

#tuscanytogether



WORKSHOP DI PROGETTAZIONE GdL FAMILY

Firenze, 23 aprile 2024

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE
visittuscany.com

Di cosa ci occupiamo oggi?

L'offerta family + case study

Creazione dell'offerta



Toscana Promozione Turistica ha avviato un percorso di co-progettazione condiviso con gli operatori del territorio, con l'obiettivo di individuare i punti fondamentali attorno ai quali dar forma e vita a proposte di turismo che soddisfino appieno le famiglie che scelgono la Toscana come meta dei loro viaggi. Come risultato di questa collaborazione e di questo scambio è nata la "Carta dei Valori del Turismo Family".

Toscana: la meta dove sentirsi di (in) famiglia

Per accogliere le esigenze e soddisfare le aspettative di tutte le famiglie attuali: tradizionali, 3G, sikk gen, allargate, monoparentali, omogenitoriali e ricomposte, sono stati individuati sette valori imprescindibili che si trasformano in promesse di viaggio da appagare. Sette missioni che sia la destinazione che gli operatori sottoscrittori fanno propri, per poter rispondere appieno alla principale esigenza: permettere alle famiglie che viaggiano attraverso la Toscana di trascorrere del tempo di qualità insieme, di rilassarsi e distendersi, rafforzando le relazioni per creare ricordi di vita indelebili.

Sette principi che fondano la loro ragion d'essere nell'adesione ai principi tradizionali e culturali che rendono la Toscana una regione ancora autentica, dove vivere esperienze vere, caratteristiche ed uniche. Sette impegni volti a implementare e migliorare le offerte di soggiorno, in modo tale che le family di tutto il mondo si possano sentire, lungo il loro viaggio nella nostra regione, accolti come a casa, o meglio, persone di famiglia!

«**Toscana:** **la meta dove** **sentirsi di** **(in)** **famiglia**»

1. **Attenzione e sicurezza**

In Toscana l'accoglienza è un modo di essere, una ricetta composta da mille ingredienti che uniscono il rispetto delle regole e il senso di responsabilità all'attenzione per la qualità che si fa eccellenza. Una propensione naturale all'ascolto dei bisogni degli ospiti, siano essi piccoli turisti o viaggiatori dalle tante primavere, si declinano in: informazioni certe, strutture adeguate, servizi soddisfacenti, copertura sanitaria e pediatrica.

Attenzione e sicurezza Sono la promessa di una esperienza di viaggio sicura, affidabile e attenta.

2. **Coinvolgimento ed empatia**

La Toscana affonda nella sua storia le radici di una naturale attenzione all'ospite: pellegrini medievali, illustri personalità di ogni rango, ottocenteschi viaggiatori del Gran Tour hanno attraversato la nostra Regione trovando in essa ausilio non solo per i loro bisogni pratici ma risposte adeguate alle loro personali necessità.

Coinvolgimento è la promessa di prendersi cura di tutti i componenti del nucleo familiare: in ogni momento, in ogni luogo, per ogni necessità. *Empatia* definisce l'impegno ad un'accoglienza priva di preconcetti, capace di cogliere e soddisfare anche le aspettative inespresse, la capacità di "mettersi nei panni" di ogni membro della famiglia.

3. Inclusività

La Toscana è la culla dell'Umanesimo che ha posto al centro l'uomo, la persona, ed ha dato origine al Rinascimento. Per i suoi abitanti costituisce un valore identitario, che si esprime nelle relazioni e nei modi dell'interagire quotidiano con le altre persone, siano esse del luogo sia che provengano da fuori.

Come impegno all'inclusione, al rispetto e all'accettazione di ogni essere umano, *Inclusività* rappresenta la promessa di abbracciare ogni persona che appartiene al nucleo familiare: accogliendo i più piccoli, oltre che gli adulti e gli anziani, con proposte trasversali e transgenerazionali, in contesti e luoghi accessibili e accoglienti.

