



# Presentazione Piano di sviluppo e marketing turistico dell'Ambito turistico Livorno, Isola di Capraia e Collesalveti 2023-2026

MERCOLEDÌ  
6 DICEMBRE  
ORE 9.30



COLLESALVETTI



COMUNE  
DI LIVORNO



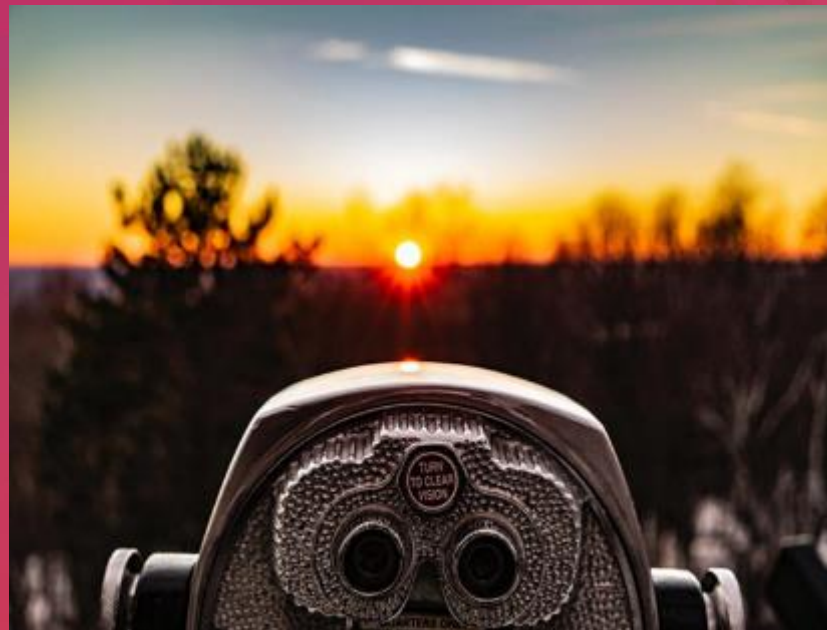
COMUNE DI  
CAPRAIA ISOLA



# LA VISIONE STRATEGICA PER LIVORNO

## Cosa vogliamo essere?

«Livorno deve essere una destinazione turistica riconoscibile per il suo stile di vita mediterraneo e italiano, la sua storia, le sue tradizioni, l'enogastronomia e le sue specificità. Deve essere una “nuova” destinazione da scoprire in quanto si differenzia rispetto alla altre località turistiche più note in Italia e in Toscana.»



# LA VISIONE STRATEGICA PER LIVORNO

## Cosa vogliamo essere?

L'Obiettivo Strategico del Piano:  
«Far sì che Livorno venga percepita  
come una destinazione turistica  
genuina, mediterranea, sicura,  
creativa, variegata, divertente, unica e  
con un patrimonio gastronomico,  
storico, culturale e naturale.»

VISIONE  
STRATEGICA  
DI LIVORNO  
2023-2026

SVILUPPARE UN'OFFERTA  
AFFINE AL TURISMO URBANO  
E AL CITY BREAK

SVILUPPARE E COSTRUIRE  
UN'OFFERTA DI TURISMO  
WELL-BEING A PARTIRE DAL  
PATRIMONIO GASTRONOMICO

COSTRUIRE UN MODELLO DI  
DESTINAZIONE COLLABORATIVA  
DANDO VALORE AL PATRIMONIO  
CULTURALE, SOCIALE, NATURALE  
E GASTRONOMICO DI LIVORNO

# LA VISIONE STRATEGICA PER LIVORNO

## GLI OBIETTIVI STRATEGICI

Gli obiettivi strategici per la Destinazione Livorno sono i seguenti:

- Costruire un nuovo e reale posizionamento turistico
- Sviluppare proposte turistiche che garantiscano redditività, ricchezza e occupazione alla popolazione locale
- Incrementare i flussi turistici
- Strutturare un modello di gestione della destinazione che preveda una visione unica
- Costruire l'immagine di Livorno come destinazione turistica

