

PROGETTO

DESTINAZIONE

ASSISI

-

CATALOGO

PRODOTTI

R1 - Febbraio 2019



**CITTÀ DI
ASSISI**

SERAPHICA CIVITAS

incipit
consulting

Innovazione e Consulenza
Integrata per il Turismo

www.incipitconsulting.it

CATALOGO PRODOTTI

INDICE

0. INTRODUZIONE	7
1. IL PROGETTO. FINALITÀ, METODOLOGIA, PROCESSO	7
1.1. Finalità	7
1.2. Metodologia di elaborazione del catalogo	8
1.3. Processo di elaborazione catalogo	8
1.4. Team di progettazione	9
2. RACCOLTA DATI – INCONTRI TEMATICI	11
2.1. Pianificazione incontri tematici	11
2.2. Attivazione incontri tematici	11
2.3. Esecuzione incontri tematici	12
3. PROCESSO DI ELABORAZIONE CATALOGO	13
3.1. Introduzione	13
3.2. Criteri di elaborazione catalogo	13
3.3. Articolazione catalogo	14
4. LINEA DI PRODOTTO BUSINESS & MICE	15
4.1. Introduzione	15
4.2. Prodotto “Business standard” B2C	15
4.3. Prodotto “Business escursione - individuale” B2C	19
4.4. Prodotto “Business escursione - gruppo” B2C	21
4.5. Prodotto “Staff MICE” B2C	23
4.6. Prodotto “MICE” B2C	27
4.7. Prodotto “MICE escursionista” B2C	31
4.8. Punti di forza e debolezza	33
5. LINEA DI PRODOTTO - TURISMI DEL CAMMINARE	37
5.1. Introduzione	37
5.2. Prodotto “Camminare slow” B2C	38
5.3. Prodotto “Camminare sportivo” B2C	45
5.4. Prodotto “Cammini” B2C	51
5.5. Punti di forza e debolezza	57
6. LINEA DI PRODOTTO - TURISMI IN BICI	59
6.1 Introduzione	59

6.2. Prodotto “Free biker” B2C	60
6.3. Prodotto “Slow biker” B2C	69
6.4. Prodotto “Mountain biker” B2C	76
6.5. Punti di forza e debolezza	85

7. LINEA DI PRODOTTO – TURISMO CULTURALE 87

7.1 Introduzione	87
7.2. Prodotto “Culturale standard – gruppo” B2C	87
7.3. Prodotto “Culturale standard – individuale” B2C	92
7.4. Prodotto “Storia e arte antica” B2C	97
7.5. Prodotto “Storia e arte medioevale” B2C	102
7.6. Prodotto “Storia e arte religiosa” B2C	106
7.7. Prodotto “Cultura del territorio” B2C	110
7.8. Prodotto “Eventi culturali” B2C	116
7.9. Prodotto “Turismo scolastico – gruppo” B2C	120
7.10. Punti di forza e debolezza	124

8. LINEA DI PRODOTTO – TURISMO RELIGIOSO 127

8.1 Introduzione	127
8.2. Prodotto “Pellegrinaggio standard - gruppo” B2C	128
8.3. Prodotto “Pellegrinaggio standard - individuale” B2C	133
8.4. Prodotto “Pellegrinaggio esperienziale” B2C	138
8.5. Prodotto “Pellegrinaggio esperienziale comunitario strutturato” B2C	141
8.6. Prodotto “Pellegrinaggio esperienziale adulti appartenente ad associazioni religiose” B2C	144
8.7. Prodotto “Vacanza formativa per giovani organizzata da enti religiosi” B2C	148
8.8. Prodotto “Esercizi spirituali” B2C	151
8.9. Prodotto “Pellegrinaggio eventi religiosi ordinari” B2C	153
8.10. Prodotto “Pellegrinaggio eventi religiosi straordinari” B2C	158
8.11. Punti di forza e debolezza	162

9. LINEA DI PRODOTTO - RELAX & BENESSERE 165

9.1 Introduzione	165
9.2. Prodotto “Relax in villa” B2C	163
9.3. Prodotto “Benessere” B2C	168
9.4. Prodotto “Relax rurale” B2C	171
9.5. Punti di forza e debolezza	175

10. PRODOTTI PER SEGMENTI B2B	177
10.1 Introduzione	177
10.2. Prodotto “Intermediazione standard” B2B	177
10.3. Prodotto “Organizzazione special interest” B2B	179
11. PERFORMANCE MANAGEMENT DELLA DOMANDA	183



*PROGETTO DESTINAZIONE ASSISI
CATALOGO PRODOTTI*

R1 febbraio 2019

0. INTRODUZIONE

Il presente documento, *Catalogo Prodotti*, rappresenta il secondo e conclusivo output del progetto DESTINAZIONE ASSISI avente lo scopo generale di strutturare il destination management del territorio del Comune di Assisi.

1. IL PROGETTO. FINALITÀ, METODOLOGIA, PROCESSO E TEAM

1.1. FINALITÀ

Il progetto DESTINAZIONE ASSISI è stato articolato in due fasi:

- *Profilazione & Performance Management della domanda;*
- *Catalogo prodotti & Performance Management dell'offerta.*

La fase di profilazione, eseguita nei mesi luglio-settembre 2018, ha tentato l'identificazione dei diversi segmenti di mercato, ciascuno dei quali descritto da un profilo, costituenti i target, attuali e potenziali, della destinazione.

Ogni profilo elenca le esigenze che gli acquirenti, sia turisti-consumatori che eventuali organizzazioni (B2B), intendono soddisfare presso la destinazione Assisi: dagli attrattori che motivano lo spostamento, alle stagionalità preferite, dai servizi turistici (alloggio, trasporto ...) alle risorse infrastrutturali del territorio nel suo complesso (accoglienza, sicurezza, pulizia ...).