4. Tradizione

Le tradizioni toscane, per la loro varietà e peculiarità sono ambasciatori della cultura, del gusto e dello stile di vita di uno straordinario territorio, unico al mondo. La sua storia e la sua cultura così come l'artigianato e la sua cucina, sottendono esperienze di viaggio al contempo educative e trasformative; esperienze immersive grazie alla loro trasversalità che le rende adeguate ogni gruppo familiare e di vera condivisione, poiché adattabili ad ogni fascia di età. *Tradizione* è quindi la promessa di un viaggio capace di far vivere una profonda connessione con il territorio e con le persone che lo animano.

5. Enogastronomia tipica

La campagna toscana, archetipo di misura e collaborazione tra uomo e natura, è la culla delle produzioni agro alimentari che hanno reso la cucina dei territori esempio, riconosciuto in tutto il mondo, di genuinità e sostenibilità. Produzioni che nei secoli hanno arricchito una pratica culinaria diventata prima simbolo di cucina sana ed equilibrata, e quindi riconosciuta come una vera e propria arte enogastronomica, attenta ai gusti e ai palati più raffinati, in continua evoluzione grazie al dialogo tra tradizione ed innovazione. *Enogastronomia tipica* è la promessa fatta a chi visita la Toscana di poter conoscere i luoghi attraverso il gusto, entrando in connessione diretta con la cura ed il rispetto per la terra ed i suoi prodotti. La promessa di un viaggio dove recuperare il proprio benessere psicofisico, prendendosi cura di sé e degli altri, dai più grandi ai più piccini.

6. Tutela ambientale e territoriale

La maestosità dei monumenti, specchi di una bellezza che si nutre di storia e di cultura, il fascino dei luoghi che non rinunciano ad un'identità fatta di tradizione e senso di appartenenza, l'incanto di paesaggi la cui armonia è il frutto di cura e pratiche rimaste immutate nel tempo, la varietà e la potenza degli scenari naturali preservati dal rispetto di chi li abita, rendono la Toscana un magico caleidoscopio dove vivere esperienze distintive e uniche. *Tutela* è la promessa di una vacanza pensata osservando i principi di sostenibilità e riduzione degli sprechi, per far sentire chi viaggia parte attiva di questa attenzione alla salvaguardia. È la promessa di esperienze immersive, di un benessere che nasce dalla riconnessione con le persone e con le cose essenziali.

7. Collaborazione

La sinergia e la collaborazione tra le aziende attive nell'ospitalità e nei vari ambiti dell'offerta turistica, creano sinergie vincenti in grado di offrire ciò che le famiglie cercano, soddisfacendo il desiderio di vivere una vacanza ricca di momenti intensi, di esperienze molteplici e diversificate. Essere accoglienti è di per sé garanzia di qualità, apre alla fiducia, dona quel senso di sicurezza necessario per lasciarsi andare al relax e percepire benessere. *Collaborazione* è la promessa che in Toscana si è Ospiti con la maiuscola, è la sicurezza che il benessere della famiglia è sempre al centro.

Cosa significa avere un'offerta family?

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 si caratterizza 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.

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 complesso: sia nella composizione sia per le 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**

- 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.

