

#tuscanytogether



WEBINAR GdL FAMILY

Firenze, 29 gennaio 2024

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE
visittuscany.com

Piacere di conoscervi

Flavia Fagotto

Appassionata di turismo, ambito in cui opero da oltre 30 anni.

Manager specializzata in destination management e marketing e sviluppo prodotti turistici.

Formatrice

Di cosa parliamo oggi?

Il target family

L'offerta family

La destinazione family

Case study



Il **prodotto turistico** consente di tradurre gli aspetti distintivi di una destinazione in proposte riconoscibili e appetibili per il potenziale turista, che è facilitato così nel processo di acquisto.

La costruzione del prodotto deve essere quindi caratterizzata da un'analisi delle risorse territoriali, dalla creazione di reti e alleanze interne al sistema territoriale e da un'appropriata lettura della domanda e del mercato.



Il marketing mix

Le 7 P

1. Prodotto (Product)
2. Prezzo (Price)
3. Posizionamento distribuzione (Placement)
4. Promozione (Promotion)
5. Persone (People)
6. Processo (Process)
7. Percezione
(Percezione grazie a una prova tangibile)



Cosa significa avere un'offerta family friendly?

I clienti che oggi accogliamo nelle nostre aziende, nei nostri hotel a cui proponiamo servizi sono molto diversi da quelli che accoglievamo in passato.

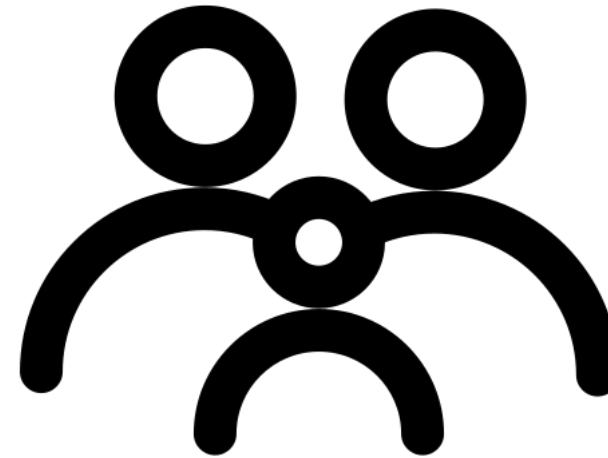
Sono più esigenti, più informati, molto più difficili da sorprendere e soprattutto esprimono bisogni e motivazioni sempre più definite e specifiche.



Il target family

Il target family è molto complesso e in continua evoluzione, sia nella composizione che nelle motivazioni e nei bisogni che esprime.

Il segmento delle famiglie con bambini, anche se è considerato formato da gruppi omogenei di clienti (la famiglia), è in realtà composto da più soggetti



Il target family

Famiglia tradizionale con uno o più figli.
Famiglia monoparentale (genitore single).
Famiglia ricomposta.
Famiglia 3 G.
Famiglia Skip Gen (salta generazione).
Famiglia allargata.
Famiglia omogenitoriale/lgbtq+.



Tipologia di viaggio per gruppo familiare

47% multigenerazione – 3G;
15% skip gen;
46% famiglia allargata (non solo nonni, figli e nipoti, ma anche fratelli cugini ecc);
44% con altre famiglie che non hanno legami di parentela con la propria.

Fonte: FTA Survey – Report Family Travel in 2023



Il target family

Esempio: famiglia monoparentale

I motivi per cui viaggiano con i propri figli sono stati raggruppati in quattro categorie: *esporre i propri figli a cose nuove, trascorrere del tempo di qualità con i propri figli, costruire un senso di appartenenza e relax.*

Gli attributi più importanti che cercano in una destinazione sono stati raggruppati in quattro categorie:

ambiente adatto ai bambini, trasporti accessibili, buon clima e opzioni di cultura, natura e intrattenimento.



Fonte: University of Massachusetts Amherst ; TTRA Canada

Il target family

Esempio: famiglia monoparentale

Le famiglie monoparentali viaggiano spesso, desiderano offrire nuove esperienze ai propri figli e creare ricordi con loro, e sono interessate a interagire con la cultura e la natura della destinazione = **risultati simili ad altri tipi di famiglie.**

Hanno esigenze di viaggio particolari e affrontano sfide uniche: **un dato critico è che si sentono discriminati dal personale e dagli operatori turistici a causa del loro status familiare.**

Conoscere le esigenze di questo target aiuta a creare esperienze positive per loro.

Fonte: University of Massachusetts Amherst ; TTRA Canada



Tipologia famiglia

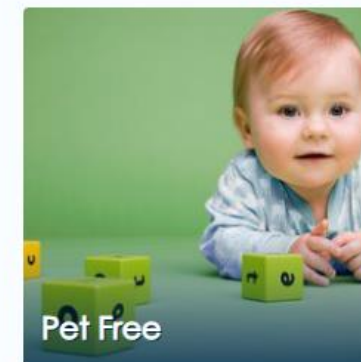
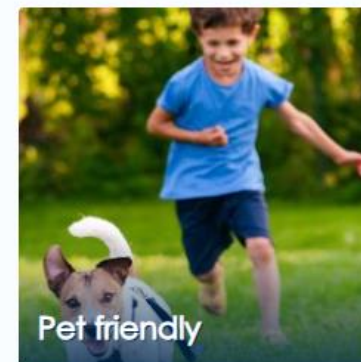


DOVE DORMIRE COSA FARE DOVE MANGIARE DA NON PERDERE OFFERTE CERCA

Accedi

Per la tua famiglia →

Sei alla prima vacanza con il bimbo appena nato o alle prese con i figli adolescenti? Viaggi con un amico peloso? Trova, tra le molte strutture family, quella perfetta per la tua famiglia.



<https://www.its4kids.it/>

Tipologia famiglia



DOVE DORMIRE

COSA FARE

DOVE MANGIARE

DA NON PERDERE

OFFERTE

CERCA

Accedi

Settembre 2024

Genitori Single

Kids + Pet

Mare

Biglietti parchi

Montagna

Natura

Attività ed esperienze →

Idee per il week-end con i bambini, attività al chiuso e splendidi parchi all'aperto, musei e castelli, laboratori didattici.



CASTELLI



PARCHI
AVVENTURA



GIOCHI E
CACCE AL
TESORO



PARCHI TERMALI



AL CHIUSO



ACQUARI



MUSEI



PARCHI
ACQUATICI



D

<https://www.its4kids.it/>

Proposte teen

[DOVE DORMIRE](#)[COSA FARE](#)[DOVE MANGIARE](#)[DA NON PERDERE](#)[OFFERTE](#)[CERCA](#)[Accedi](#)[Hotel, villaggi e non solo...](#) [Con un adolescente](#)[Mappa](#)[TROVA LA STRUTTURA PER TE!](#)<https://www.its4kids.it/>

Hotel e villaggi con i ragazzi

Il target family

Una **vacanza insieme ai nipotini** è gioco e scoperta: senza dubbio, il sistema migliore per costruirsi una seconda infanzia felice.

Ecco alcune **idee per nonni con la voglia di viaggiare**.