L'output operativo del processo di profilazione è il **Portafoglio Profili Clienti** cioè, in primo luogo, l'insieme dei profili turista che la destinazione intende servire per cui, di fatto, *progetta* e *produce* specifici prodotti turistici. Il documento è stato consegnato ad inizio ottobre, e presentato:

- il 15/10/18 al Sindaco di Assisi e al suo staff tecnico;
- il 16/10/18, all'*Osservatorio per l'applicazione dell'Imposta di soggiorno*;
- il 25/10/18 in pubblica assemblea presso la *Sala degli Emblemi* – Palazzo Comunale

Il *Portafoglio Profili Clienti* è stato propedeutico allo sviluppo del *Catalogo Prodotti Turistici* della destinazione che intende sintetizzare le caratteristiche dell'offerta turistica, articolata per linee di prodotto, che la destinazione produce per soddisfare le esigenze degli acquirenti descritte nei profili del portafoglio.

Un prodotto turistico non è una mera etichetta; è costituito da un mix di elementi quali attrattori, servizi, infrastrutture ed immagine (della destinazione nel suo complesso e/o di specifiche linee di prodotto) indirizzati a soddisfare motivazioni ed esigenze degli acquirenti.

Il catalogo prodotti, tipicamente, è organizzato in una gamma di linee di prodotto ciascuna delle quali è caratterizzata da una profondità e assortimento.

Sia *Portafoglio Profili Clienti* che *Catalogo Prodotti Turistici* devono essere costantemente controllati sia per verificare che i prodotti turistici corrispondano alle specifiche progettuali (controllo qualità) sia per misurare la soddisfazione dei turisti (vendite, recensioni ...). Infatti, nel tempo, le esigenze dei turisti cambiano e occorre saper cogliere tempestivamente questi mutamenti per innovare, in maniera più o meno ampia, la gamma d'offerta della destinazione.

Ecco, dunque, che risulta necessario individuare specifici sistemi di misure prestazionali (*Performance Management*), definendo sistemi di indicatori per rilevare i mutamenti del comportamento della domanda, modificarne la descrizione (revisione dei profili cliente) e, conseguentemente, revisionare/innovare l'offerta esistente.

1.2. METODOLOGIA DI ELABORAZIONE DEL CATALOGO

La realizzazione del Catalogo è basata sul portafoglio profili cliente realizzato nella prima fase del progetto. Anche in questa fase, come per la prima, si è adottata una metodologia che consentisse l'ottenimento del risultato tecnico, il *Catalogo*, in modo partecipativo, cioè un'offerta turistica espressione del concreto *vissuto, percepito e condiviso* dei diversi produttori della destinazione.

Tale metodologia evita approcci astratti ed eccessivamente schematici che rischiano poi di essere rigettati in sede implementativa perché chi deve adottarli, cioè i produttori, li percepisce ultimamente estranei al proprio operare quotidiano.

Si è quindi deciso di procedere condividendo i *concept* delle diverse linee di prodotto attraverso incontri tematici, ciascuno dei quali dedicato ad uno specifico macrosegmento individuato in sede di profilazione.

I dati raccolti negli incontri, prevalentemente qualitativi, sono stati reinterpretati poi dal team di progetto per produrre il presente *Catalogo Prodotti* della destinazione.

1.3. PROCESSO DI ELABORAZIONE DEL CATALOGO

In base alla metodologia sopra delineata il processo di elaborazione del catalogo è stato articolato nelle seguenti attività:

1. Pianificazione incontri tematici
2. Convocazione incontri tematici
3. Esecuzione incontri
4. Elaborazione delle linee di prodotto
5. Redazione del *Catalogo prodotti della destinazione*.

Le singole attività verranno descritte in dettaglio nelle sezioni successive.

1.4. TEAM DI PROGETTO

Il team che gestisce il processo di elaborazione del catalogo è costituito da partner di Incipit Consulting e da un consulente esterno particolarmente informato circa il business turistico del territorio in oggetto.

Il team risulta composto da

- Desinano Paolo (*partner*), *project manager*
- Berardi Stefania (*partner*)
- Berretta Miriam (*partner*)
- Boccioli Anna (*partner*)
- Fiorucci Oderisi Nello (*partner*)
- Minuti Maria Stella (*partner*)
- Giannoni Giuseppe (*consulente esterno*)

2. RACCOLTA DATI – INCONTRI TEMATICI

2.1. PIANIFICAZIONE INCONTRI TEMATICI

Sono stati pianificati sei incontri tematici ciascuno dedicato ad uno specifico macrosegmento individuato in sede di profilazione (vedi tabella seguente). Le sigle B2C e B2B indicano la tipologia di segmenti: la prima indica i consumatori/turisti la seconda le organizzazioni (business), tipicamente tour operator, agenzie di viaggi, associazioni non profit etc.

#	Macrosegmento	B2C	B2B
1	Business & MICE;	6	2
2	Turismi del camminare	3	2
3	Turismi in bici	3	2
4	Culturale	8	2
5	Religioso	9	2
6	Relax & Benessere	3	-
	TOTALE	32	10

Le colonne B2C e B2B registrano, rispettivamente, il numero dei profili/segmenti associati ai rispettivi macrosegmenti.

Gli incontri sono stati, diversamente dai Focus Group della fase di profilazione, a partecipazione libera (senza campionamento) per favorire il massimo coinvolgimento.

I tempi di esecuzione degli incontri, sia sulla base delle esigenze dell'Amministrazione comunale che degli impegni prevedibili dei partecipanti (prossimità festività natalizie), sono stati pianificati dal 6 al 22 novembre.