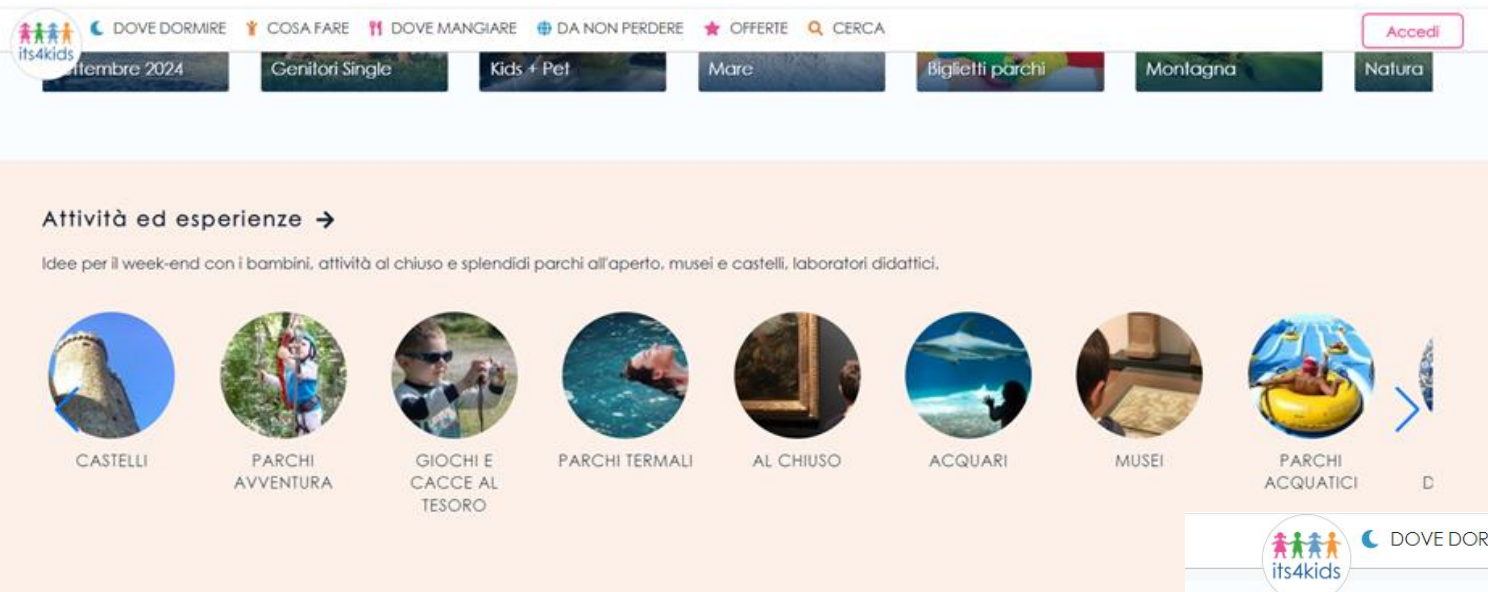
I motivi per cui viaggiano con i propri figli sono stati raggruppati in quattro categorie:

- *esporre i propri figli a cose nuove,*
- *trascorrere del tempo di qualità con i propri figli,*
- *costruire un senso di appartenenza*
- *relax.*

Gli attributi più importanti che cercano in una destinazione sono stati raggruppati nei seguenti:
ambiente adatto ai bambini, trasporti accessibili, buon clima e opzioni di cultura, natura e intrattenimento.

Fonte: FTA Survey – Report Family Travel in 2023

Case study



Suddivisione per tipologia attività desiderate e interessi

Suddivisione per tipologia di target famiglia: fasce di età dei figli

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



Tipologia famiglia


DOVE DORMIRE COSA FARE DOVE MANGIARE DA NON PERDERE OFFERTE CERCA
Accedi



Offerte vacanze genitori single

Ecco qui le migliori offerte per chi va in vacanza per i genitori single e per tutti quelli che vanno da soli in vacanza con i bimbi,

Suddivisione per tipologia famiglia, per gruppo

Suddivisione per tipologia di target famiglia: fasce di età dei figli


DOVE DORMIRE COSA FARE DOVE MANGIARE DA NON PERDERE OFFERTE CERCA
Accedi



Hotel, villaggi e non solo...
Con un adolescente

Mappa

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

TROVA LA STRUTTURA PER TEI

Hotel e villaggi con i ragazzi

Bambini e ragazzi

Il target non è omogeneo.
Si devono tener conto di
differenze culturali (mercati).

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

Che tipo di segmentazione fare in
questa categoria?