# LA VISIONE STRATEGICA PER LIVORNO LA MISSION DEL SISTEMA-DESTINAZIONE

Un compito di tutti:

- Mettere in campo un nuovo modello di destinazione basato sulla collaborazione partecipativa, con una gestione stabile e operativa che garantisca il raggiungimento degli obiettivi.
- Attuare un marketing segmentato e focalizzato sulle motivazioni della domanda turistica e customer-oriented, posizionando i diversi prodotti tematici nel mercato





# IL POSIZIONAMENTO STRATEGICO DI LIVORNO

**AMBITO LIVORNO  
BLUE & GREEN DESTINATION**

**LIVORNO**

**CITY BREAK**

**ENOGASTRONOMIA**

**WELLBEING**



# LE STRATEGIE PER LIVORNO

Il Piano strategico di sviluppo e marketing turistico per fare di Livorno la nuova destinazione turistica della Toscana, si sviluppa su 5 strategie



# LE STRATEGIE PER LIVORNO

## 1. Creare valore per il turista

### Obiettivi:

- Structurare un prodotto-destinazione attrattivo
- Incrementare l'interesse dei turisti, strutturando attività ed esperienze ad alto valore aggiunto
- Structurare l'insieme di offerta e servizi, intorno a prodotti turistici specifici e tematici
- Migliorare l'attenzione al turista in loco e da remoto
- Focalizzare gli sforzi su eventi ad alta valenza turistica



# LE STRATEGIE PER LIVORNO

## 1. Creare valore per il turista

### Programma prodotto-destinazione Livorno

Obiettivo:

- Diventare una destinazione turistica poli-prodotto
- Costruire una nuova offerta di prodotti che costituisca un portafoglio di prodotti turistici stabile, attrattivo e caratterizzante di Livorno
- Implementazione di nuove tipologie di proposte, con l'obiettivo di ampliare le quote di mercato e l'attività turistica degli operatori, puntando su prodotti tematici capaci di valorizzare l'autenticità e le tradizioni locali.

# LE STRATEGIE PER LIVORNO

## 1. Creare valore per il turista

Programma prodotto-destinazione Livorno

- Strutturazione della destinazione sui seguenti tematismi prioritari



**CITY BREAK**



**ENOGASTRONOMIC  
O**



**WELL-BEING**

*Interpretando il DNA di Livorno*

# LE STRATEGIE PER LIVORNO

## 1. Creare valore per il turista



- Costruire un racconto della città intorno alla sua sfaccettata cultura, che consenta di comprendere gli asset, valorizzarli e creare un'immagine di brand di destinazione di turismo urbano in Italia
- Pianificare un'agenda di attività, tour ed esperienze urbane attraente durante tutto l'anno che consenta di posizionarsi in questo senso
- Promuovere la conoscenza del ricco patrimonio culturale, architettonico, storico, marinaro ecc.
- Portare il turismo in più quartieri della città di Livorno, in primis la Venezia

# LE STRATEGIE PER LIVORNO

## 1. Creare valore per il turista



**ENOGASTRONOMICO**

- Strutturare la ricchezza gastronomica di Livorno nei mercati chiave come proposta di valore differenziale per la città
- Posizionare Livorno come destinazione gastronomica di riferimento a livello nazionale e internazionale
- Articolare un'agenda annuale attraente e ampia di eventi gastronomici continuativi e ciclici con la partecipazione del settore turistico, ristorativo e commerciale
- Promuovere una gastronomia di qualità legata ai prodotti locali che aumenti il consumo e la spesa dei visitatori
- Promuovere prodotti turistici legati alla gastronomia



# LE STRATEGIE PER LIVORNO

## 1. Creare valore per il turista



WELL-BEING

- Dare impulso alla creazione di proposte turistiche che permettano il well-being per i suoi turisti, unendo patrimonio paesaggistico e marittimo, gastronomia chilometro zero e tradizioni della città, per far stare bene il turista in destinazione.
- Livorno deve mettere a sistema le attività di well-being e benessere (yoga, pilates, sport, degustazioni ecc.), ma anche le altre tipologie di prodotti e servizi richiesti dal turista well-being, ovvero le attività esperienziali.