2.2. ATTIVAZIONE INCONTRI TEMATICI

Per favorire la massima partecipazione sono state intraprese le seguenti azioni divulgative

- e-mailing, eseguito da Incipit Consulting, a tutti i soggetti selezionati in fase di profilazione (compresi quelli che hanno al tempo declinato l'invito);
- e-mailing, eseguito dal Servizio Turismo del Comune di Assisi, a tutti gli operatori ricettivi del territorio;
- pubblicazione, sul sito istituzionale del Comune di Assisi, del calendario degli incontri.

In funzione della partecipazione via via registrata e dei temi trattati, Incipit Consulting ha inoltre sollecitato la partecipazione attraverso inviti telefonici personalizzati.

2.3. ESECUZIONE INCONTRI TEMATICI

Gli incontri hanno avuto luogo, secondo il calendario indicato nella tabella seguente (orario 15.00-17.00) nella Sala del Consiglio Comunale:

Temi	
6 novembre	Turismi del camminare
8 novembre	Turismi in bici
13 novembre	Culturale
15 novembre	Religioso
20 novembre	Relax & Benessere
22 novembre	Business & MICE;

La partecipazione ai rispettivi incontri è illustrata nella tabella seguente

Data	Temi	Partecipanti
6 novembre	Turismi del camminare	24
8 novembre	Turismi in bici	16
13 novembre	Culturale	15
15 novembre	Religioso	14
20 novembre	Relax & Benessere	4
22 novembre	Business & MICE;	5

3. PROCESSO DI ELABORAZIONE CATALOGO

3.1. INTRODUZIONE

Come illustrato al capitolo 1, **la metodologia impiegata** nel seguente progetto è **fondamentalmente qualitativa**. Incontri tematici e interviste hanno fornito soprattutto pareri, punti di vista e prospettive che Incipit, sulla base della propria esperienza, ha interpretato e sintetizzato.

Il catalogo elaborato descritto di seguito, dunque, non **va inteso** come un progetto concluso ma **come quadro di riferimento, condiviso, entro cui sviluppare specifiche azioni di sviluppo turistico**.

Tale quadro, peraltro, è **necessariamente contingente**: i consumi turistici mutano continuamente e le gamme d'offerta, affinché mantengano complessivamente la propria performance, devono mutare con essi. Il catalogo dunque è un progetto aperto in revisione continua.

3.2. CRITERI DI ELABORAZIONE CATALOGO

Il criterio di elaborazione del catalogo è basato su un modello di prodotto turistico articolato in quattro distinte tipologie di componenti:

- **attrattori**, componenti base dell'offerta che motivano il viaggio del turista;
- **servizi**, componenti che agevolano l'accesso agli attrattori e la relativa fruizione;
- **infrastruttura**, componenti che consentono l'esecuzione dei servizi;
- **immagine**, componente che sintetizza la percezione cognitivo-emozionale generata nelle menti dei turisti (spesso attribuibile all'intera destinazione e talvolta anche a singoli prodotti/linee di prodotto).

Ogni prodotto del catalogo è dunque descritto da un insieme di specifiche, categorizzate secondo le quattro classificazioni sopra descritte, ciascuna delle quali soddisfa (corrisponde a) uno o più requisiti che compongono il profilo cliente associato al prodotto in oggetto.

Ogni specifica viene descritta in base ai seguenti campi dato:

- **identificatore**, codice identificatore della specifica;
- **componente**, componente oggetto della specifica;
- **note**, dettagli descrittivi della componente (se necessari);
- **responsabilità**, soggetti responsabili della gestione componente;
- **requisito**, requisito soddisfatto dalla specifica. Quando la specifica soddisfa tutti i requisiti di un obiettivo del profilo viene indicato solo l'identificativo di quest'ultimo. Quando la specifica non corrisponde ad alcun requisito quest'ultimo viene dichiarato "implicito".

3.3. ARTICOLAZIONE CATALOGO

Sulla base della profilazione il catalogo è articolato in 6 linee di prodotto associate ai profili B2C ciascuna delle quali è associata ad uno dei macrosegmenti specificati al paragrafo 2.1. del presente documento. I prodotti B2B sono discussi al capitolo 10.

Ciascuna linea di prodotto è caratterizzata da una profondità corrispondente ai segmenti B2C del macrosegmento associato. La tabella seguente illustra l'architettura generale del catalogo

LINEE DI PRODOTTO						
PROFONDITÀ	BUSINESS & MICE	CAMMINARE	BICI	CULTURALE	RELIGIOSO	RELAX & BENESSERE
1	Business standard	Camminare slow	Free biker	Culturale standard gruppo	Pellegrinaggio standard gruppo	Relax in villa
2	Business escursionista - individuale	Camminare sportivo	Slow biker	Culturale standard individuale	Pellegrinaggio standard individuale	Benessere
3	Business escursionista - gruppo	Cammini	Mountain biker	Storia & arte antica	Pellegrinaggio esperienziale	Relax rurale
4	Staff MICE			Storia & arte medievale	Pellegrinaggio esperienziale comunitario strutturato	
5	MICE standard			Storia & arte religiosa	Pellegrinaggio associazioni religiose	
6	MICE escursionista			Cultura del territorio	Vacanza formativo-religiosa per giovani	
7				Eventi culturali	Esercizi spirituali	
8				Scolastico	Pellegrinaggio eventi religiosi ordinari	
9					Pellegrinaggio eventi religiosi straordinari	

A ciascuna linea di prodotto è dedicato uno specifico capitolo.

4. LINEA DI PRODOTTO “BUSINESS & MICE”

4.1. INTRODUZIONE

La linea di prodotto “Business & MICE”, nella sua articolazione complessiva, intende rispondere ai requisiti che caratterizzano il macrosegmento “Turismo Business & MICE” che profila i turisti che raggiungono il territorio di Assisi per motivi di lavoro incluse partecipazioni a meeting e convegni.

La profilazione ha individuato 6 segmenti B2C e 2 segmenti B2B che, per facilitare la lettura vengono elencati di seguito.