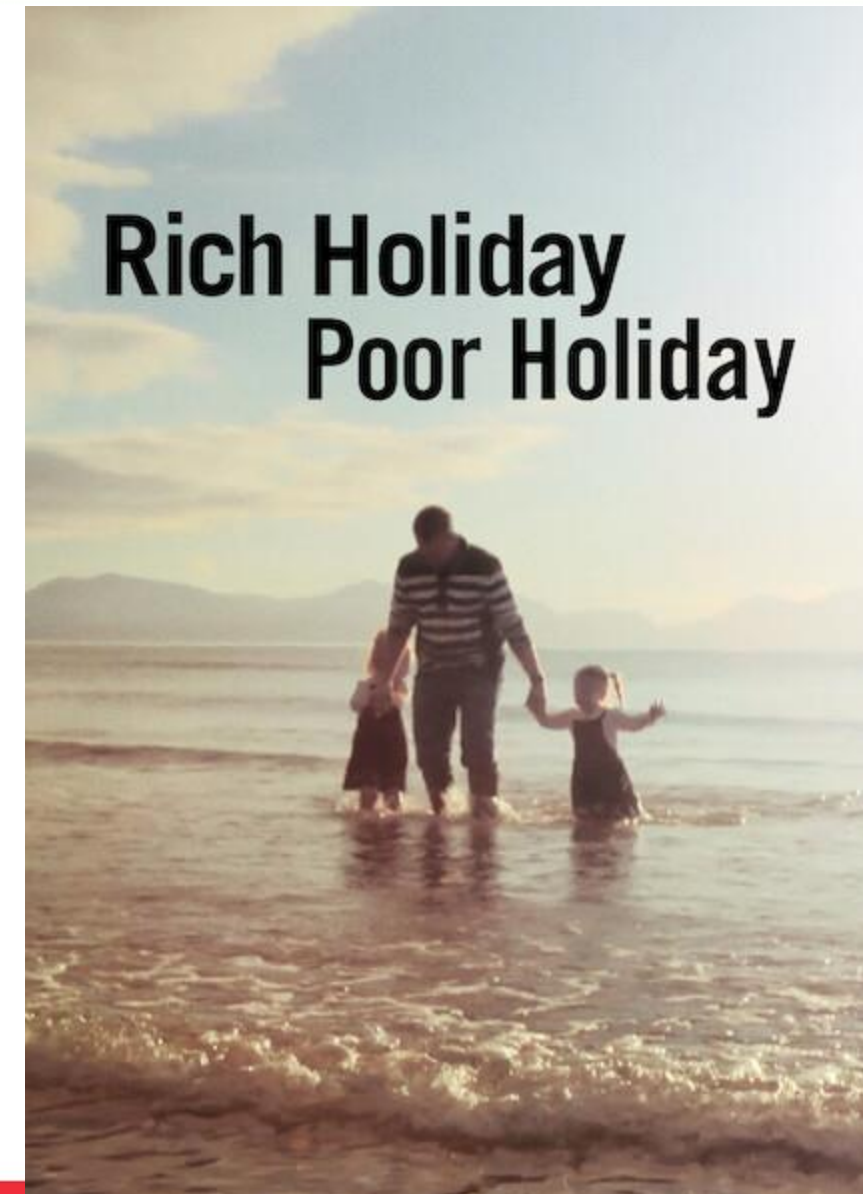
Lonely Planet da suggerimenti per questo target, che tengno conto anche delle esigenze dei nonni. Come ad es. Parco Collodi.



Il target family

Dovrebbero essere prese in considerazione anche:
le **differenze culturali**
i diversi valori incarnati nelle famiglie e gli obiettivi
da raggiungere attraverso i viaggi
aspetti socioeconomici.

Si è osservato inoltre che **le famiglie con bambini
di età diverse sono le più difficili da soddisfare
nelle diverse aspettative ed esigenze.**

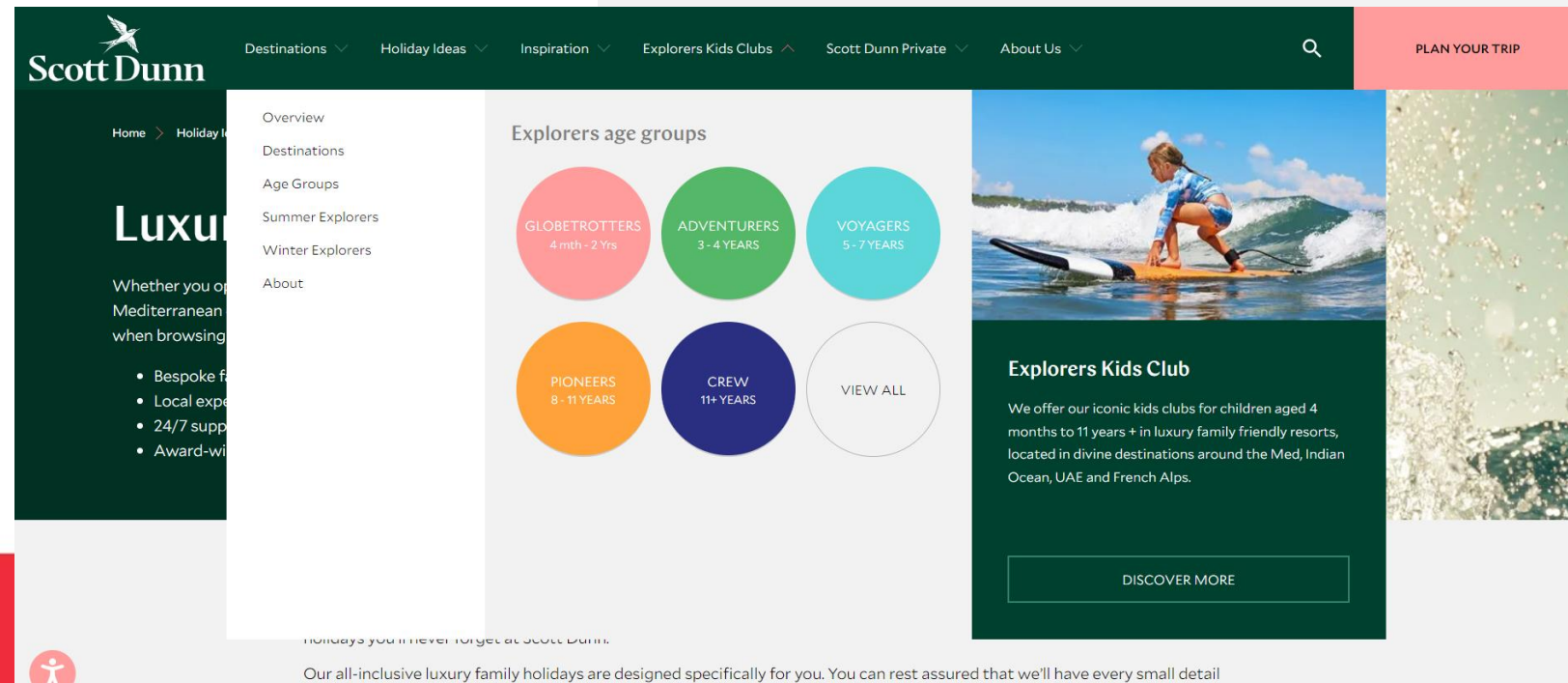


Bambini e ragazzi

Il target non è omogeneo.

A seconda della fascia di età ciascun sotto segmento ha esigenze e caratteristiche proprie.

Che tipo di segmentazione fare in questa categoria?



