



F Tourism & Marketing di Josep Ejarque  
Via Luigi Passalacqua, 10 - 10122 Torino  
P.IVA 11764050016

Torino, 21/02/2023  
Oggetto: Rif. Prev. 2/2023

Spett.le  
**Fondazione LEM**  
Largo Cistermino, 13,  
57123 Livorno LI  
**Partita Iva: 01955740491**

In riferimento agli incontri intercorsi, FTourism & Marketing propone con il presente preventivo, la propria migliore offerta per il servizio di PIANO DI SVILUPPO E MARKETING TURISTICO DELLA DESTINAZIONE TERRE D'ACQUA DELLA TOSCANA LIVORNO, ISOLA DI CAPRAIA E COLLESALVETTI 2023-2026, compreso l'affiancamento operativo per lo sviluppo, applicazione e coordinamento del Piano.

## 1. Premessa

La destinazione Terre d'acqua della Toscana-Livorno, Isola di Capraia e Collesalveti può vantare un'importante riconoscibilità nel mercato.

**Livorno** è una città nota e conosciuta della costa toscana, ma è percepita nel mercato turistico italiano più come una città di passaggio che come destinazione turistica, seppur abbia interessanti attrattive turistiche del patrimonio culturale ed immateriale che possono essere la base per la costruzione di una proposta turistica attrattiva.

**L'isola di Capraia**, ha una vocazione turistica, soprattutto estiva, con una particolare attenzione per l'ambiente, derivante dal fatto di essere ricadente nel Parco Nazionale. Ma ha anche una vocazione agricola legata al vino aleatico IGP. L'isola è meta di escursioni, trekking e snorkeling, oltre che di turismo balneare.

**Collesalveti**, comune interno e prevalentemente pianeggiante, ha una vocazione agricola con una certa attrattività, come dimostra la sua offerta agrituristica, ma anche una vocazione storica e culturale e zone tutelate per le loro peculiarità ambientali.

La destinazione Terre d'acqua della Toscana - Livorno, Collesalveti e Capraia deve diventare un sistema-destinazione e deve reagire per essere presente nel mercato, non solo per incrementare il posizionamento attuale, ma soprattutto per consolidare la crescita dell'attività turistica a breve termine (2023) e nel futuro immediato (2024-2026) proponendosi come destinazione di well-being, slow e di short break, anche sfruttando la totalità del territorio: turismo outdoor, slow-balneare, well-being, enogastronomico, naturalistico, ecc.

## 2. Obiettivi

Per sfruttare le opportunità che il turismo post-Covid può fornire, il sistema-destinazione Terre d'acqua della Toscana - Livorno, Collesalveti e Capraia deve reagire ed organizzarsi strategicamente ed operativamente per raggiungere i seguenti obiettivi:

- Costruire l'immagine di destinazione delle Terre d'Acqua, di Livorno, Collesalveti e Capraia
- Costruire il prodotto destinazione come destinazione Boutique & blu-green destination

- Definire e introdurre nel mercato il posizionamento come boutique & blue-green destination, attenta alla sostenibilità
- Generare fiducia nella domanda verso l'offerta turistica di Livorno-Collesalvetti e rafforzare quella di Capraia
- Generare fiducia nel settore turistico locale
- Adeguare ed adattare la proposta di valore della destinazione ai diversi scenari, target e prodotti
- Massimizzare gli sforzi e il coordinamento fra i diversi stakeholder della destinazione

### 3. Proposta e fasi delle attività

Il Piano Strategico (DMP) della Destinazione Terre d'acqua della Toscana Livorno, Isola di Capraia e Collesalvetti dovrà delineare le strategie e le azioni mirate a rilanciare l'immagine della destinazione, sviluppare la strategia per adattare e trasformare l'offerta turistica, così come la sua promozione, alle nuove condizioni di domanda e di mercato.

Partendo dalla situazione attuale e dalle prevedibili evoluzioni per raggiungere gli obiettivi precedentemente elencati sarà necessario focalizzare il Piano Strategico sulle azioni e le tattiche per il rilancio della Destinazione Terre d'acqua della Toscana Livorno, Isola di Capraia e Collesalvetti, che dovrà anche dotarsi di una strategia di promozione e di marketing per intercettare nuovi segmenti e target di domanda.