PROFILI B2C

1. **Turista business standard**
2. **Turista business escursionista - individuale**
3. **Turista business escursionista – gruppo**
4. **Turista staff MICE**
5. **Turista MICE**
6. **Turista MICE escursionista**

PROFILI B2B

1. **Organizzazione Business travel**
2. **MICE planner.**


A ciascun prodotto della linea in oggetto è dedicato uno specifico paragrafo. Sempre per facilitare la lettura si ripropongono, per ciascun paragrafo, le caratteristiche generali del profilo omonimo descritto in dettaglio nel *Portafoglio Profili Cliente*.

4.2. PRODOTTO “TURISTA BUSINESS STANDARD” B2C

4.2.1. PROFILO

Il **Turista business standard**, è un turista che giunge ad Assisi per motivi di lavoro. Assisi potrebbe non rappresentare propriamente il luogo di interesse di business ma rappresentare solo una sosta intermedia, tipicamente per un pernottamento, in un viaggio business di medio-lungo raggio. In altri casi può essere la base per raggiungere territori circostanti.

A seconda delle situazioni il Turista business standard può pernottare da 1 fino a 5 notti. Tradizionalmente viaggia da solo, talvolta è accompagnato da un pax, sceglie hotel ma non disdegna sistemazioni anche nell’extralberghiero, tipicamente agriturismi. Il parcheggio auto, sicuro, costituisce un requisito spesso irrinunciabile come wi fi.

	<i>PROGETTO DESTINAZIONE ASSISI CATALOGO PRODOTTI</i>	<i>R1 febbraio 2019</i>
---	---	-------------------------

Il profilo in oggetto può essere associato al corrispondente profilo B2B *Organizzazione Business Travel*.

Il profilo individua 4 obiettivi di cui 1 classificabile come principale (P) e 3 come secondari (S).

Turista business standard B2C - Obiettivi		
#	Obiettivo	Tipologia
1	Soggiornare in maniera sobria ma confortevole	P
2	Degustare enogastronomia tipica	S
3	Disporre di piccoli spazi riservati per incontri di lavoro	S
4	Poter godere di brevi momenti di relax	S

4.2.2. ATTRATTORI

PRODOTTO BUSINESS STANDARD – SPECIFICHE ATTRATTORI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	Occasione di business offerta c/o territorio comunale e/o altri territori (presumibilmente limitrofi)	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare opportunità associate al segmento 	<ul style="list-style-type: none"> • Organizzazioni profit/non profit • Fornitori servizi pertinenti locali 	Implicito

4.2.3. SERVIZI

PRODOTTO BUSINESS STANDARD – SPECIFICHE SERVIZI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi alloggio • Servizi ristorativi (breakfast incluso) rapidi e semplici con orari flessibili • Servizi supplementari 	<ul style="list-style-type: none"> • Letti confortevoli • Riposare tranquillamente • Wi fi negli spazi comuni • Disporre di wi fi in camera • Processi di check in/out efficienti • Parcheggio auto garantito e custodito • Custodia bagagli efficiente 	<ul style="list-style-type: none"> • Fornitore servizi ospitalità 	1

PRODOTTO BUSINESS STANDARD – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
2	<ul style="list-style-type: none"> • Enotecche/cantine qualificate • Ristoranti tipici qualificati 	<ul style="list-style-type: none"> • Prenotabilità servizi ristorativi • Orari di apertura ampi 	<ul style="list-style-type: none"> • Fornitore servizi ristorativi 	2
3	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi supplementari business 	<ul style="list-style-type: none"> • Spazi/sale riservate • Attrezzature/ servizi professionali su richiesta (videoproiettori, fotocopie ...) • Servizio bar dedicato 	<ul style="list-style-type: none"> • Fornitore servizi ospitalità 	3
4	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi supplementari leisure 	<ul style="list-style-type: none"> • Spazi/servizi fitness/benessere • Spazi outdoor per jogging • Orari di apertura ampi • Garanzia sicurezze (safety/security) 	<ul style="list-style-type: none"> • Fornitore servizi ospitalità 	4.1, 4.2
5	<ul style="list-style-type: none"> • Palestre • Centri benessere • Bar • Pub • Locali di svago 	<ul style="list-style-type: none"> • Orari di apertura ampi 	<ul style="list-style-type: none"> • Fornitore servizi pertinenti 	4

4.2.4. INFRASTRUTTURA

PRODOTTO BUSINESS STANDARD – SPECIFICHE INFRASTRUTTURA				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	Strutture ricettive facilmente raggiungibili in auto	<ul style="list-style-type: none"> Localizzazione GPS agevole Strade pertinenti scorrevoli Fondo stradale pertinente in condizioni accettabili Localizzazione prossima a strade grande comunicazione 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi GPS Fornitore servizi ospitalità Ente locale di pertinenza 	1.1
2	<ul style="list-style-type: none"> Enoteche/cantine e ristoranti tipici facilmente raggiungibili 	<ul style="list-style-type: none"> Localizzazione GPS agevole Strade pertinenti scorrevoli Fondo stradale pertinente in condizioni accettabili 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi GPS Fornitore servizi ristorativi Ente locale di pertinenza 	2.1
3	<ul style="list-style-type: none"> Parchi/giardini/percorsi verdi 	<ul style="list-style-type: none"> Garanzia sicurezze (safety/security) 	<ul style="list-style-type: none"> Ente locale di pertinenza Forze di ordine pubblico 	4.2

4.2.5. IMMAGINE

PRODOTTO BUSINESS STANDARD – SPECIFICHE IMMAGINE				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Tranquillità Sicurezza (security) Efficienza e flessibilità di servizi alloggio Ristorazione qualificata Viabilità, mobilità confortevole 	<ul style="list-style-type: none"> Individuare opportunità associate al segmento 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità Fornitore servizi ristorativi Fornitori servizi pertinenti locali Forze di ordine pubblico 	Implicito

	<i>PROGETTO DESTINAZIONE ASSISI CATALOGO PRODOTTI</i>	<i>R1 febbraio 2019</i>
---	---	-------------------------

4.3. PRODOTTO “BUSINESS ESCURSIONE - INDIVIDUALE” B2C

4.3.1. PROFILO

Il **Turista business escursionista - individuale**, è il turista che viaggia per impegni di lavoro e giunge ad Assisi, senza pernottarvi, per trascorrervi brevi pause dal proprio business, da solo o con un piccolo gruppo di colleghi/clienti/fornitori, per pranzi, cene anche di lavoro, passeggiate e/o shopping.