**Globetrotters: 4
months – 2 years**



**Adventurers: 3 – 4
years**



**Voyagers: 5 – 7
years**



**Pioneers: 8 – 11
years**

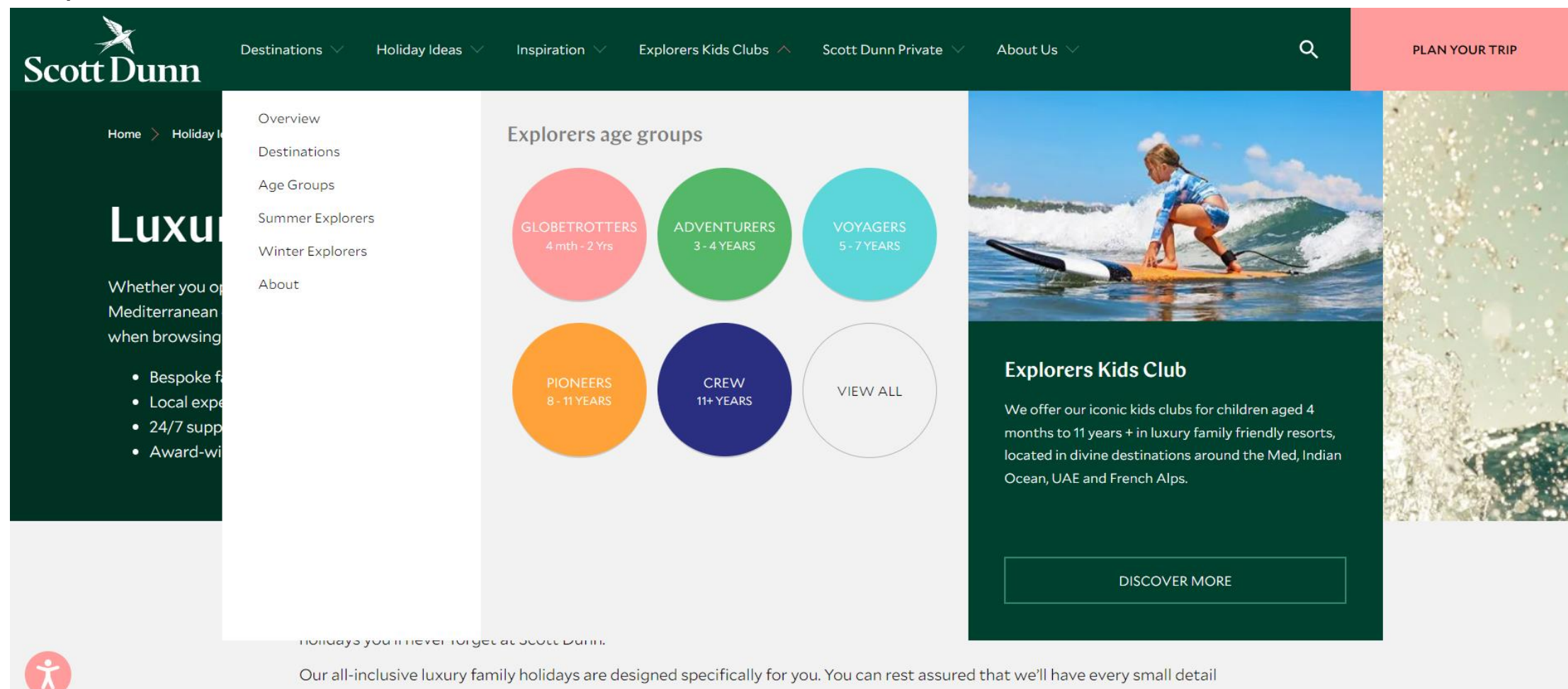


Crew: 11 years +

Bambini e ragazzi

Es. Explorer kids club Scott Dunn

Explorers Kids Club, situati nel Mediterraneo, nell'Oceano Indiano, negli Emirati Arabi Uniti e nelle Alpi.



The screenshot displays the Scott Dunn website's 'Explorers Kids Club' page. The header features the Scott Dunn logo and navigation links: 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 is divided into three columns. The left column lists navigation options: Overview, Destinations, Age Groups, Summer Explorers, Winter Explorers, and About. The middle column, titled 'Explorers age groups', features six colored circles representing different age ranges: GLOBETROTTERS (4 mth - 2 Yrs), ADVENTURERS (3 - 4 YEARS), VOYAGERS (5 - 7 YEARS), PIONEERS (8 - 11 YEARS), CREW (11+ YEARS), and a 'VIEW ALL' button. The right column shows a child surfing on a wave, with the heading '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.' Below this is a 'DISCOVER MORE' button. The footer includes a small icon of a person and the text: 'Our all-inclusive luxury family holidays are designed specifically for you. You can rest assured that we'll have every small detail'.