Le fasi del Piano Strategico:

Fase 1: Piano della Destinazione Terre d'acqua della Toscana -Livorno, Isola di Capraia, Collesalvetti, sarà in realtà un DESTINATION MANAGEMENT PLAN 2023-2026

Il piano si compone dei seguenti step:

- I. Analisi interna ed esterna della Destinazione Terre d'acqua della Toscana Livorno, Isola di Capraia e Collesalvetti:
  - Trend del mercato
  - Attuale competitività della destinazione nel mercato
  - Attuale percezione e posizionamento di Livorno, Capraia e Collesalvetti
  - Risorse ed attrattive del territorio (attuali e potenziali)
  - Servizi ed offerta degli operatori
  - Reputazione della destinazione
- II. Creazione della Product identity
- III. Individuazione dei mercati e dei target di riferimento
- IV. Individuazione dei canali di promozione e comunicazione di riferimento
- V. Individuazione delle azioni e degli strumenti di comunicazione e promozione necessari al raggiungimento degli obiettivi
- VI. Individuazione degli asset di prodotto sui quali incentrare l'offerta turistica e le azioni necessarie al raggiungimento dei macro-obiettivi
- VII. Individuazione delle infrastrutture tecnologiche e dei processi d'innovazione digitali necessari
- VIII. Piano di comunicazione
  - Unique destination Proposition
  - Piano editoriale annuale

**Output: documento del DESTINATION MANAGEMENT PLAN 2023-2026, contenente:**

- Le **strategie di sviluppo e di prodotto-destinazione** per consolidare e posizionare la destinazione turistica Terre d'acqua della Toscana -Livorno, Isola di Capraia, Collesalveti nella nuova fase del mercato turistico che si aprirà a partire dal 2023
- Individuazione del prodotto-destinazione con la **definizione del portfolio prodotti** (attuali e nuovi), della creazione di proposte tematiche e personalizzate, così come dei nuovi segmenti turistici da intercettare. Si considererà l'attuale valore aggiunto e lo sviluppo di un nuovo valore aggiunto rispetto ad altre destinazioni, oltre ad individuare i servizi che la destinazione dovrà essere in grado di offrire al turista
- **Misure e azioni** di attuazione delle strategie individuate
- **Azioni operative di comunicazione e marketing** da sviluppare per la promozione dell'offerta tradizionale e del nuovo prodotto-destinazione, con una speciale focalizzazione sulla digital strategy (Piano di Marketing e comunicazione)
- Linee operative finalizzate alla definizione della **governance operativa** che dovrà sviluppare e monitorare le strategie condivise

#### Fase 2: Affiancamento operativo per implementare il Piano

A fronte della creazione di un gruppo di lavoro stabile e integrato con il personale dedicato dai Comuni, Fondazione LEM, ecc. che si dovrà coordinare con la scrivente per lo sviluppo e l'implementazione del Piano Strategico, la F Tourism & Marketing procederà attraverso il suo personale a:

- Direzione strategica del lavoro
- Coordinamento
- Supporto tecnico

#### 4. Periodo di svolgimento

Per la realizzazione della attività (1) e dell'attività (2) si prevede una durata complessiva di 9 mesi.

#### 5. Compenso

Il compenso per le attività descritte e gli output sopra indicati è il seguente: **39.500,00 euro (oltre IVA)**

Le spese di trasferta, vitto e alloggio si intendono a carico della scrivente.

#### 6. Modalità di pagamento

- Acconto del 30% alla sottoscrizione del contratto
- Il Acconto del 30% a 120 gg dalla sottoscrizione
- Saldo del 40% a fine attività

#### 7. Referente operativo

FTourism indica quale direttore dei lavori e referente operativo per l'intera durata dell'incarico il Dott. Josep Ejarque. Nell'attività di affiancamento FTourism metterà a disposizione il personale competente per tipologia di intervento.

In attesa di ricevere un Suo gentile riscontro, colgo l'occasione per porgere i miei più sinceri saluti.

**F Tourism & Marketing**  
**Josep Ejarque**



**Data e firma per accettazione**

**Fondazione LEM**

**Dott. Andrea Di Ciolo**

**FONDAZIONE LIVORNO EURO-MEDITERRANEA**



Si prega di voler restituire il presente preventivo firmato e timbrato per accettazione

*(Segue modulo da compilare a cura del cliente)*

---

F Tourism & Marketing di Josep Ejarque  
Sede Legale: Via Passalacqua, 10 - 10122 Torino

P. IVA 11764050016 