Il profilo individua 2 obiettivi di cui 1 classificabile come principale (P) e 1 come secondario (S).

Turista business escursionista - individuale B2C- Obiettivi		
#	Obiettivo	Tipologia
1	Degustare enogastronomia tipica c/o ristoranti	P
2	Fare shopping e assistere ad eventi	S

4.3.2. ATTRATTORI

PRODOTTO BUSINESS ESCURSIONE INDIVIDUALE – SPECIFICHE ATTRATTORI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	Occasione di business offerta c/o territorio comunale e/o altri territori (presumibilmente limitrofi)	<ul style="list-style-type: none"> Individuare opportunità associate al segmento 	<ul style="list-style-type: none"> Organizzazioni profit/non profit Fornitori servizi pertinenti locali 	Implicito

4.3.3. SERVIZI

PRODOTTO BUSINESS ESCURSIONE INDIVIDUALE – SPECIFICHE SERVIZI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Enotecche/cantine qualificate Ristoranti tipici qualificati 	<ul style="list-style-type: none"> Prenotabilità servizi ristorativi Orari di apertura ampi 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ristorativi 	1.1., 1.2
2	<ul style="list-style-type: none"> Servizi supplementari business 	<ul style="list-style-type: none"> Spazi/sale riservate 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ristorativi 	1.3
3	<ul style="list-style-type: none"> Negozi qualificati (inclusi prodotti tipici) 	<ul style="list-style-type: none"> Orari di apertura ampi 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi pertinenti 	2.1, 2.2
4	<ul style="list-style-type: none"> Eventi (folkloristici, conferenze, spettacoli ...) qualificati (*) 	<ul style="list-style-type: none"> Orari di esercizio prolungati 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi pertinenti 	2.3

(*) Data la complementarietà alla motivazione di business la componente in oggetto è classificata come servizio e non come attrattore.

4.3.4. INFRASTRUTTURA

PRODOTTO BUSINESS ESCURSIONE INDIVIDUALE – SPECIFICHE INFRASTRUTTURA				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Enotecche/cantine e ristoranti tipici facilmente raggiungibili 	<ul style="list-style-type: none"> Localizzazione GPS agevole Strade pertinenti scorrevoli Fondo stradale pertinente in condizioni accettabili 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi GPS Fornitore servizi ristorativi Ente locale di pertinenza 	Implicito
3	<ul style="list-style-type: none"> Luoghi eventi facilmente raggiungibili e sicuri 	<ul style="list-style-type: none"> Localizzazione GPS agevole Strade pertinenti scorrevoli Fondo stradale pertinente in condizioni accettabili Garanzia sicurezze (safety/security) 	<ul style="list-style-type: none"> Organizza-tore pertinente Ente locale di pertinenza Forze di ordine pubblico 	Implicito

4.3.5. IMMAGINE

PRODOTTO BUSINESS ESCURSIONE INDIVIDUALE – SPECIFICHE IMMAGINE				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Tranquillità Sicurezza (security) Ristorazione qualificata Viabilità, mobilità confortevole 	<ul style="list-style-type: none"> Individuare opportunità associate al segmento 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità Fornitore servizi ristorativi Fornitori servizi pertinenti locali Forze di ordine pubblico 	Implicito

4.4. PRODOTTO “BUSINESS ESCURSIONE - GRUPPO” B2C

4.4.1. PROFILO

Il **Turista business escursionista – gruppo B2C**, è il turista che viaggia per impegni di lavoro e giunge ad Assisi in gruppo per pranzi, cene (anche di lavoro) e/o associate ai programmi sociali di meeting e convegni (incluse visite ad attrattori artistico culturali o partecipazione ad eventi).

Il profilo in oggetto può essere associato al profilo B2B *Mice planner* di cui può essere considerato un sottoprofilo.

Il profilo individua 3 obiettivi di cui 1 classificabile come principale (P) e 2 come secondari (S).

Turista business escursionista - gruppo B2C - Obiettivi		
#	Obiettivo	Tipologia
1	Degustare enogastronomia tipica c/o ristoranti o luoghi speciali	P
2	Assistere ad eventi riservati	S
3	Visitare riservatamente attrattori culturali	S

4.4.2. ATTRATTORI

PRODOTTO BUSINESS ESCURSIONE GRUPPO – SPECIFICHE ATTRATTORI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	Occasione di business offerta c/o territorio comunale e/o altri territori (presumibilmente limitrofi)	<ul style="list-style-type: none"> Individuare opportunità associate al segmento 	<ul style="list-style-type: none"> Organizzazioni profit/non profit Fornitori servizi pertinenti locali 	Implicito

4.4.3. SERVIZI

PRODOTTO BUSINESS ESCURSIONE GRUPPO – SPECIFICHE SERVIZI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Ristoranti tipici qualificati con ampie e caratteristiche sale ricevimento Luoghi/spazi speciali, in/outdoor per pranzi/cene Servizi di catering qualificati 	<ul style="list-style-type: none"> Ristorazione tipica (gestione eccezioni menù: vegani, kosher ...) Terrazze panoramiche, luoghi tipici 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ristorativi Ente locale di pertinenza Fornitori luoghi/spazi speciali 	1