Tipologia di viaggio e bisogni

66% spiaggia e mare;

65% città (city break e tour);

48% musei e attrazioni culturali;

46% eventi - sportivi, musicali, grandi eventi;

38% parchi tematici e acquatici;

32% parchi nazionali;

26% vacanza nella natura;

20% all inclusive resort;

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

Motivazioni

Passare del **tempo di qualità insieme, rilassarsi, riallacciare legami**

Tra i motivi delle vacanze in famiglia vi sono

- il tempo libero
- istruzione / apprendimento
- divertimento
- entusiasmo e voglia di vivere un'avventura
- acquisizione di nuove esperienze e competenze
- presenza di attività e stili di vita mirate a sviluppare l'indipendenza e l'autonomia dei più piccoli
- scoprire l'arte e il patrimonio culturale, anche attraverso la gastronomia



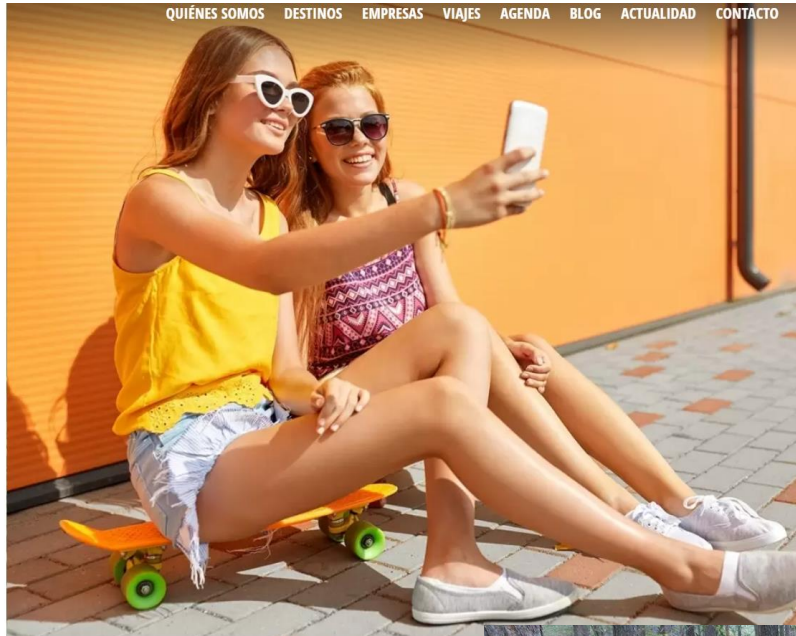
TURISMO FAMILIAR TOUR & KIDS

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

> 2 / 3



Descubre el mundo de las setas en familia

28 de Noviembre de 2023

Os damos unos consejos prácticos para descubrir el mundo de las setas de forma segura, divertida y sostenible

Salir a la montaña a **buscar setas en familia** es una actividades muy chula. Si nunca habéis ido a buscar setas aún, os recomendamos que vayáis siempre con un guía que os puede ofrecer consejos a la hora de buscarlas. Podéis por ejemplo [hacer una ruta de la mano de Itinerantur](#) para buscar setas en la Comunitat Valenciana. En este artículo os damos algunos consejos más para seguir:



CONSEJOS PARA RECOGER SETAS DE FORMA SOSTENIBLE

Solo está permitida la utilización de navajas para cortar los ejemplares adultos. Siempre se corta desde la

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.

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.

È fondamentale:

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

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.

Valutano con sempre maggiore attenzione le proposte ludiche, sportive, benessere, culturali e gastronomiche delle località turistiche.

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!**

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

TERME E BENESSERE

PARCHI AVVENTURA

FATTORIE DIDATTICHE

TREKKING CON BAMBINI E PASSEGGINI

PARCHI NATURALI

ESCURSIONI PER FAMIGLIE

PISTE CICLABILI

Richiedi
Preventivo



neve con
bambini

scopri



terme e
benessere

scopri



Parchi
avventura

scopri



Fattorie
didattiche

scopri

Focus family in 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.