The screenshot shows the Scott Dunn website interface. The top navigation bar includes links for Destinations, Holiday Ideas, Inspiration, Explorers Kids Clubs, Scott Dunn Private, and About Us. A search icon and a 'PLAN YOUR TRIP' button are also present. The main content area features a sidebar with a 'Luxury' heading and a list of services: Bespoke family holidays, Local experiences, 24/7 support, and Award-winning. The central section is titled 'Explorers age groups' and displays five circular buttons: GLOBETROTTERS (4 mth - 2 Yrs), ADVENTURERS (3 - 4 YEARS), VOYAGERS (5 - 7 YEARS), PIONEERS (8 - 11 YEARS), and CREW (11+ YEARS), along with a 'VIEW ALL' button. To the right, there is a large image of a child surfing, with the text 'Explorers Kids Club' and a description: 'We offer our iconic kids clubs for children aged 4 months to 11 years + in luxury family friendly resorts, located in divine destinations around the Med, Indian Ocean, UAE and French Alps.' A 'DISCOVER MORE' button is located at the bottom of this section. The footer includes the Scott Dunn logo and a tagline: 'Our all-inclusive luxury family holidays are designed specifically for you. You can rest assured that we'll have every small detail'.

Bambini e ragazzi

**I bambini clienti oggi
sono anche i potenziali clienti
futuri della destinazione,
poiché le preferenze acquisite
durante l'infanzia vengono
spesso mantenute anche nella
vita adulta.**



Approccio al viaggio

Necessità di sicurezza:

- 67% controlla le policy di cancellazione;
- 47% è propenso ad acquistare una polizza assicurativa di viaggio.



Fonte: FTA Survey – Report Family Travel in 2023

Approccio al viaggio

Fattori più impegnativi nella scelta del viaggio con figli:

- **convenienza (rapporto qualità prezzo)**
- **cancellazioni**
- **periodi di vacanze scolastiche**
- **tempo a disposizione per le vacanze**
- **trovare la destinazione adatta a tutti i membri della famiglia**
- **sicurezza di avere una quantità di attività da fare e servizi**

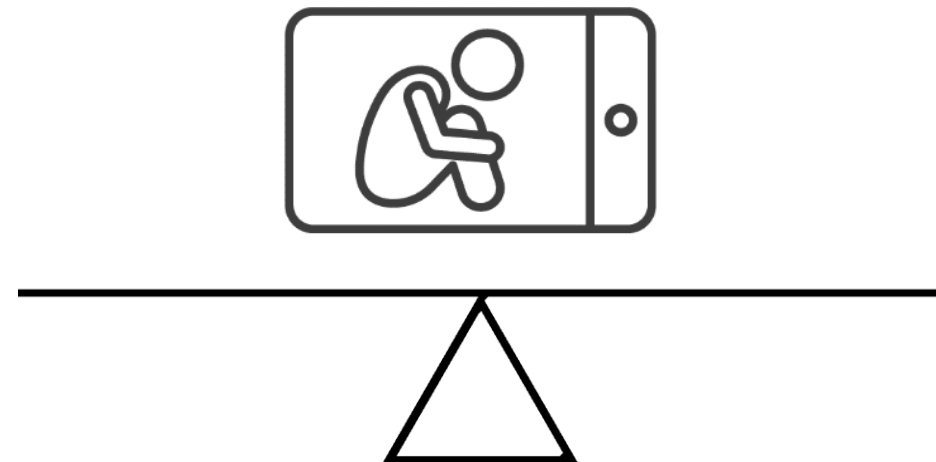


Fonte: FTA Survey – Report Family Travel in 2023

Attenzione qualità/prezzo

L'accessibilità economica
è sempre stata la **principale preoccupazione e sfida per le famiglie** che pianificano viaggi, ma non un deterrente.

I prezzi più alti e l'inflazione stanno rendendo i genitori più consapevoli di quanto pagano per i viaggi e del **rapporto qualità-prezzo**.



Fonte: FTA Survey – Report Family Travel in 2023; Travelweekly nov. 2023

Tipologia vacanza con i figli

- 66% spiaggia e mare;**
- 65% città** (34% nel 2021);
- 48% musei e attrazioni culturali;**
- 46% eventi** - sportivi, musicali, grandi eventi (21% nel 2021);
- 38% parchi tematici e acquatici;
- 32% parchi nazionali;
- 26% vacanza nella natura;
- 20% all inclusive resort;



Fonte: FTA Survey – Report Family Travel in 2023

Principali fonti di ispirazione

Le principali fonti di informazione e di ispirazione possono cambiare in relazione al mercato di provenienza.

Secondo la ricerca FTA 2023 su famiglie statunitensi:

81% film;

73% TV show;

71% Pinterest;

68% IG;

61% Facebook (nel 2022 era al 79%);

58% TikTok;

57% Podcast.

Fonte: FTA Survey – Report Family Travel in 2023



Totale da pubblicità il 61%

Principali fonti di informazione

92% agenzie governative;
77% siti web di fornitori di viaggi (tra cui anche le compagnie aeree);
73% Uffici del turismo;
72% Club di viaggi
(es.thefamilyvacationclub.com);
69% siti di viaggi;
80% Consulenti e agenti di viaggio.



PLANNING

Fonte: FTA Survey – Report Family Travel in 2023

Interessi e tipologia vacanza

Viaggi in città: a causa del crescente ruolo educativo e cognitivo, tra gli altri, delle vacanze in famiglia, questo tipo di turismo per le famiglie è in crescita.

Le famiglie sono alla ricerca di destinazioni che offrano relax, l'opportunità di trascorrere il tempo all'aria aperta, scoprire l'arte e il patrimonio culturale, ma che includano anche avventura, emozioni e qualche forma di “novità”.

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9325268/>



SPEND A DAY IN GLADIATOR SCHOOL, ITALY

Bread and circuses, blood and sandals. The history of the gladiator offers a somewhat gruesome insight into the ancient Roman world. You'll learn what it involved during this hands-on day at an authentic gladiator school.

TAKE ME THERE >

Tipologia di viaggio

Secondo Ruta en Familia nel 2024 le famiglie viaggeranno di più.

Principali scelte di vacanza in crescita:

turismo d'avventura, culturale e gastronomico crescerà all'interno di questo segmento.

Secondo lo studio nonostante l'inflazione, in aumento i viaggi e la spesa per famiglia.

Fonte: <https://www.rutaenfamilia.com/las-familias-gastaran-mas-en-viajes-en-2024/>



Ricerca e pianificazione

Chi viaggia con la famiglia è **un viaggiatore cauto** e la maggior parte è disposta a **dedicare tempo alla ricerca e alla preparazione per un viaggio.**

Booking windows mediamente **6 mesi prima.**
Ma si arriva anche a 2 mesi prima.

Le famiglie si appoggiano all'agenzia/consulente di viaggio se il viaggio è lungo e con molte persone, oppure si muovono autonomamente dopo aver fatto attente ricerche in rete e seguendo il consiglio di amici e il passaparola.

Fonti: encyclopedia.pub; <https://www.egetinnz.com/static/travellers>



Chi viaggia con la famiglia è un viaggiatore cauto e la maggior parte è disposta a dedicare tempo alla ricerca e alla preparazione per un viaggio.

Le principali preoccupazioni sono la sicurezza, l'igiene e pulizia, posizione della struttura ricettiva, le opzioni alimentari, aree giochi e all'aperto, la ricerca di attività adeguate per i propri figli e il buon rapporto qualità-prezzo (gli italiani in particolare anche offerte).