PRODOTTO BUSINESS ESCURSIONE GRUPPO – SPECIFICHE SERVIZI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
2	<ul style="list-style-type: none"> Eventi speciali in spazi/luoghi adeguati (*) 	<ul style="list-style-type: none"> Rievocazioni/rap presentazioni storiche (Assisi romana, medievale ...) Rocca, piazze centro storico, Monte frumentario ... Lyrick, Palaeventi, Teatro instabili ... 	<ul style="list-style-type: none"> Organizza-tori eventi pertinenti Ente locale di pertinenza Fornitori luoghi/spa-zi speciali 	2
3	<ul style="list-style-type: none"> Visite riservate ad attrattori culturali (*) Guide ad attrattori culturali 	<ul style="list-style-type: none"> Basiliche francescane, Foro romano, centro storico ... 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitori attrattori culturali Fornitore servizi guida turistica 	3

(*) Data la complementarietà alla motivazione di business La componente in oggetto è classificata come servizio e non come attrattore.

4.4.4. INFRASTRUTTURA

PRODOTTO BUSINESS ESCURSIONE GRUPPO – SPECIFICHE INFRASTRUTTURA				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Luoghi/spazi evento e ristorativi facilmente raggiungibili in gruppo 	<ul style="list-style-type: none"> Servizio transfer bus e minibus Autorizzazioni ZTL per bus e minibus Servizio di accompagnamento Aree parcheggio riservate per bus e minibus Garanzia sicurezze (safety/security) 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi GPS Fornitore servizi ristorativi Fornitori servizi pertinenti locali Ente locale di pertinenza 	Implicito

	<i>PROGETTO DESTINAZIONE ASSISI CATALOGO PRODOTTI</i>	<i>R1 febbraio 2019</i>
---	---	-------------------------

4.4.5. IMMAGINE

PRODOTTO BUSINESS ESCURSIONE GRUPPO – SPECIFICHE IMMAGINE				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Assisi romana Assisi medievale Assisi francescana Enogastronomia tipica 	<ul style="list-style-type: none"> Individuare opportunità associate al segmento 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ristorativi Associazioni culturali locali Pro loco Ente locale di pertinenza 	Implicito

4.5. PRODOTTO “STAFF MICE” B2C

4.5.1. PROFILO

Il **Turista Staff MICE B2C**, è il turista che giunge ad Assisi come membro dello staff di un evento (convegno, spettacolo, cerimonia ...) quali (segreterie, tecnici luci/suono, montatori, coordinatori). È un turista che si muove in gruppo e permane ad Assisi per un periodo più ampio della durata dell’evento (alcuni giorni prima/dopo) quindi da un minimo di 2 ad un max di 10 gg (in alcuni casi di più).

L’evento potrebbe non aver luogo nel territorio di Assisi ma anche nei dintorni (manifestazioni ad Umbriafiere piuttosto che Perugia e Foligno).

Di norma il turista Staff MICE è associato ad un profilo B2B del tipo *Organizzazione Business Travel* che rappresenta esigenze specifiche (orari di servizio, modalità consumo pasti, dimensioni parcheggi ...).

Il profilo individua 4 obiettivi di cui 2 classificabili come principali (P) e 2 come secondari (S).

Turista Staff MICE B2C - Obiettivi		
#	Obiettivo	Tipologia
1	Soggiornare in maniera sobria ma confortevole	P
2	Servizi di ristorazione con formule ed orari flessibili	P
3	Accessibilità ai luoghi evento agevole	S
4	Poter godere di brevi momenti di relax	S

4.5.2. ATTRATTORI

PRODOTTO STAFF MICE – SPECIFICHE ATTRATTORI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Iniziativa MICE c/o territorio comunale e/o altri territori (presumibilmente limitrofi) 	<ul style="list-style-type: none"> Individuare opportunità associate al segmento 	<ul style="list-style-type: none"> Organizzazioni profit/non profit (inclusi MICE planner) Fornitori servizi pertinenti locali 	Implicito

4.5.3. SERVIZI

PRODOTTO STAFF MICE – SPECIFICHE SERVIZI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Servizi alloggio Servizi supplementari 	<ul style="list-style-type: none"> Letti confortevoli Riposare tranquillamente Wi fi negli spazi comuni Disporre di wi fi in camera Processi di check in/out efficienti Parcheggio auto garantito e custodito Custodia bagagli efficiente 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità 	1
2	<ul style="list-style-type: none"> Servizi ristorativi (breakfast incluso) rapidi e semplici con orari flessibili Ristoranti c/o luoghi MICE 	<ul style="list-style-type: none"> Breakfast anche in orari anticipati Servizio cestini pasto Servizio catering presso luoghi MICE con orari flessibili Ristoranti con orari prolungati 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità Fornitore servizi ristorativi 	2

PRODOTTO STAFF MICE – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
3	<ul style="list-style-type: none"> Luoghi MICE agevolmente accessibili con veicoli industriali 	<ul style="list-style-type: none"> Parcheggi ampi per veicoli industriali 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi MICE 	3
4	<ul style="list-style-type: none"> Servizi supplementari leisure 	<ul style="list-style-type: none"> Spazi/servizi fitness/benessere Spazi outdoor per jogging Orari di apertura ampi Garanzia sicurezze (safety/security) 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità 	4.1, 4.2
5	<ul style="list-style-type: none"> Palestre Centri benessere Bar Pub Locali di svago 	<ul style="list-style-type: none"> Orari di apertura ampi 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi pertinenti 	4

