel nostro sistema turistico comunale fatto per lo più di piccole realtà turistiche e commerciali in cui il rapporto personale si fa frequente e dunque fondamentale: il tema dell'accoglienza va considerato da un punto di vista culturale oltre che tecnico, una questione che riguarda tutti, operatori turistici e residenti, poiché ogni soggetto presente sul territorio contribuisce a rendere il territorio più o meno accogliente. Affrontare il tema dell'accoglienza serve, inoltre, per rendere consapevoli i residenti del valore del patrimonio che li circonda.

Sviluppare il tema dell'accoglienza deve essere dunque il primo passo, decisivo, nel nostro sistema turistico comunale. Passo preparatorio precedente a qualsiasi campagna volta alla ricerca della domanda. "Accogliere è fare marketing": spesso i motivi di scelta di una destinazione sono legati alle esperienze precedenti e al passaparola, ma "esperienze precedenti e passaparola" significano che nel territorio qualcuno c'è stato, si è trovato bene, e ne ha parlato, stimolando altri a fare quella stessa esperienza.

L'ufficio turistico del sistema turistico comunale deve prioritariamente ricercare la costruzione e il mantenimento di relazioni, sia come luoghi di ascolto della domanda, sia come strumenti e occasioni di marketing.

Situazione attuale. Attualmente sul territorio esiste solo un ufficio turistico a San Baronto, aperto nel periodo estivo, con la principale funzione di accoglienza e informazione al turista.

Azioni da promuovere. Il sistema turistico comunale, ideato come una rete di collegamenti, prevede la presenza e uno sviluppo capillare di punti di informazione turistica. L'ufficio turistico di San Baronto costituirà il centro della rete di informazioni e il soggetto gestore coordinerà le azioni, gli interventi di cui l'Amministrazione si farà promotrice e ideatrice. La sua apertura sarà ampliata rispetto al passato.

Punti di informazione e accoglienza turistica

Poiché dai dati finora raccolti e relativi agli accessi all'ufficio turistico è emerso che solo 1,5% delle presenze turistiche accedono mediamente all'ufficio turistico di San Baronto, sembra opportuno individuare, come accennato precedentemente, una rete punti di informazione turistica sulla base del flusso dei turisti e della loro concentrazione sul territorio. Di seguito gli uffici e punti di informazione che sono stati individuati:

- ***Ufficio turistico di San Baronto.*** Sarà il principale centro di accoglienza e di realizzazione delle azioni promosse dall'Amministrazione di cui collaborerà alla realizzazione.

- ***Info point*** presso la Biblioteca Comunale di Lamporecchio. Rappresenterà un punto di informazioni in cui il turista avrà a disposizione tutto il materiale informativo presente, chiederà informazioni su eventi, strutture ricettive e quant'altro. Questo info point sarà in continuo contatto e collaborazione con l'ufficio turistico di San Baronto.

- ***Info corner*** localizzati all'interno di locali e attività commerciali da organizzare con un angolo dedicato al materiale informativo sulla zona, agli eventi, provvisti del numero di telefono dell'ufficio turistico di San Baronto, del sito web di riferimento per il turismo e di tutte le informazioni necessarie al turista.

Servizi dell'ufficio turistico

Come anticipato, l'ufficio turistico è il luogo strategico di accoglienza della domanda e deve essere in grado di soddisfare le richieste del turista o del visitatore locale su musei, luoghi di interesse, attività, eventi, ma anche servizi di base, quali informazioni su uffici, banche, farmacie, emergenze sanitarie, trasporti, ecc.

Al soggetto gestore dell'ufficio turistico verrà richiesto di attivarsi per:

- disporre di personale addetto al front office in grado di parlare fluentemente la lingua inglese, meglio se accompagnata dalla conoscenza di una seconda lingua straniera;
- avere una profonda conoscenza del territorio del comune di Lamporecchio, delle zone limitrofe e delle principali città d'arte toscane che sono destinazioni turistiche d'eccellenza;