La maggior parte delle famiglie preferisce viaggiare con i propri figli quando questi hanno tra i 6 e i 12 anni. Apprezzano molto i benefici educativi ed emotivi del viaggio.

Fonti: encyclopedia.pub; <https://www.egetinnz.com/static/travellers>

Top tipologie viaggio tendenze

Relax, prima motivazione di vacanza in famiglia

Tendenza verso la scelta di strutture di categoria superiore:

70% sceglie soluzioni con **mezza pensione**,

13,5% soluzione all inclusive,

7,6% pensione completa.

Relax è sempre più un'esigenza: dopo una giornata di attività vengono apprezzati sempre più presenza di piscina dedicata ai bambini, seguita dalla disponibilità di una SPA e del wellness per i bimbi.

In aumento richiesta di **portare con sé il proprio cane** o l'animale domestico.

Fonti: Travelquotidiano.com; jobintourism.it/news/family-hotel-dai-soggiorni-di-gruppo-ai-servizi-benessere-tutte-le-tendenze-dellinverno/

ESP ENG FRA

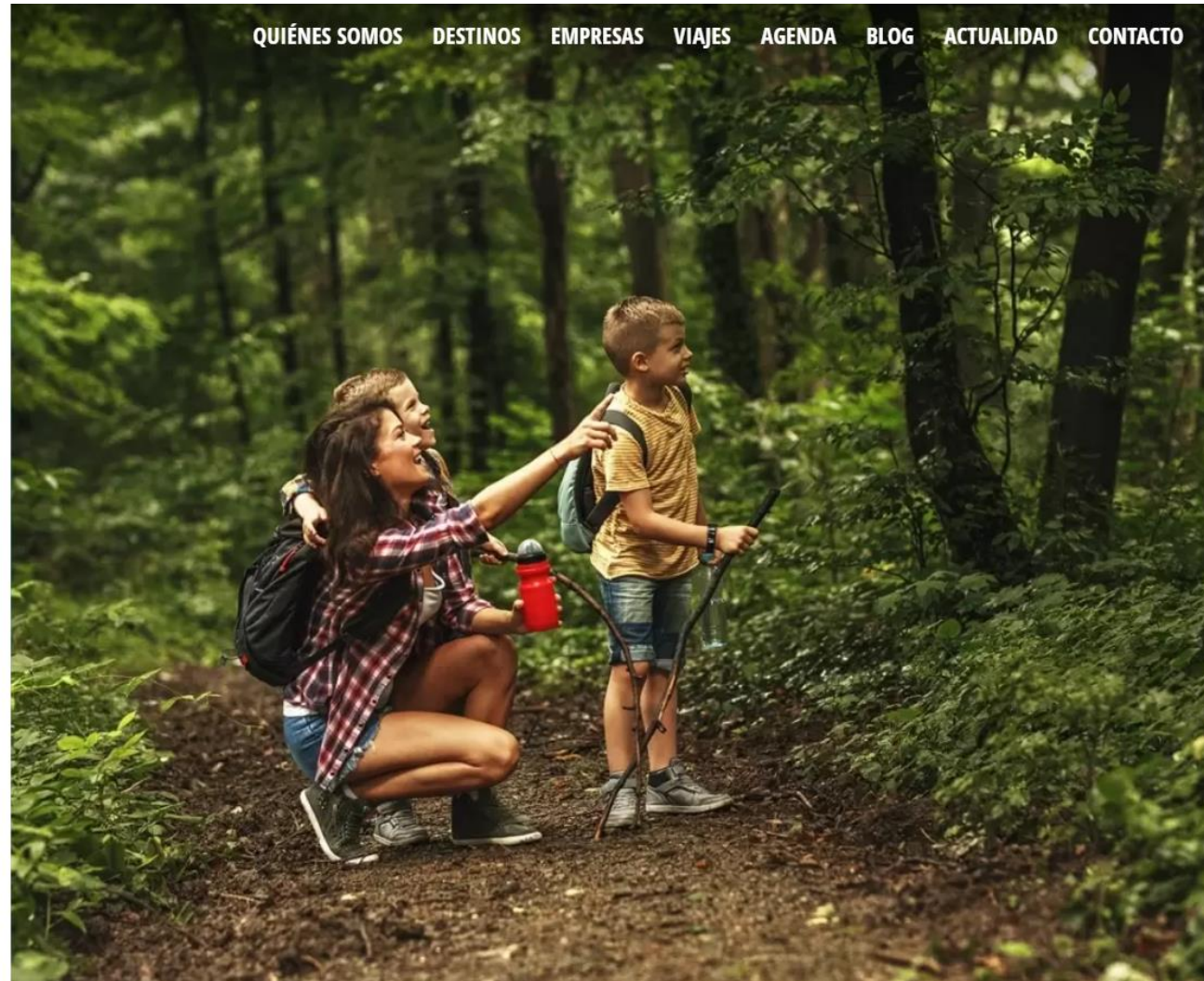


AVENTÚRATE EN LA COMUNITAT VALENCIANA

La Comunitat Valenciana ofrece una multitud de propuestas naturales, urbanas y de ocio para unas vacaciones familiares. ¡Aventúrate en familia en la Comunitat Valenciana!