4.5.4. INFRASTRUTTURA

PRODOTTO STAFF MICE – SPECIFICHE INFRASTRUTTURA

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	Spazi MICE	<ul style="list-style-type: none"> Rocca, piazze centro storico, Monte frumentario ... Lyrick, Palaeventi, Teatro Instabili ... 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore spazi MICE 	Implicito
2	Strutture ricettive facilmente raggiungibili in auto	<ul style="list-style-type: none"> Localizzazione GPS agevole Strade pertinenti scorrevoli Fondo stradale pertinente in condizioni accettabili Localizzazione prossima a strade grande comunicazione 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi GPS Fornitore servizi ospitalità Ente locale di pertinenza 	1.1

PRODOTTO STAFF MICE – SPECIFICHE INFRASTRUTTURA

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
2	<ul style="list-style-type: none"> Ristoranti facilmente raggiungibili 	<ul style="list-style-type: none"> Localizzazione GPS agevole Strade pertinenti scorrevoli Fondo stradale pertinente in condizioni accettabili 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi GPS Fornitore servizi ristorativi Ente locale di pertinenza 	2.1, 2.5
3	<ul style="list-style-type: none"> Parchi/giardini/percorsi verdi 	<ul style="list-style-type: none"> Garanzia sicurezze (safety/security) 	<ul style="list-style-type: none"> Ente locale di pertinenza Forze di ordine pubblico 	4.2
4	<ul style="list-style-type: none"> Luoghi MICE agevolmente raggiungibili con veicoli industriali 	<ul style="list-style-type: none"> Autorizzazioni ZTL per veicoli industriali Aree parcheggio riservate per veicoli industriali 	<ul style="list-style-type: none"> Ente locale di pertinenza 	

4.5.5. IMMAGINE

PRODOTTO STAFF MICE – SPECIFICHE IMMAGINE

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Tranquillità Sicurezza (security) Efficienza e flessibilità di servizi alloggio Efficienza e flessibilità di servizi ristorativi Viabilità, mobilità confortevole Spazi MICE comodamente agibili 	<ul style="list-style-type: none"> Individuare opportunità associate al segmento 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità Fornitore servizi ristorativi Fornitori servizi pertinenti locali Forze di ordine pubblico 	Implicito

4.6. PRODOTTO “MICE” B2C

4.6.1. PROFILO

Il **Turista MICE**, è il turista che giunge ad Assisi, individualmente o in gruppo, per partecipare ad una iniziativa MICE, che potrebbe aver luogo al di fuori del territorio comunale, permanendovi per un breve periodo (1-3 gg) comunque pernottando almeno una notte.

Di norma il Turista MICE è associato ad un profilo B2B del tipo *Organizzazione Business Travel*.

Il profilo individua 3 obiettivi di cui 1 classificabile come principale (P) e 2 come secondari (S).

Turista MICE B2C - Obiettivi		
#	Obiettivo	Tipologia
1	Partecipare alle sessioni congressuali (incluso programma sociale) in maniera confortevole	P
2	Soggiornare in maniera sobria ma confortevole	S
3	Poter godere di brevi momenti di relax	S

4.6.2. ATTRATTORI

PRODOTTO MICE – SPECIFICHE ATTRATTORI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Iniziativa MICE c/o territorio comunale e/o altri territori (presumibilmente limitrofi) 	<ul style="list-style-type: none"> Individuare opportunità associate al segmento 	<ul style="list-style-type: none"> Organizzazioni profit/non profit (inclusi MICE planner) Fornitori servizi pertinenti locali 	Implicito

4.6.3. SERVIZI

PRODOTTO MICE – SPECIFICHE SERVIZI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Servizi informativi MICE Servizi prenotazione MICE Servizi di mobilità MICE Servizi di accoglienza MICE Servizi di esecuzione MICE Servizi ristorativi MICE 	<ul style="list-style-type: none"> Sistema prenotazione on/off line Parcheggio auto garantito e custodito in area riservata MICE 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi MICE 	1

PRODOTTO MICE – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi informativi MICE • Servizi prenotazione MICE • Servizi di mobilità MICE • Servizi di accoglienza MICE • Servizi di esecuzione MICE • Servizi ristorativi MICE 	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi transfer navette da/per hotel e/o centri intermodali • Guardaroba efficiente • Procedure di check in/out nelle sedi MICE efficienti • Spazi MICE confortevoli (sedute, isolamento acustico, stand, climatizzazione, aree relax, servizi igienici, assistenza staff, wi fi libero ...) • Servizi ristorativi (bar, lunch ...) confortevoli e puntuali (incluso programma sociale) 	<ul style="list-style-type: none"> • Fornitore servizi MICE 	1
2	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi alloggio • Servizi ristorativi (breakfast incluso) rapidi e semplici con orari flessibili • Servizi supplementari 	<ul style="list-style-type: none"> • Letti confortevoli • Riposare tranquillamente • Wi fi negli spazi comuni • Disporre di wi fi in camera • Processi di check in/out efficienti • Parcheggio auto garantito e custodito 	<ul style="list-style-type: none"> • Fornitore servizi ospitalità 	2

PRODOTTO MICE – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
2	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi alloggio • Servizi ristorativi (breakfast incluso) rapidi e semplici con orari flessibili • Servizi supplementari 	<ul style="list-style-type: none"> • Custodia bagagli efficiente 	<ul style="list-style-type: none"> • Fornitore servizi ospitalità 	2
3	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi supplementari leisure 	<ul style="list-style-type: none"> • Spazi/servizi fitness/benessere • Spazi outdoor per jogging • Orari di apertura ampi • Garanzia sicurezze (safety/security) 	<ul style="list-style-type: none"> • Fornitore servizi ospitalità 	3.1, 3.2
4	<ul style="list-style-type: none"> • Palestre • Centri benessere • Bar • Pub • Locali di svago 	<ul style="list-style-type: none"> • Orari di apertura ampi 	<ul style="list-style-type: none"> • Fornitore servizi pertinenti 	3