- avere competenze informatiche, non solo relativamente all'uso del computer, ormai basilari, ma con conoscenza e dimestichezza dei social network, di elementi basilari di marketing territoriale, della gestione di immagini e grafica;
- contribuire all'organizzazione e alla promozione degli eventi e delle attività di degustazione, visite guidate alle aziende, passeggiate con itinerari naturalistici, artistici e culturali. Per ciascuno di questi eventi, dovrà fornire informazioni dettagliate, approfondite, Dovrà In generale, dovrà contribuire alla realizzazione delle attività promosse dall'Amministrazione comunale in ambito turistico;
- avere un contatto diretto con le strutture ricettive, raccogliendo e promuovendo attraverso continuo monitoraggio le iniziative da loro promosse, nonché le istanze da queste ultime sollevate;
- raccogliere e distribuire il materiale informativo del comune e di tutte le zone limitrofe che possano costituire un'attrattiva per i turisti sul territorio;
- saper fornire informazioni ed essere aggiornato su tutti i musei e punti di interesse artistico, storico, culturale o paesaggistico del comune di Lamporecchio con: orari di apertura e informazioni generali, soprattutto su attività inerenti;
- saper prenotare e dare informazioni su principali musei e luoghi di interesse delle aree limitrofe e, più in generale, delle maggiori città turistiche toscane (ad esempio, museo degli Uffizi);
- saper prenotare le strutture ricettive del comune, a seconda delle richieste del turista;
- saper dare informazioni al turista per richieste non solo turistiche: farmacie, medico, banche, ospedali, salute, posta;
- avere conoscenza e sapere dare informazioni puntuali e aggiornate sul servizio di trasporti locale, nonché sugli orari dei treni delle stazioni ferroviarie più vicine;
- organizzare visite guidate su prenotazione in alcuni punti di interesse del comune, in italiano e inglese, da associare anche a escursioni lungo sentieri.

Tutte le attività sopra elencate saranno coordinate dall'Amministrazione comunale sulla base di questo piano di interventi all'interno del sistema turistico comunale.

Materiale informativo

Situazione attuale. Il materiale informativo in italiano o in altre lingue è quasi del tutto assente.

Azioni da promuovere. Ci stiamo attivando per la produzione di nuovo materiale aggiornato che crei un percorso in grado di guidare il turista attraverso i punti di interesse del territorio. Il materiale consisterà soprattutto in:

- una cartina con tutto il territorio comunale e dettaglio sui borghi principali di interesse turistico. Importante sarà la legenda con l'indicazione dei parcheggi, dei punti panoramici e altre informazioni che verranno valutate;
- depliant numerati dei luoghi di interesse con proposta di percorso attraverso punti di interesse principali;
- verificheremo la possibilità di creare, probabilmente in un secondo momento, materiale dedicato alle singole tipologie turistiche (per esempio, all'offerta sportiva o enogastronomica).

13. Servizi al turista

La capacità di un territorio di offrire servizi ai propri turisti rappresenta uno dei punti di forza che determinano la sua capacità attrattiva e contribuiscono a costituirne l'identità culturale. Il campo di interesse è molto vasto, poiché per servizio al turista non va inteso soltanto ciò che rientra nella conoscenza e nell'accessibilità dei luoghi di interesse o delle tradizioni locali, ma vi rientra tutto ciò che di cui il turista può aver bisogno al pari di un "residente": dalla sanità, ai trasporti, alla sicurezza, ai servizi bancari o postali. Di questi ambiti di interesse, comuni a residenti e turisti, è necessario sviluppare tutti i possibili accorgimenti affinché siano presenti e facilmente accessibili, a partire dalla questione della lingua.

Di seguito si propone una lista dei servizi essenziali, con relativi numeri di emergenza, che un turista può trovarsi necessitato a contattare.

Vista il carattere di riconosciuta utilità e necessità di queste informazioni, può risultare utile predisporre cartelli in italiano e inglese con un riepilogo dei principali numeri di emergenza da chiamare. Questi cartelli, utili anche per il cittadino, possono essere posizionati all'entrata dei centri abitati, soprattutto nelle zone con maggiore affluenza turistica.

Emergenza sanitaria

La questione principale è chiedersi cosa trova o può fare il turista quando, sul nostro territorio, si trova in una situazione di emergenza sanitaria e quali sono le azioni migliorative da intraprendere.

- in caso di emergenza sanitaria e pronto soccorso, il turista può chiamare il **118** oppure il **112** (*Emergenza Sanitaria*, numero unico europeo di emergenze), attivo 24 ore su 24 e gratuito.
- in caso vi sia necessità di recarsi a un punto di primo soccorso, ci si può recare presso la **Casa della Salute** (aperta 24 ore su 24 tutti i giorni dell'anno, salvo che il medico 118 non sia impegnato su altre emergenze sul territorio).
- è inoltre attivo un servizio di **Guardia Medica** dal lunedì al venerdì dalle ore 20.00 alle ore 8.00 del giorno successivo e i giorni prefestivi e festivi dalle ore 8.00 alle ore 8.00 del giorno successivo (il costo è € 15,00 per la visita ambulatoriale e € 25.00 per la visita a domicilio. Il costo vale per tutti coloro che sono residenti fuori la Regione Toscana, rimborsabili presso la propria Asl di appartenenza, anche europea).