MÁS INFORMACIÓN

< > 1 / 3

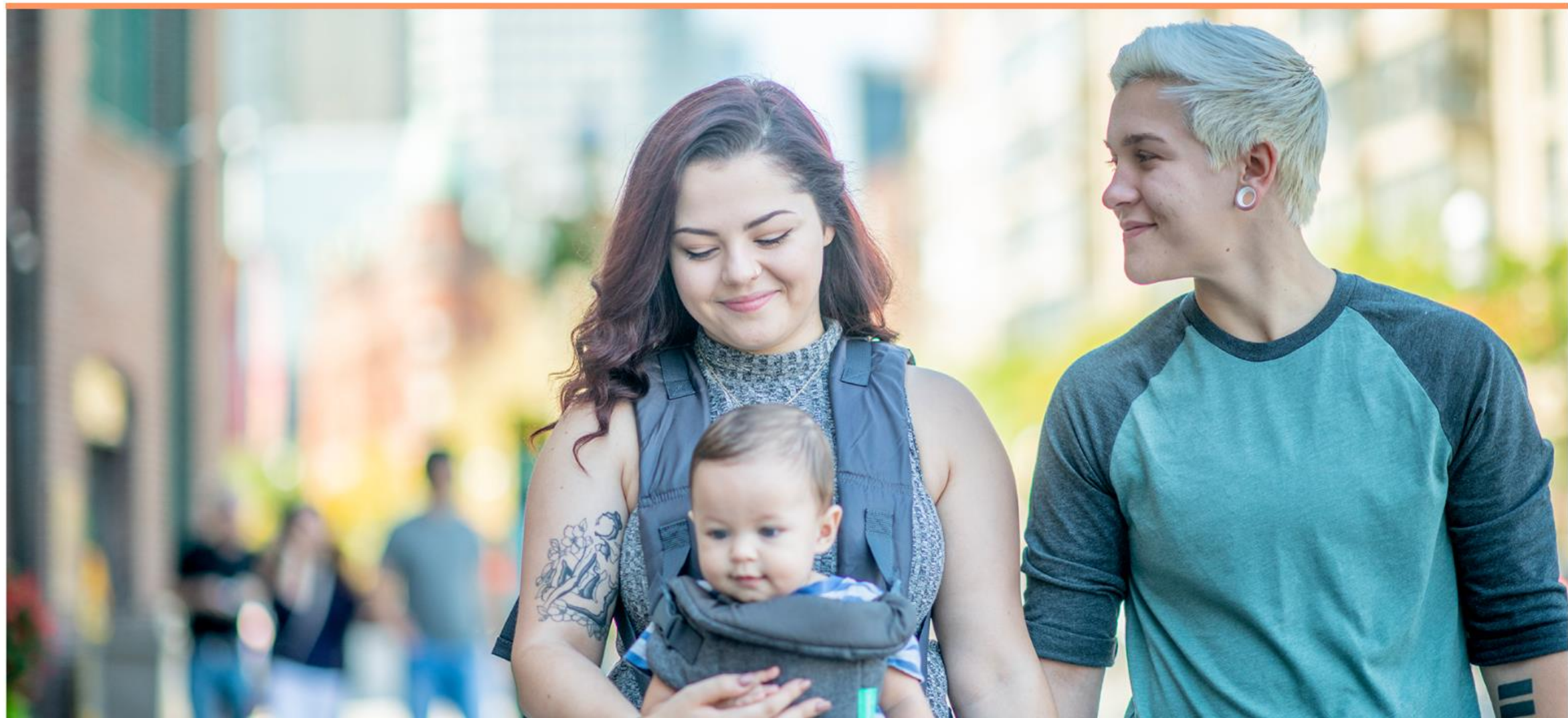




DESTINOS FAMILY FRIENDLY

Destinos familiares, de interior o de costa, urbanos o de montaña, que ofrecen un entorno y unos servicios pensados para la comodidad, disfrute y tranquilidad de las familias.

[MÁS INFORMACIÓN](#)

Quali caratteristiche definiscono una destinazione family?

VRBO, il portale di prenotazione di case vacanze per le famiglie (sondaggio su 600 famiglie italiane nel 2020) definisce le **caratteristiche più ricercate in una buona destinazione per la famiglia.**

Al mare: qualità della spiaggia, pulizia, manutenzione, servizi igienici (qualità di docce, fasciatoi ecc) e aree ricreative.

In montagna: attenzione soprattutto alla sicurezza, presenza guardia forestale, pronto soccorso, ma anche servizi igienici e ristoranti vicino agli impianti delle piste.

In campagna le famiglie chiedono più di tutto attività per i bambini, escursioni nella natura accessibili a tutti, servizi di primo soccorso.



Quali caratteristiche definiscono una destinazione family?

In generale per tutte le mete: qualche specialità della **buona tavola**, qualche **attrazione unica** e una **buona informazione** su cosa c'è da fare e vedere.



Quali caratteristiche definiscono una destinazione family?

È fondamentale:
presenza di buone infrastrutture
(servizi igienici, negozi, ecc.);
un efficiente sistema sanitario.



L'offerta family: destinazione family e family hotel

In modo oggettivo valutare se le caratteristiche della **località** dove sorge l'albergo e le opportunità offerte dai dintorni siano effettivamente a misura di famiglie con bambini.

Gli ospiti scelgono la struttura dove andare in vacanza dopo aver scelto la destinazione che presenta caratteristiche adeguate al loro benessere, al loro divertimento e più in generale alla soddisfazione delle loro motivazioni e bisogni.

Fondamentale comprendere le specifiche motivazioni dei componenti: bambini, ragazzi, genitori, nonni, ecc

L'offerta family

DIVENTARE FAMILY HOTEL

Può richiedere implementazione di una serie di servizi specifici, anche accompagnati anche da modifiche strutturali per adeguare gli spazi, che possono anche comportare investimenti elevati.

La cosa più importante è
l'adozione di una precisa filosofia di lavoro condivisa con tutti i membri dello staff dove centrale diventa l'empatia verso le esigenze prima di tutti dei bambini/teen e il piacere di poterle soddisfare.

L'offerta family

FAMILY HOTEL

I bisogni che guidano le scelte delle famiglie con bambini in vacanza è la base per definire e sviluppare l'offerta se si decide di diventare un family hotel.

Il segmento famiglie con bambini è molto attento alla sicurezza che cerca anche nei family hotel.



L'offerta family

SICUREZZA

Non si intende soltanto la rassicurazione che la destinazione non presenta elementi di pericolo quando si cammina per strada, perchè questa percezione riguarda in un senso più ampio la garanzia per la salute e il benessere dei componenti della famiglia.

L' elemento sicurezza è percepito determinante soprattutto in presenza di neonati o di piccoli, ed è manifestata soprattutto dalle mamme che nel contesto di vacanze con bambini hanno una grande influenza sulla decisione finale di acquisto.

FAMILY HOTEL
per famiglie e
bambini

**OFFERTE FAMILY
HOTEL**
proposte vacanza

ESPERIENZE
le attività My Family
Hotel

MINICLUB
la bottega della
fantasia

**QUALITÀ MY FAMILY
HOTEL**
i servizi degli hotel

**TRENTINO PER
BAMBINI**
località per famiglie

Richiedi
Preventivo



HOME \ VACANZE IN SICUREZZA

**SICUREZZA E TRANQUILLITÀ
PER LA TUA FAMIGLIA IN
TRENTINO!**

L'offerta family

RELAX DIVERTIMENTO PER TUTTI I MEMBRI DELLA FAMIGLIA

Se i bambini si annoiano e non si divertono i genitori percepiranno la loro esperienza di vacanza come stressante e addebiteranno una buona parte della responsabilità all'accoglienza e ai servizi del family hotel che considereranno inadeguati.

Anche i genitori sanno di avere diritto a divertirsi e cercano esperienze attive, rilassanti e arricchenti dal punto di vista culturale.

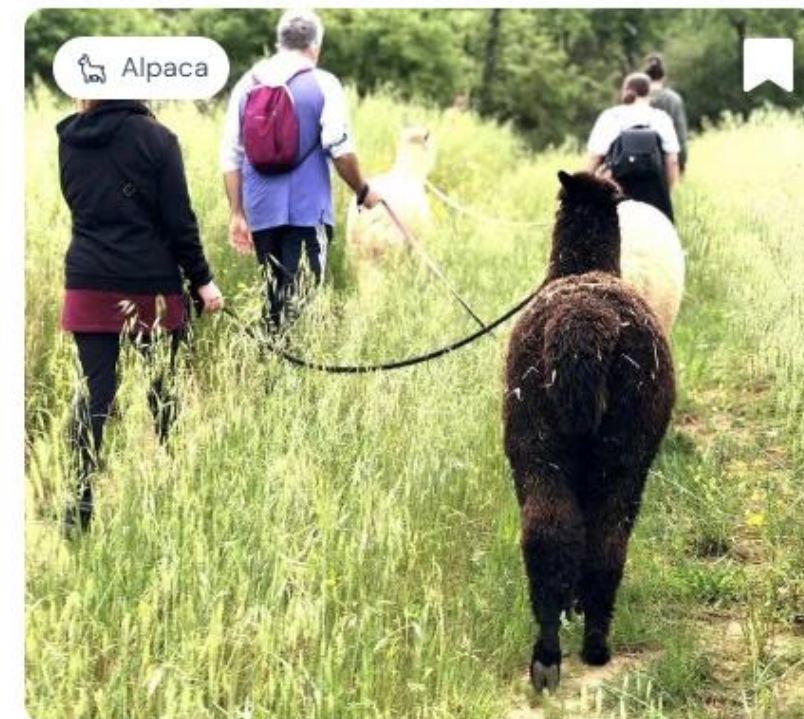
Se la sicurezza e il divertimento dei piccoli ospiti sono i due aspetti chiave che guidano le scelte di vacanza delle famiglie con bambini, anche i genitori sono consapevoli di meritarsi la possibilità di vivere esperienze attive, rilassanti e arricchenti.