# LE STRATEGIE PER LIVORNO

## 1. Creare valore per il turista

Programma prodotti Livorno

Obiettivo:

- Costruire una proposta di prodotti turistici che permetta a Livorno di definire il suo posizionamento in segmenti con ampia potenzialità strategica e redditività
- Strutturare il portafoglio prodotti partendo dalla concezione di Livorno come destinazione di city break, enogastronomica e di well-being





# LE STRATEGIE PER LIVORNO

## 1. Creare valore per il turista

Il nuovo portafoglio prodotti per Livorno



# LE STRATEGIE PER LIVORNO

## 1. Creare valore per il turista

Le attività ed esperienze che stiamo già sviluppando e che svilupperemo

- Pescaturismo: il cacciucco dal mare alla tavola!
- Laboratorio di cucina al mercato delle vettovaglie: alla scoperta delle tipicità livornesi!
- Tour in battello: emozioni da vivere!
- Alla scoperta dei monti livornesi: sentieri e cammini tra mare, montagna e collina!
- Benessere in Terrazza Mascagni: relax con vista!
- Laboratori di panificazione
- Fortest therapy
- Trekking lungo due laghi
- Survival
- Apicoltura
- Mountain bike e-bike
- Tiro con l'arco
- Birdwatching presso la riserva naturale regionale Oasi della Contessa
- Addestramento cani ricerca dispersi
- Viaggio nella Livorno di una volta attraverso il suo ultimo alfiere

# LE STRATEGIE PER LIVORNO

## 1. Creare valore per il turista

### Programma informazione e accoglienza turistica

#### Obiettivi:

- Assicurare una corretta gestione dell'Ambito Livorno a partire dall'informazione e accoglienza turistica
- Offrire un servizio eccellente al turista dell'Ambito
- Offrire un servizio che agevoli la pianificazione complessiva del soggiorno del turista, offrendo informazioni su alloggi, ristorazione, mobilità, attività, collegamenti ecc.
- Agevolare la prenotazione di servizi turistici
- Sviluppare progetti tecnologici che forniscano una nuova visione omnicanale del processo di informazione, coinvolgimento e servizio al cliente

# LE STRATEGIE PER LIVORNO

## 1. Creare valore per il turista

Programma informazione e accoglienza turistica  
Ufficio IAT come Centro servizi

- Unità operativa, organizzata e strutturata, un hub che oltre a fornire la classica informazione turistica, offra anche dei servizi, come la prenotazione di tour ed esperienze, il noleggio delle biciclette, supporto nella pianificazione ecc.



COLLESALVETTI



COMUNE  
DI LIVORNO



COMUNE DI  
CAPRAIA ISOLA



# LE STRATEGIE PER LIVORNO

## 1. Creare valore per il turista

### Programma eventi

#### Obiettivi:

- Rafforzare la competitività e attrattività turistica degli eventi di Livorno, come parte dell'offerta di turismo urbano
- Ottimizzare l'offerta di eventi attuali verso una maggiore valenza turistica
- Allungare la stagionalità di Livorno

#### Due tipologie:

- Micro-eventi: attività di turismo urbano, gastronomico, well-being, olistiche e sportive (es. camminate, yoga, mindfulness)
- Eventi di animazione e intrattenimento, di livello nazionale ed internazionale, che si focalizzino sul patrimonio e le tipicità della città (es. Cacciucco Pride, Effetto Venezia)

# LE STRATEGIE PER LIVORNO

## 1. Creare valore per il turista

### Programma mobilità e accessibilità alla destinazione

#### Obiettivi:

- Potenziare i servizi di trasporto pubblico da / per l'Ambito, in ottica sostenibile
- Potenziare la mobilità interna, a supporto dello sviluppo del prodotto-destinazione
- Incrementare collegamenti con Aeroporto di Pisa
- Promuovere Livorno come città facilmente raggiungibile
- Rafforzare il TPL (fasce serali, raggiungere anche le zone esterne al centro città, come Quercianella, Antignano ecc.)
- Creare un servizio di mobilità via mare (es. taxiboat)
- Incrementare collegamenti del TPL con Collesalveti e le sue frazioni