La principale azione migliorativa da intraprendere in questo contesto consiste nella creazione di un punto infermieristico per turisti nella stanza dei dottori a San Baronto, sviluppando un'eventuale collaborazione con la Croce Verde (misurazione della pressione, glicemia, saturazione dell'O₂, medicazioni, iniezioni, consulenza sanitaria). Il punto potrebbe essere disponibile tre volte a settimana (dalle ore 18.00 alle ore 20.00) con tariffa a prestazione, e attivo dal 15 aprile al 15 settembre.

Polizia e Carabinieri

Sul territorio è presente un Comando dei Carabinieri. Per le emergenze di pubblica sicurezza è necessario chiamare il **112 – Emergenza sanitaria e di pubblica sicurezza** (numero unico europeo di emergenze).

Polizia Municipale

La competenza della Polizia Municipale è limitata al territorio comunale e, in generale, il suo compito è vigilare sull'esatta osservanza, da parte dei cittadini e dei turisti, delle disposizioni contenute nello statuto, nei regolamenti, nelle ordinanze e nei provvedimenti comunali, nonché nelle leggi e regolamenti dello Stato.

Gli uffici della Polizia Municipale del Comune di Lamporecchio hanno un orario di apertura al pubblico, è comunque disponibile un numero di telefono per le emergenze.

Orario di apertura al pubblico: lunedì-venerdì-sabato dalle 10.00 alle 13.00

e-mail: poliziamunicipale@comune.lamporecchio.pt.it

tel. 0573 82898

Pronto intervento (dalle 7:30 alle 19:30) cell. 329 6503527

Vigili del fuoco

Il numero nazionale è il **115**, la sezione più vicina dei Vigili del Fuoco è Pistoia o Montecatini Terme, a seconda ci si trovi nella zona collinare del territorio comunale, più vicina a Pistoia, o in quella pianeggiante, più facilmente raggiungibile da Montecatini Terme.

Il numero nazionale per la segnalazione degli incendi boschivi è **1515** del Corpo forestale dello Stato.

Pronto intervento animali

Per avvistamenti di animali feriti, è possibile telefonare al **1515** del Corpo forestale dello Stato. In caso di emergenza veterinaria o visite, l'ambulatorio veterinario presente nel comune di Lamporecchio è quello del dott. Giannetti-dott.ssa Repola.

Farmacie

Le farmacie sul territorio comunale sono due, localizzate rispettivamente a Lamporecchio e a San Baronto. Le due farmacie hanno giorni di riposo concordati cosicché sul territorio sia sempre presente una farmacia aperta nell'orario dalle 9.00 alle 20.00.

Al fine di migliorare il servizio per il turista che si trova a recarsi in una di queste farmacie, sarebbe opportuno aggiungere una traduzione in inglese nel messaggio che viene apposto in caso di chiusura della farmacia, che solitamente indica l'altra farmacia di turno.

Servizi per portatori di handicap

Le azioni da intraprendere riguardo all'accessibilità per portatori di handicap sono complesse e meritano uno sviluppo più complesso e articolato.

I punti basilari riguardano l'accessibilità di luoghi pubblici e privati: per i principali luoghi pubblici (ufficio turistico, biblioteca, teatro) possiedono hanno completa accessibilità; resta da verificare, tramite database, le strutture turistico-ricettive e i luoghi di interesse "accessibili". Per estendere il discorso, di ciascun luogo che entri a far parte a vario titolo del sistema turistico locale deve essere segnalata l'accessibilità.

Banche e uffici postali

Sul territorio comunale sono presenti quattro banche di diversi istituti di credito, ognuna provvista di bancomat, e una postazione di solo bancomat a San Baronto.

Tre gli uffici postali situati sul territorio comunale, a Lamporecchio, Mastromarco e San Baronto.

14. Gestione del territorio

Il nostro territorio è un patrimonio di inestimabile valore a cui è necessario garantire un alto livello di qualità e tutela. Il numero elevato di presenze turistiche comporta, pertanto, una maggiore attenzione alla manutenzione ordinaria e straordinaria e tutta una serie di azioni volte alla riqualificazione di spazi essenziali per la vita e le attività quotidiane.

Situazione attuale. Negli ultimi anni, la mancanza di un'entrata specifica e i ripetuti tagli ai trasferimenti da parte dello Stato hanno molto limitato la possibilità di effettuare la manutenzione e gli investimenti necessari e adeguati a un territorio a vocazione turistica come il nostro, costringendo il Comune a intervenire al massimo delle proprie possibilità seppur in difetto rispetto alle esigenze.