Servizio di ristorazione per bambini

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

I genitori si aspettano di trovare un menu dedicato ai bambini separato dal menu per gli adulti, perchè evidenzia l'attenzione specifica nei confronti dei giovani ospiti.

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

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

Focus family in hotel

Il servizio di animazione nei family hotel deve essere professionale: animatrici e animatori con una formazione specifica ed esperienza. Oltre a far divertire (soprattutto i bambini) devono garantire anche la loro sicurezza. Ciò vale anche in caso di servizio esternalizzato.

Attività ludiche e di intrattenimento esperienziale per i genitori.

Si possono proporre esperienze insieme a tutta la famiglia e anche delle esperienze ed attività quando i figli sono impegnati in altre. Possono spaziare tra sportive o collegate alle opportunità offerte dalla destinazione.

Ad es: percorsi di trekking o da fare a ritmo di nordic walking, itinerari in bicicletta e piste ciclabili,, visite ai musei, gallerie come i luoghi più emblematici o iconici della città che si possono visitare. Esperienze legate al wellness, retreat ecc.

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.



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/>

Family destination

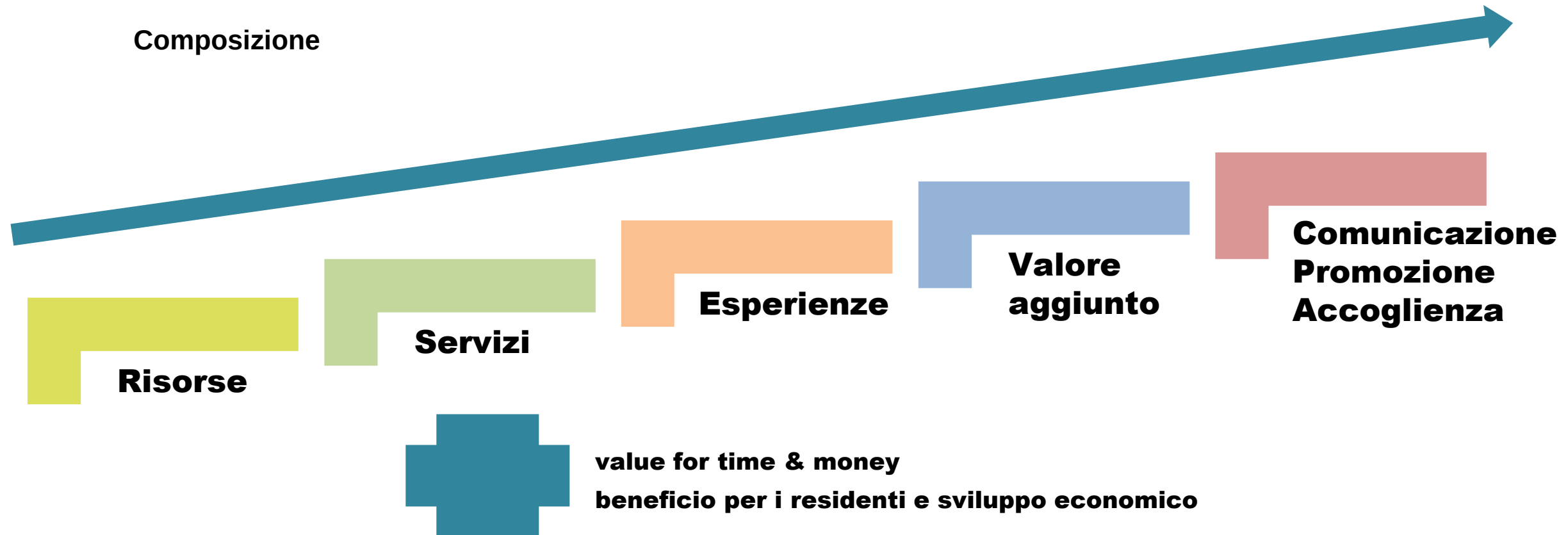
Visit  Norway

 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.