L'offerta family

RELAX DIVERTIMENTO PER TUTTI I MEMBRI DELLA FAMIGLIA

Anche i genitori vogliono usare la vacanza per vivere esperienze nuove e coinvolgenti, alcune volte insieme ai bambini, altre volte in coppia, altre ancora da soli.

Proprio per questo motivo valutano con sempre maggiore attenzione le proposte ludiche, sportive, benessere, culturali e gastronomiche delle località turistiche.



Cinigiano, Toscana • ★ 5 (619)

Passeggiata con Alpaca fuori Grosseto nella Maremma Toscana

Da € 20 a persona

La comodità

La comodità e il divertimento dei bambini guidano le scelte di vacanza dentro e fuori i family hotel.

Comodità è la parola d'ordine

Si declina come la capacità della località e dell'hotel di offrire servizi che permettono di trascorrere una vacanza tranquilla, rilassante e il più possibile spensierata.



Lo smart working

Spesso i genitori devono lavorare a distanza anche durante le vacanze in famiglia.

Ciò interessa sempre più genitori, soprattutto appartenenti alla generazione Millennials ed in parte alla Generazione Z.

La vacanza in famiglia si trasforma sempre più spesso in un **periodo ibrido** dove la ricerca di relax, divertimento e condivisione di esperienze convive con la necessità di portare avanti il lavoro di uno o di entrambi i genitori.



Accoglienza nel family hotel

Accoglienza nei family hotel e priorità al check-in

è un momento sempre molto delicato, spesso sono reduci da viaggi lunghi e stressanti che hanno messo a dura prova tutti i membri della famiglia.

- **Check-in prioritario per le famiglie** con bambini comunicato chiaramente anche agli altri ospiti prima dell'arrivo
- cartello nella hall
- uno o più addetti alla reception che si dedichino esclusivamente al check-in delle famiglie con bambini.



Ristorazione nel family hotel

Servizio di ristorazione per bambini

E' uno dei servizi attesi e più apprezzati nei family hotel.

Un menu dedicato ai bambini separato dal menu per gli adulti: evidenzia l'attenzione specifica nei confronti dei giovani ospiti.

Rassicurazione che il menu sia studiato da un esperto nutrizionista per essere il più possibile equilibrato, e predisposto con ingredienti di qualità, come biologici e a chilometro zero.



Ristorazione nel family hotel

Cura e preparazione dei posti a tavola per i più piccoli con posate più piccole di quelle normali.

Gestione degli spazi al ristorante: tavoli vicini tra loro, possibilmente in una posizione più defilata rispetto ai tavoli degli altri ospiti.

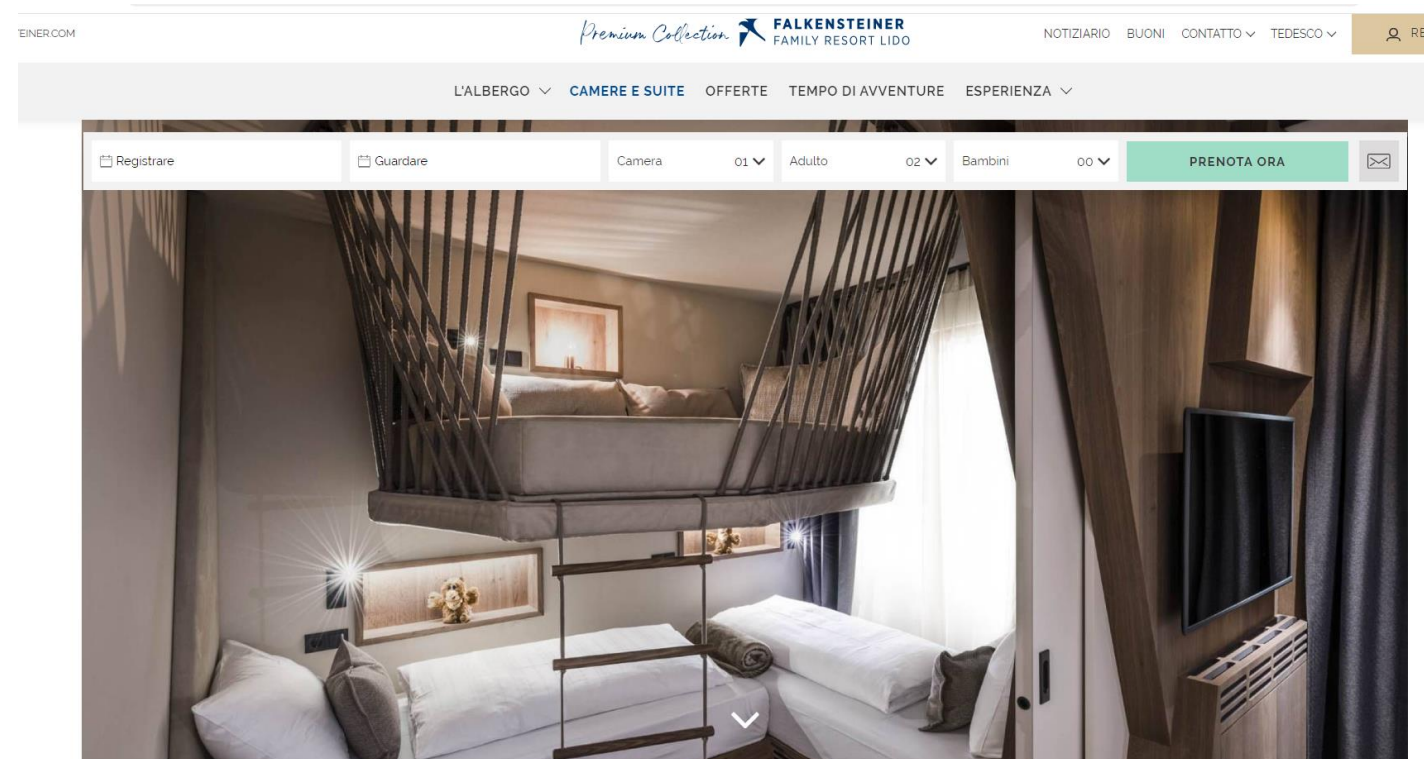
Accesso del ristorante ad un giardino o con un' area dove i bambini possono giocare.



Servizi nel family hotel

Biberoneria /Babyroom– ambiente separato dal ristorante dotato di frigorifero, minipimer e un forno a microonde per riscaldare i preparati. Messa a disposizione brodo vegetale e brodo di carne fresco per preparare le pappe dei neonati.

Allestimento e tematizzazione delle camere dei family hotel
Specializzare l'offerta - tematizzazione o «personalizzazione» in base al target.