# LE STRATEGIE PER LIVORNO

## 1. Creare valore per il turista

Programma sistema-destinazione

Obiettivi:

- Supportare gli operatori nello sviluppo, organizzazione ed erogazione delle proposte ai turisti
- Strutturare e gestire i micro-eventi e le attività delle diverse tipologie di prodotti turistici
- Promuovere e comunicare al mercato le proposte della destinazione Ambito Livorno
- Coordinare gli operatori dei diversi settori di attività sul territorio (ricettività, ristorazione, commercio, turismo, ecc.)



# LE STRATEGIE PER LIVORNO

## 1. Creare valore per il turista

Le attività della Rete di destinazione:

- Progettare e gestire prodotti, proposte, esperienze e servizi, orientati al well-being, turismo urbano, outdoor ecc. a partire dalle risorse e specificità
- Promo-commercializzare servizi turistici e proposte turistiche aggregate, sia in modo individuale, sia sotto l'ombrello di Visit Livorno
- Promuovere proposte turistiche aggregate dei singoli prodotti e servizi che gli aderenti offriranno al mercato

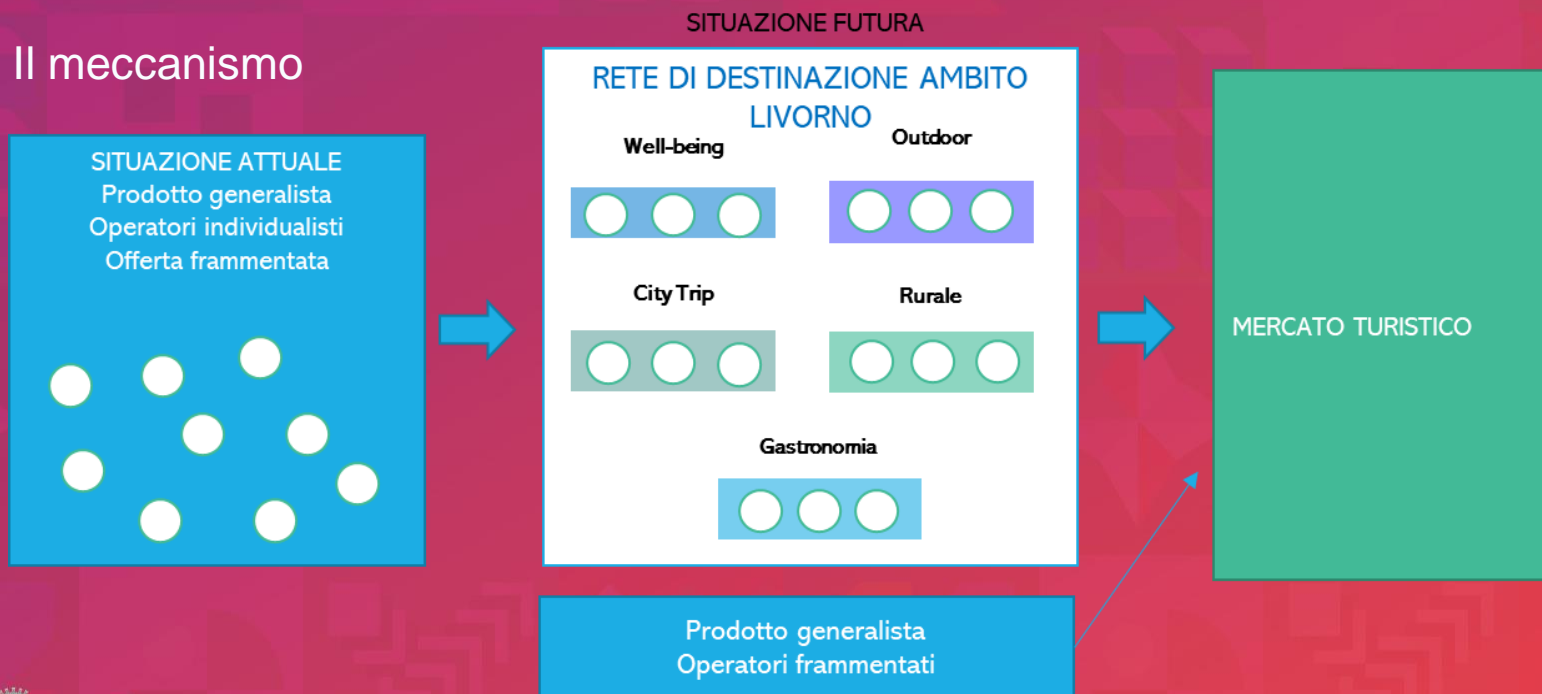
### IL MODELLO



# LE STRATEGIE PER LIVORNO

## 1. Creare valore per il turista

### Il meccanismo



# LE STRATEGIE PER LIVORNO

## 1. Creare valore per il turista

La Rete deve aggregare su base volontaria operatori di diverse categorie merceologiche (ricettività, ristorazione, servizi ecc.) che adottano degli impegni e diritti comuni, ma anche degli standard di qualità del servizio.

### Requisiti minimi per tutte le tipologie di attività

- Essere in regola con il versamento dei tributi locali
- Avere sede/ svolgere l'attività nell'Ambito Livorno
- Personale formato sull'offerta turistica dell'Ambito
- Presenza di almeno una persona in servizio che parli inglese
- Dare la possibilità al cliente di prenotare direttamente
- Accettare pagamenti elettronici
- Disponibilità dell'attività/servizio per almeno 9 mesi l'anno (variabile a seconda della Rete e tipologia operatore).

# LE STRATEGIE PER LIVORNO

## 2. Posizionare il brand

### Obiettivi:

- Costruire l'immagine dell'Ambito Livorno
- Posizionare l'Ambito e le sue destinazioni nel mercato
- Conquistare nuovi mercati e rafforzare quelli attuali
- Catturare nuovi segmenti di domanda con maggiore capacità di spesa