L'esperienza di viaggio si compone di varie tipologie di attività. In relazione al grado di assorbimento o immersione e di partecipazione attiva o passiva, è possibile distinguere diverse dimensioni, che dovrebbero essere tutte presenti perché l'esperienza sia memorabile.

Intrattenimento comprende ad esempio la partecipazione ad uno spettacolo teatrale o l'ascolto di musica, in cui l'individuo non svolge un ruolo attivo ma l'esperienza viene captata e "assorbita" dalla sua mente.

Esperienza estetica, sebbene non implichi la partecipazione attiva del soggetto, ne sollecita le emozioni e ne comporta l'immersione, poiché il soggetto entra dentro l'esperienza e ne viene coinvolto in modo fisico e/o virtuale, come ad esempio avviene in occasione di una visita di un museo o di un'escursione naturalistica.

Esperienze di educazione, quali l'apprendimento di uno studente, implicano un assorbimento della persona ed un suo coinvolgimento attivo necessario per potere accrescere le proprie conoscenze.

Evasione implica una partecipazione attiva dell'individuo ed una immersione profonda nell'esperienza, come nel caso della partecipazione ad un corso di cucina o ad una vendemmia. Sebbene il turismo creativo offra al viaggiatore tutte e quattro le tipologie di esperienze richiamate, è evidente come una netta prevalenza sia da attribuire alle componenti di evasione e di educazione

Fonte: Pine and Gilmore

Visittuscany.com

I numeri del portale e dei canali social collegati
Perché vale la pena essere presenti nella piattaforma MAKE
Come aderire e inserire la propria struttura / servizio
Come inserire le proprie offerte

Su cosa lavoriamo oggi: La creazione di un'offerta family

1



Ideazione

2

Costruzione



3

Promozione



Conosciamoci: presentazione per gruppi di appartenenza

15 minuti



1. Servizi

Guide
Accompagnatori
Musei
Associazioni
Ristorazione
Iat
.....

2. Ricettività

Hotel
Agriturismi
B&b
Glamping
Campeggi
.....

3. Aggregatori di servizi

(pacchetti-esperienze)
Tour Operator
DMC
Agenzie viaggi
.....

I target

Definire il target / tipologia di famiglia cui si rivolge la nostra offerta.

Individuare anche la fascia di età di bambini.

Individuare per il target selezionato i principali bisogni da soddisfare.

**Famiglia
tradizionale**

0-2

3-4

5-7

8-11

11+

**Famiglia
monoparen
tale**

0-2

3-4

5-7

8-11

11+

**Famiglia
3G**

0-2

3-4

5-7

8-11

11+

**Famiglia
lgbtq+**

0-2

3-4

5-7

8-11

11+

**Famiglia
skip gen**

0-2

3-4

5-7

8-11

11+

**Famiglia
ricomposta**

0-2

3-4

5-7

8-11

11+

**Famiglia
allargata**

0-2

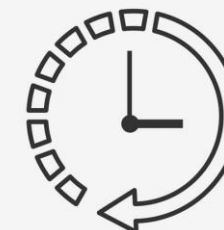
3-4

5-7

8-11

11+

5 minuti



Tipologia famiglia



Famiglia Smith

APPROCCIO ALLA VACANZA

Obiettivo:

Cosa piace fare:

La vacanza in famiglia è

- *(cosa rappresenta)*
-
-
-

Età dei figli

.....
.....
.....
.....

Comportamento

- *(Come viaggiano es mezzo di trasporto, tipologia struttura*
 - *ricettiva ecc)*
 - *(cosa fanno es partecipano ad eventi, visitano parchi ecc)*
 - *Desiderano presenza di altre famiglie*
-

Bisogno

- *Informazioni e strumenti per pianificare in dettaglio*
- *Esperienze non comuni per scoprire il territorio, su sentieri*
- *storici e/o panoramici*
- *Esperienze solo per genitori / solo per i figli*
- *Strutture adatte a.....*
- *Servizi personalizzati....*
- *Sicurezza....*

Dopo aver definito il target /tipologia di famiglia, individuare la tipologia di offerta da proporre

**Alloggio
soggiorno**



Pacchetto



Esperienza



Definire il titolo ed un sottotitolo che lo descrive e declina meglio

*Gioco di gusto in Toscana.
Scopri e crea la tua ricetta preferita...ecc*

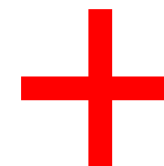
Dare una descrizione più dettagliata di cosa contiene l'offerta, quali bisogni soddisfa

Descrizione...