Servizi nel family hotel

Comodità e sicurezza nelle camere

Nelle camere - protezioni agli angoli dei mobili ad altezza bimbo e il riduttore per il wc (per i più piccoli).

Culle da far trovare nelle camere dove ci sono neonati, delle migliori marche e il più simili possibile a quelle che sono usate a casa.

Lettini con le sponde per i bambini un pò più grandicelli.

Adattare la linea cortesia ai più piccoli: o con prodotti personalizzati o semplicemente utilizzando ingredienti Made in Italy e anallergici.

<https://present-more.com/come-rendere-family-friendly-il-vostro-hotel/>



Servizi nel family hotel

Nelle camere occupate dai bambini più piccoli far trovare:

- fasciatoio omologato, stessee osservazioni fatte per la culla,
- insieme a salviettine umidificate, prodotti detergenti e creme.

In alternativa un telo plastificato da stendere sul letto per cambiarli.



Servizi nel family hotel

Convenzione con pediatra e servizio di babysitting professionista

Animazione professionale nei family hotel di qualità sviluppato in modo coerente alle diverse fasce di età dei piccoli ospiti.

Calendario settimanale con proposte sia al chiuso che all'aria aperta.

Le attività possono abbracciare anche l'aspetto didattico ed esperienziale. Possono includere attività sportive e serali, soprattutto per i ragazzini, utilizzando le strutture dell'albergo oppure quelle che si trovano nelle immediate prossimità.



<https://www.museoscienza.org/it>

Family hotel suggerimenti

Alcuni esempi di attività: sentieri da fare a piedi, i percorsi di trekking o da fare a ritmo di nordic walking, itinerari da fare in bicicletta e piste ciclabili, come i percorsi da fare in inverno in montagna con le ciaspole, visite ai musei, gallerie come i luoghi più emblematici o iconici della città che si possono visitare.

Esperienze gastronomiche: sempre più tour operator stranieri inseriscono l'esperienza gastronomica nelle attività per tutta la famiglia, in particolare imparare a cucinare o creare un prodotto per la cucina (es le tagliatelle), oppure la visita a produttori locali che mostrano come si producono alcuni alimenti (ad es. in Trentino mungitura e creazione del burro).

Anche le **attività con artigiani locali** costituiscono un' ottimo spunto per coinvolgere il target family.

Le partnership e gli accordi di collaborazione con queste entità presenti sul territorio rivestono un ruolo fondamentale per aumentare la soddisfazione degli ospiti.

Family hotel suggerimenti

L'offerta wellness nei family hotel è sempre più apprezzata sia da adulti sia dai ragazzi e dai bambini.

Particolarmente le piscine termali e le vasche idromassaggio.

Molti family hotel di fascia alta con centro massaggi propongono trattamenti dedicati ai ragazzi, ai bambini e addirittura ai neonati, che fanno registrare una domanda in forte e costante crescita.

Trattamenti estetici dedicati alle ragazze e alla bambine: molti hotel family li propongono da fruire da sole oppure insieme alle mamme.

L'offerta family dipende solo dagli hotel e dalle strutture ricettive?

Oggi **le famiglie** sono molto più attente alla qualità dei servizi e più sensibili all'insieme di opportunità presenti nella destinazione turistica.

Nella fase di pianificazione delle vacanze, non pongono attenzione soltanto all'ospitalità alberghiera e alle dotazioni all'interno delle strutture ricettive,

ma sempre più guardano al **contesto territoriale e al sistema dell'offerta nel suo complesso che concorrono a definire l'esperienza leisure di un luogo.**

<https://www.tsm.tn.it/attivita/ri-immaginare-il-prodotto-family-la-formazione>

L'offerta family

Il sistema di offerta della destinazione e la sua percezione come destinazione adatta alle famiglie o anche alle famiglie si compone di:

Ricettività

Servizi

Sicurezza

Qualità percepita

Qualità del luogo, risorse disponibili

Qualità dell'accoglienza e dell'informazione

Livello di cura e personalizzazione

Inclusività

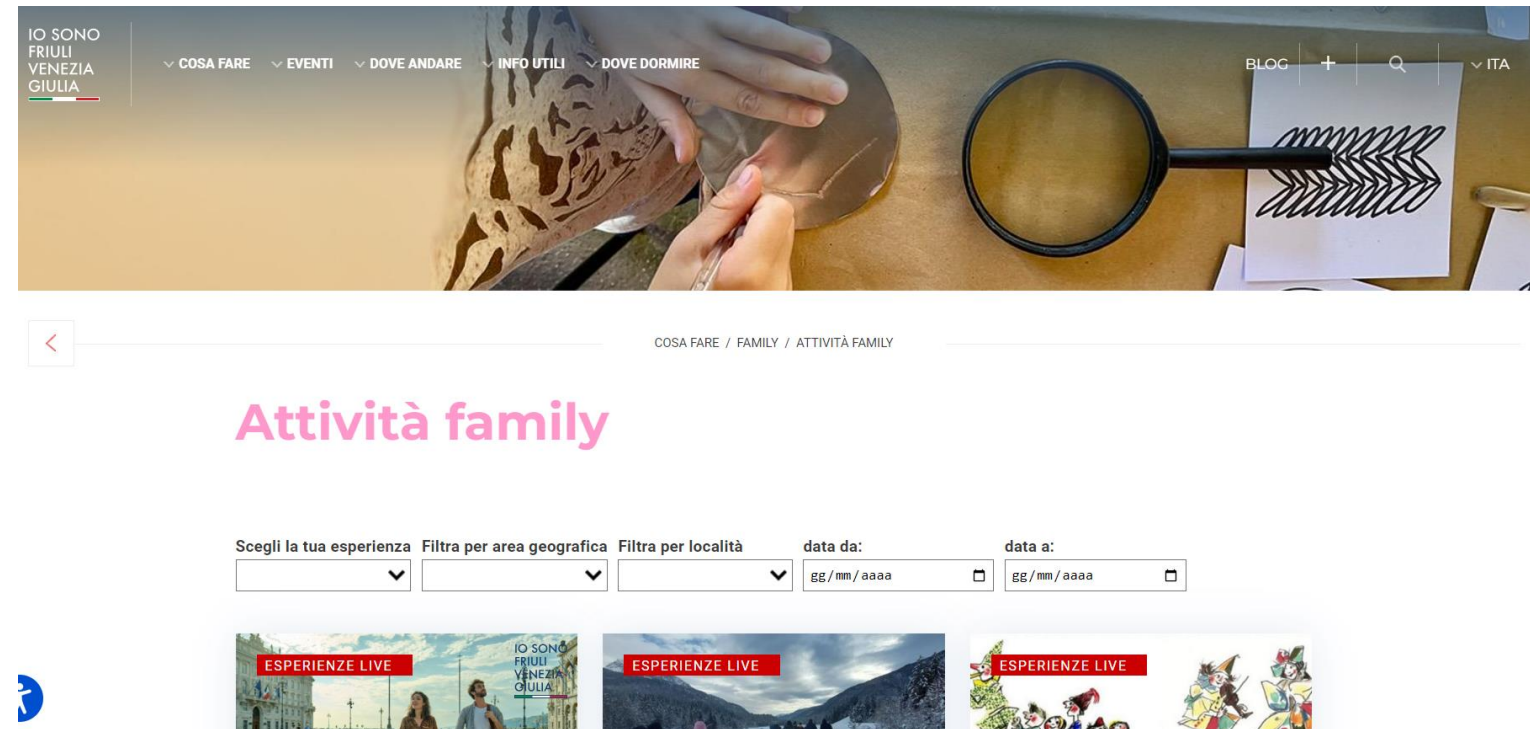
Sostenibilità

Comodità

...