La nuova disponibilità economica, unita a una riorganizzazione del bilancio comunale, ci ha consentito, già in questo primo periodo di legislatura, una maggiore attenzione per la manutenzione del verde e delle aree pubbliche: oltre agli appalti assegnati nei mesi scorsi per le aree verdi pubbliche e la riqualificazione della scalinata nel centro del paese, è stato acquistato un braccio meccanico per il taglio dell'erba lungo le strade comunali che, pur rappresentando un notevole impegno in termini economici e di operatività, consentirà una più puntuale manutenzione e il raggiungimento di un grado di decoro elevato e consono al movimento turistico presente. Riguardo alle opere pubbliche, altra parte essenziale in questo importante progetto di riqualificazione, risulta essere decisivo il lavoro svolto

sull'illuminazione pubblica: le vecchie lampade sono state sostituite con quelle a nuova tecnologia led e, nelle zone collinari più soggette a presenza turistica, sono stati installati punti luce ex novo.

Azioni da promuovere. Rispetto alla manutenzione del territorio, l'impegno profuso in questo primo periodo dovrà diventare strutturale, soprattutto pensando di destinare una quota stabile dell'entrata specifica proveniente dal turismo. La cura del verde, delle piazze, di tutti i luoghi pubblici che caratterizzano il nostro territorio unita al taglio costante dell'erba sulle strade comunali, sarà opera necessaria per garantire al meglio l'accoglienza ai visitatori. Come già precisato nel capitolo specifico, particolare attenzione dovrà essere rivolta alla cura dei sentieri, intervento che necessita di una collaborazione con altri soggetti privati del settore turistico.

La fruibilità e qualità del territorio passano anche attraverso l'arredo urbano e le infrastrutture che lo caratterizzano: per questo si prevedono interventi di riqualificazione a San Baronto, la ristrutturazione delle piazze nel centro del paese e altri interventi nelle frazioni, tutti atti a rendere il nostro territorio gradevole e vivibile per i nostri cittadini e accogliente per i numerosi turisti.

15. Prospettive turistiche comunali e sovra-comunali

Il territorio del Comune di Lamporecchio offre al turista che decide di soggiornarvi un bagaglio di specificità, dalle bellezze paesaggistiche e naturali a quelle culturali ed enogastronomiche. Il gradimento turistico di questo territorio passa tuttavia anche attraverso la sua posizione strategica che lo rende facilmente attrattivo per il turista interessato a fare esperienza dei più importanti componenti del brand Toscana, tutti facilmente raggiungibili: Vinci, il paese di Leonardo, Collodi e il personaggio di Pinocchio, conosciuto in tutto il mondo, il Padule di Fucecchio, la più ampia zona paludosa in Europa, le terme di Montecatini e Monsummano, le ville medicee patrimonio Unesco, si trovano in un'area di qualche decina di chilometri. Per non parlare delle principali città d'arte che richiamano ogni anno migliaia di visitatori: Firenze, Lucca e Siena.

La forza turistica di Lamporecchio deriva anche da risorse extra-comunali, e sarebbe dunque improponibile pensare a un turista che resti nei confini del territorio durante il suo soggiorno, confezionando progetti di sviluppo turistico ristretti entro quei confini.

Pensando soprattutto all'ambito della promozione, a tutti quegli strumenti che riescono a raggiungere e informare il turista nel momento della valutazione e della scelta di una destinazione turistica, occorre dunque pensare in ottica ben più ampia, sovra-comunale appunto. Occorre investire, partecipare e contribuire a promuovere ogni attività valutata positivamente nell'ottica della promozione unitaria dell'intera area della Valdinievole, pur nel rispetto delle specificità e considerando sempre il peso turistico in quanto a presenze di ciascun comune, soprattutto di Lamporecchio, che da oltre dieci anni si aggiudica il terzo posto all'interno della Provincia. Occorre partecipare alla promozione di un progetto ampio, condividendo le risorse e razionalizzando gli investimenti, mantenendo le caratteristiche di ognuno senza essere fagocitati in una promozione unitaria che nasconda le specificità, uniformandole.

16. Certificazione ambientale

Realizzato il piano che stiamo progettando, il passo successivo da intraprendere potrebbe consistere nel perseguimento di tutte le tappe per raggiungere la “certificazione ambientale” del territorio, attestato che certifica l’impegno verso il rispetto per l’ambiente.

17. Brand “Lamporecchio”

Di pari passo alla certificazione ambientale, un altro obiettivo da raggiungere potrebbe consistere nella definizione di un vero e proprio “brand” di Lamporecchio, che identifichi il nostro territorio nelle sue specificità e consenta di ottenere una maggiore visibilità e promozione nazionale e internazionale.

18. Schema di sintesi del Sistema turistico del Comune di Lamporecchio