- Espandere la quota di mercato del turismo internazionale
- Concentrare la comunicazione in modo differenziato in base ai prodotti turistici in portafoglio

# LE STRATEGIE PER LIVORNO

## 2. Posizionare il brand

### Programma immagine e posizionamento

Obiettivi:

- Posizionare Livorno come una città attraente per diversi target con l'obiettivo finale di aumentare il turismo e il reddito in città
- Far percepire Livorno come una città aperta, amichevole, eclettica e originale, diversa dalle altre città della Toscana.



**«Livorno, la  
Toscana  
amichevole e  
insolita»**



# LE STRATEGIE PER LIVORNO

## 2. Posizionare il brand

### UDP e USP

	UDP		
	«Livorno, la Toscana amichevole e insolita»		
Prodotti	USP	Concetti da comunicare	
City break	Livorno: la città insolita della Toscana	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Autenticità e livornesità</li> <li>- Accoglienza</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Città sul mare</li> <li>- Offerta culturale, architettonica</li> </ul>
Gastronomico	Gusti e sapori alla Livornese	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Piatti tipici</li> <li>- Tradizione cucina marinara</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Varietà</li> <li>- Prodotti</li> </ul>
Well-being	Livorno: la città in cui si vive bene	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Livornesità</li> <li>- Accoglienza</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mare</li> <li>- Tramonto</li> </ul>
Balneare	Il mare in città	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mare accessibile</li> <li>- Bellezza della costa</li> </ul>	
Culturale	Livorno: tra arte e cultura	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Etnicità</li> <li>- Personaggi e artisti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Musei per tutti</li> </ul>
Sportivo	Livorno: la città dove vivere il tuo sport	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Possibilità sport individuali</li> <li>- Piscine</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Centri fitness</li> </ul>

# LE STRATEGIE PER LIVORNO

## 2. Posizionare il brand

### Programma mercati

#### Obiettivo:

- Diversificare i mercati turistici, per una minor dipendenza dal turismo italiano e di vicinanza