L'offerta family: importanza delle collaborazioni

In un'epoca di forte tensione competitiva, un albergatore può fare la differenza anche grazie alla capacità di **offrire un servizio eccellente**, ma sempre di più deve **trovare alleanze con altri attori e valorizzare appieno le opportunità che il territorio offre**.



Fonte: tsm.tn.it; turismofvg.it



[Overview](#) [Gallery](#) [Accommodations](#) [Dining](#) [Experiences](#) [Meetings & Weddings](#)

JW MARRIOTT VENICE RESORT & SPA ●●●●● 4.4 • [669 Reviews](#)

[VIEW MAP](#)

[+39 041-852-1300](#)

[RESERVE](#) ▼

SAPORI COOKING ACADEMY

The cooking class package includes Welcome Prosecco, Recipes, Participation certificate, Give away. Please note that cooking classes are not private and have a limited number of participants: a minimum of two people is required to activate each class (available for maximum 8 persons/class). The experience is available for children over 6 years old. The classes will take place at the Hotel's Lobby Level, behind the Dispensa.



<https://www.marriott.com/en-us/hotels/vcejw-jw-marriott-venice-resort-and-spa/dining/>

Certificato per le strutture ricettive: **family austria Urlaubsscoach®** a disposizione degli ospiti durante la vacanza per dare consigli utili. Oltre 100 Urlaubsscoach.



<https://www.familyaustria.at/it/urlaubsscoach/family-austria-urlau>

In tutti i family austria Hotels & Appartements vi aspetta il vostro personale family austria Urlaubsscoach®.

Questi sono i vostri vantaggi grazie al family austria Urlaubsscoach®

- Trascorrete una vacanza rilassante con l'assistenza del family austria Urlaubsscoach: dalla programmazione della vacanza fino al ritorno a casa: avvaletevi dei suoi consigli!
- Già il giorno dell'arrivo sarà una giornata di vacanza, infatti il family austria Urlaubsscoach® può darvi i migliori consigli per il vostro arrivo.
- Risparmiate già a casa tempo per programmare le attività per tutta la famiglia. Infatti il family austria Urlaubsscoach® vi fornisce consigli personalizzati in loco e informazioni su misura perfette per la vostra famiglia.
- Appreziate l'assistenza personale ma comunque discreta del family austria Urlaubsscoach® e sfruttate il tempo prezioso per le attività insieme ai vostri cari!

Family destination in Svizzera

Certificato di qualità di una family destination in Svizzera

Il profilo di qualità di una Family Destination si basa su un'autovalutazione da parte delle destinazioni, che viene verificata in loco da persone qualificate sotto forma di audit.

L'assegnazione del label è legata a requisiti e criteri rigorosi, controllati da una Commissione di qualità presieduta dalla FST.

Obiettivi principali

Qualità - località e mete turistiche rispettano il credo e soddisfano l'elenco dei requisiti, sono motivate ad aspirare e garantire un alto livello di qualità nella loro offerta. Elevati standard qualitativi relativi all'orientamento alle famiglie e ai bambini valgono sia per le aziende, che per tutta la località o meta turistica, tanto che esse affrontano la concorrenza svolgendo una campagna di promozione turistica sia in Svizzera che all'estero.

Trasparenza per i clienti - Il marchio di qualità rappresenta un sinonimo di garanzia per gli ospiti, assicurando loro che il soggiorno in una meta o località turistica soddisfi i requisiti richiesti di alta qualità.

Gruppo target - Candidati al label Family Destination sono tutti i resort e le destinazioni di vacanza in Svizzera e nel Principato del Liechtenstein che soddisfano i requisiti secondo la procedura di assegnazione.

<https://www.stv-fst.ch/it/offerte/labels/family-destination>

Family destination

Visit  Norway

 Offers  Favorite  Search  Menu



Where to travel with teenagers in Norway

Planning a family holiday with teenagers? Here are some tips on top places to go and things to do, and practical advice for a successful trip.

La destinazione family

La dimensione family di una destinazione si percepisce da:

Sicurezza – sicurezza alla persona e sicurezza sanitaria, la presenza di una o più farmacie con chiara indicazione delle aperture, un punto di pronto soccorso, i recapiti di un pediatra.

Parchi giochi attrezzati e zone verdi, indispensabili per bambini e genitori.

Itinerari per escursioni per famiglie, possibilmente adeguatamente segnalati, con segnaletica e mappe (anche on line) con indicazione di durata, difficoltà, dislivello;

Servizi igienici attrezzati per le famiglie - fasciatoi, stanzette per l'allattamento, gabinetti e lavabi a misura bambino.

Piste ciclabili - per muoversi nella località senza muovere l'auto.

Servizio trasporto pubblico – efficiente.

Piano B in caso di maltempo - adeguate strutture e programmazione degli eventi, ad esempio come parchi acquatici al coperto, piscine, sale attrezzate ed intrattenimento anche al coperto.

Programma esperienze ed eventi – di diversa tipologia

Informazione chiara e accurata.

Verso la carta dei valori della proposta Family Toscana

Co-creare una carta dei valori, alla base di un'offerta mirata e specializzata sulla domanda delle famiglie in viaggio.

Valori che ciascuno possa riconoscere come propri, a cui gli operatori possano aderire volontariamente.

Partecipare alla costruzione insieme, operatori privati ed enti pubblici, di un sistema di offerta dedicato al family. Favorire la percezione di una destinazione pronta ad accogliere varie tipologie di famiglia e a soddisfare i loro bisogni durante la vacanza.

Coinvolgere le imprese dell'accoglienza in una nuova narrazione ed iniziative promozionali da attivare per il 2024, per far conoscere sempre di più il progetto e dare la massima visibilità all'offerta dedicata alle famiglie.

Prossimo appuntamento in presenza

19 febbraio 2024 14.00 – 17.00

Firenze – incontro in presenza

20 febbraio 2024 10.00 – 13.00

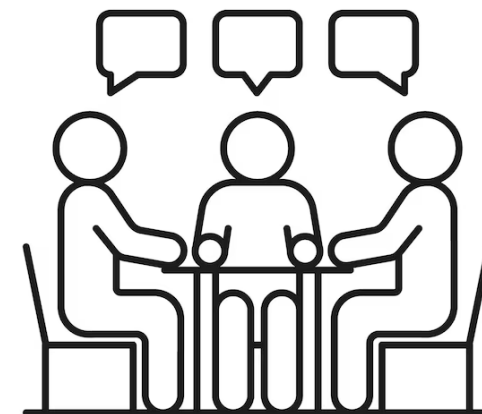
Follonica - incontro in presenza

26 febbraio 2024 14.00 – 17.00

Forte dei Marmi – incontro in presenza

27 febbraio 2024 10.00 – 13.00

Arezzo – incontro in presenza



Iscrizioni al seguente link: <https://form.toscanapromozione.it/index.php/924873?lang=it>

Viene richiesto di selezionare la preferenza di data/sede

#tuscanytogether



Grazie per l'attenzione!

family@toscanapromozione.it

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE
visittuscany.com