Cosa contiene a proposta

Durata, per quante persone ecc....

10 minuti



10 minuti



Tipologia offerta

Alloggio
soggiorno



Pacchetto



Esperienza



Titolo:

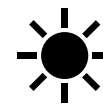
Sotto titolo:

Descrizione:

Periodo:



Primavera



Estate



Autunno



inverno

Tipologia servizi

Nelle disponibilità:

Inserire elenco servizi disponibili o che si intendono acquisire direttamente

Da reperire all'esterno / partnership:

Inserire elenco servizi da ricercare con partnership esterne

Es. guida
Laboratori
Escursioni

20 minuti



Servizi

Ad esempio se si tratta di struttura ricettiva

- Piscina
- Giardino
- Sala pranzo per bambini
- Area giochi
- Passeggini
- Seggiolini per biciclette
- Bici
- Menu per bambini
-
- Fasciatoio
- Copri prese
- Letti con sponde
- Culla
- Scalda biberon
- Luce cortesia
- Stendino
- Frigorifero ...
- Babysitting professionale
- Animazione per ragazzi
- Area / campi sport
- Area yoga
- Video giochi / area giochi elettronici
- ...

Esperienze e attività

- Passeggiate in bicicletta
 - Passeggiata a cavallo
 - Pranzo in ristorante tipico
 - Lezioni di italiano
 - Lezioni yoga/sport
 - Corsi d'arte
 - Corsi di sport
 - Vendemmia
 -
- Corsi di cucina
 - Visita e shopping tour artigiani
 - Escursioni
 - Degustazioni di vino/olio
 - Degustazione di cibo
 - Terme e benessere
 - Spettacoli e concerti
 - ...
- Laboratori artigianali
 - Laboratori di scienze in museo
 - Aperture speciali con attività nei musei
 - Pet therapy con gli asinelli
 - Pic nic nei vigneti
 - Retreat nel bosco
 - Parchi giochi
 - ...

Individuazione dei partner

10 minuti



Partner 1

Tipologia azienda / partner
Zona in cui deve essere ubicata

Che ruolo e di cosa si dovrà occupare
Modalità della collaborazione

Partner 2

Tipologia azienda / partner
Zona in cui deve essere ubicata

Che ruolo e di cosa si dovrà occupare
Modalità della collaborazione

Definizione del prezzo

Prezzo:

*Indicare il range, oppure il prezzo esatto
Specificare a persona, eventuali riduzioni*

Prezzo a partire da:

*Indicare il prezzo di partenza a persona (potrebbe variare in
funzione di early bird, stagionalità, gruppo familiare ecc*

10 minuti



Scheda offerta di _____
Nome operatore / azienda

1. Quale famiglia sarà il tuo futuro cliente?

Famiglia tradizionale	Famiglia 3G	Famiglia allargata	Famiglia Skip Gen	Famiglia monoparent	Famiglia Lgbtq+	Famiglia ricomposta
Che età hanno i figli?						
0-2	3-4	5-7	8-11	11+		

2. Che tipologia di offerta vuoi offrire?

Indicare tipologia di offerta (indicare solo 1 risposta)

Alloggio soggiorno	Pacchetto	Esperienza

Titolo dell'offerta

Sottotitolo dell'offerta

Descrizione

Periodo dell'anno: Inverno Primavera Estate Autunno

Prezzo: _____ A partire da: _____

3. Quali servizi?

Servizi già nelle disponibilità

-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-

Servizi da ricercare in partnership

-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-

4. Quali partner?

-
-
-

Presentazione e condivisione prime idee/bozze di offerta

Confronto

Networking

#tuscanytogether



Grazie per l'attenzione!

family@toscanapromozione.it

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE
visittuscany.com