Tipologia prodotto	Mercati obiettivo
Turismo urbano	<ul style="list-style-type: none"><li>• Italia prossimità</li><li>• Regno Unito</li><li>• Germania</li><li>• Francia</li><li>• Stati Uniti (tour in Italia)</li><li>• Spagna</li></ul>
Turismo gastronomico	<ul style="list-style-type: none"><li>• Italia</li><li>• Germania</li><li>• Svizzera</li><li>• Austria</li><li>• Paesi Bassi</li><li>• Stati Uniti</li></ul>
Turismo well-being	<ul style="list-style-type: none"><li>• Francia</li><li>• Germania</li><li>• Regno Unito</li><li>• Italia</li></ul>

# LE STRATEGIE PER LIVORNO

## 2. Posizionare il brand

### Programma target

#### Obiettivo:

- Focalizzare i segmenti di mercato per tipologia turistica in modo da poter adeguare la proposta, i servizi e la comunicazione ai bisogni della domanda dei prodotti turistici identificati

Livorno	
Turista urbano <ul style="list-style-type: none"><li>• Cultura traveller</li><li>• Culture inspired</li><li>• City breaker</li><li>• Famiglie</li></ul>	Turista gastronomico <ul style="list-style-type: none"><li>• Enogastronomico-culturale</li><li>• Lifestyle gastronomico</li><li>• Foodie / food tourist</li></ul>
Turista well-being <ul style="list-style-type: none"><li>• Millennial / senior proattivo</li><li>• Well-being secondario</li></ul>	Famiglie

# LE STRATEGIE PER LIVORNO

## 3. Destinazione sostenibile

### Obiettivi:

- Implementare un sistema completo di gestione integrale della destinazione
- Ridurre al minimo gli impatti sociali e ambientali del turismo e massimizzare gli aspetti positivi, soprattutto in territori fragili
- Migliorare l'accessibilità, nell'ottica del “turismo per tutti”



COLLESALVIE



COMUNE  
DI LIVORNO



COMUNE DI  
CAPRAIA ISOLA



# LE STRATEGIE PER LIVORNO

## 3. Destinazione sostenibile

### Programma sostenibilità e accessibilità

#### Obiettivi sostenibilità:

- Minimizzare l'impatto del turismo sull'ambiente dell'Ambito Turistico Livorno
- Convertire l'attività turistica in un attore nella conservazione e valorizzazione delle risorse naturali, soprattutto a Collesalvetti
- Adattare l'offerta turistica e di servizi dell'Ambito Turistico Livorno in ottica sostenibile, garantendo una maggiore risposta ai criteri di sostenibilità

#### Obiettivi accessibilità:

- Agevolare l'accessibilità e la fruizione delle risorse e attrattive turistiche dell'Ambito Livorno alle persone con disabilità fisiche o sensoriali, ma anche per le persone anziane o alle famiglie con bambini piccoli che necessitano di una mobilità facilitata, incentivando i flussi turistici di queste fasce della popolazione.

# LE STRATEGIE PER LIVORNO

## 4. Promozione segmentata e tecnologica

### Obiettivi:

- Posizionare Livorno nel mercato turistico nazionale e internazionale
- Focalizzare la comunicazione e promozione in modo differenziato sulla base dei target e dei prodotti turistici
- Ampliare l'uso delle tecnologie informatiche nella gestione del marketing e della comunicazione turistica



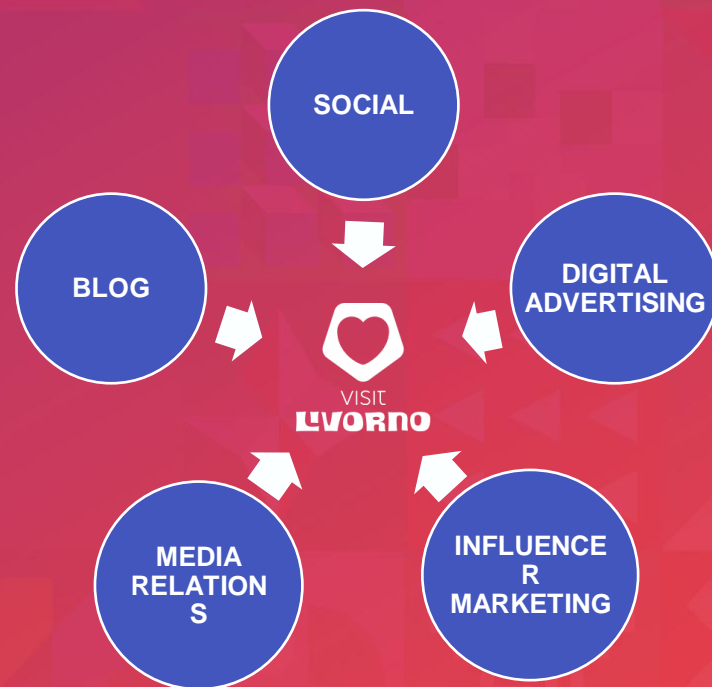
# LE STRATEGIE PER LIVORNO

## 4. Promozione segmentata e tecnologica

### Programma comunicazione

Obiettivi sostenibilità:

- Organizzare il sistema comunicativo dell'Ambito turistico Livorno, adottando i canali pertinenti, un nuovo stile comunicativo e identificando un ecosistema di messaggi atualizzati e in linea con i bisogni e le motivazioni della domanda turistica



# LE STRATEGIE PER LIVORNO

## 4. Promozione segmentata e tecnologica

I pilastri:

1. Nuovo portale di promozione turistica dell'Ambito
2. I social Visit Livorno



COLLESALVETTI



COMUNE  
DI LIVORNO



COMUNE DI  
CAPRAIA ISOLA



F TOURISM & MARKETING  
Work Group



# LE STRATEGIE PER LIVORNO

## 4. Promozione segmentata e tecnologica

Social media marketing



# LE STRATEGIE PER LIVORNO

## 4. Promozione segmentata e tecnologica

### Programma promozione

#### Obiettivi:

- Adattare la promozione dell'Ambito al nuovo prodotto-destinazione
- Adattare la promozione turistica per ogni prodotto e mercato di riferimento



- Campagne sui social media (Meta ads)
- Campagne di digital marketing sui motori di ricerca (Google Ads)

# LE STRATEGIE PER LIVORNO

## 4. Promozione segmentata e tecnologica

### Gli strumenti

Digital marketing				Social media marketing		Offline
Tipologia media	Owned Media	Paid Media	Earned media	Tipologia media	Owned + earned + paid	
Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Portale destinazione</li> <li>• Direct email marketing</li> <li>• SEO</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pubblicità Search</li> <li>• Campagne Display</li> <li>• Campagne Discovery</li> <li>• SEM</li> <li>• Connected TV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Media relation (influencer, Blogger, giornalisti)</li> </ul>	Strumenti	Canali propri: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Condivisione immagini, link, video ecc. con Facebook</li> <li>• Condivisione immagini, contest, quiz, advergaming con Instagram</li> <li>• Video con You Tube, Instagram, TikTok</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Media relation</li> <li>• PR</li> <li>• Fiere e workshop</li> <li>• affissioni</li> </ul>

# LE STRATEGIE PER LIVORNO

## 5. Governance efficiente e collaborativa

### Obiettivi:

- Implementare un modello di governance del turismo più completo e collaborativo
- Fornire alla Fondazione LEM una struttura efficiente, trasparente e partecipativa adatta alle proposte incluse in questo piano
- Aumentare la responsabilità e la partecipazione degli operatori privati nella gestione del turismo



# LE STRATEGIE PER LIVORNO

## 5. Governance efficiente e collaborativa

Gli strumenti di governance collaborativa:

1. DM&MO
2. Tavolo di coordinamento del turismo (Livorno, Collesalvetti e Capraia Isola)
3. Rete di destinazione declinata per prodotti

I tre elementi devono operare in sinergia e confronto continuo, in modo da garantire collaborazione interistituzionale, confronto tra pubblico e privato e gestione efficace del turismo



# LE STRATEGIE PER LIVORNO

## 5. Governance efficiente e collaborativa

Il meccanismo:

Amministrazioni  
Livorno, Collesalvetti  
e Capraia



INDIRIZZO STRATEGICO



OPERATIVITÀ