4.6.4. INFRASTRUTTURA

PRODOTTO MICE – SPECIFICHE INFRASTRUTTURA

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	Spazi MICE	<ul style="list-style-type: none"> • Rocca, piazze centro storico, Monte frumentario ... • Lyrick, Palaeventi, Teatro instabili ... 	<ul style="list-style-type: none"> • Fornitore spazi MICE 	Implicito
2	Strutture ricettive e/o spazi MICE facilmente raggiungibili in auto	<ul style="list-style-type: none"> • Localizzazione GPS agevole • Strade pertinenti scorrevoli 	<ul style="list-style-type: none"> • Fornitore servizi GPS • Fornitore servizi ospitalità • Ente locale di pertinenza 	1.3

PRODOTTO MICE – SPECIFICHE INFRASTRUTTURA

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
2	Strutture ricettive e/o spazi MICE facilmente raggiungibili in auto	<ul style="list-style-type: none"> Localizzazione GPS agevole Strade pertinenti scorrevoli Fondo stradale pertinente in condizioni accettabili Localizzazione prossima a strade grande comunicazione 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi GPS Fornitore servizi ospitalità Ente locale di pertinenza 	1.3
2	<ul style="list-style-type: none"> Ristoranti facilmente raggiungibili 	<ul style="list-style-type: none"> Localizzazione GPS agevole Strade pertinenti scorrevoli Fondo stradale pertinente in condizioni accettabili 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi GPS Fornitore servizi ristorativi Ente locale di pertinenza 	Implicito
3	<ul style="list-style-type: none"> Parchi/giardini/percorsi verdi 	<ul style="list-style-type: none"> Garanzia sicurezze (safety/security) 	<ul style="list-style-type: none"> Ente locale di pertinenza Forze di ordine pubblico 	3.2

4.6.5. IMMAGINE

PRODOTTO MICE – SPECIFICHE IMMAGINE

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Sicurezza (security) Efficienza e flessibilità di servizi alloggio Efficienza e flessibilità di servizi ristorativi Viabilità, mobilità confortevole Località prestigiosa Spazio MICE prestigioso 	<ul style="list-style-type: none"> Individuare opportunità associate al segmento 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità Fornitore servizi ristorativi Fornitori servizi pertinenti locali Forze di ordine pubblico 	Implicito

	<i>PROGETTO DESTINAZIONE ASSISI CATALOGO PRODOTTI</i>	<i>R1 febbraio 2019</i>
---	---	-------------------------

4.7. PRODOTTO “MICE ESCURSIONISTA” B2C

4.7.1. PROFILO

Il **Turista MICE escursionista**, è il turista che giunge ad Assisi, individualmente o in gruppo, per partecipare ad una iniziativa MICE permanendovi per meno di una giornata (escursionista).

Talvolta il Turista MICE escursionista è associato ad un profilo B2B del tipo *Organizzazione Business Travel*.

Il profilo individua un unico obiettivo.

Turista MICE escursionista B2C - Obiettivi		
#	Obiettivo	Tipologia
1	Partecipare alle sessioni MICE in maniera confortevole	P

4.7.2. ATTRATTORI

PRODOTTO MICE ESCURSIONISTA – SPECIFICHE ATTRATTORI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Iniziativa MICE c/o territorio comunale e/o altri territori (presumibilmente limitrofi) 	<ul style="list-style-type: none"> Individuare opportunità associate al segmento 	<ul style="list-style-type: none"> Organizzazioni profit/non profit (inclusi MICE planner) Fornitori servizi pertinenti locali 	Implicito

4.7.3. SERVIZI

PRODOTTO MICE ESCURSIONISTA – SPECIFICHE SERVIZI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Servizi informativi MICE Servizi prenotazione MICE Servizi di mobilità MICE Servizi di accoglienza MICE Servizi di esecuzione MICE Servizi ristorativi MICE 	<ul style="list-style-type: none"> Sistema prenotazione on/off line Parcheggio auto garantito e custodito in area riservata MICE 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi MICE 	1

PRODOTTO MICE ESCURSIONISTA – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi informativi MICE • Servizi prenotazione MICE • Servizi di mobilità MICE • Servizi di accoglienza MICE • Servizi di esecuzione MICE • Servizi ristorativi MICE 	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi transfer navette da/per hotel e/o centri intermodali • Guardaroba efficiente • Procedure di check in/out nelle sedi MICE efficienti • Spazi MICE confortevoli (sedute, isolamento acustico, stand, climatizzazione, aree relax, servizi igienici, assistenza staff, wi fi libero ...) • Servizi ristorativi (bar, lunch ...) confortevoli e puntuali (incluso programma sociale) 	<ul style="list-style-type: none"> • Fornitore servizi MICE 	1

4.7.4. INFRASTRUTTURA

PRODOTTO MICE ESCURSIONISTA – SPECIFICHE INFRASTRUTTURA

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	Spazi MICE	<ul style="list-style-type: none"> • Rocca, piazze centro storico, Monte frumentario ... • Lyrick, Palaeventi, Teatro instabili ... 	<ul style="list-style-type: none"> • Fornitore spazi MICE 	Implicito

PRODOTTO MICE ESCURSIONISTA – SPECIFICHE INFRASTRUTTURA				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
2	Spazi MICE facilmente raggiungibili in auto	<ul style="list-style-type: none"> Localizzazione GPS agevole Strade pertinenti scorrevoli Fondo stradale pertinente in condizioni accettabili Localizzazione prossima a strade grande comunicazione 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi GPS Fornitore servizi ospitalità Ente locale di pertinenza 	1.3

4.7.5. IMMAGINE

PRODOTTO MICE ESCURSIONISTA – SPECIFICHE IMMAGINE				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Sicurezza (security) Viabilità, mobilità confortevole Località prestigiosa (brand UNESCO, brand francescano, beni culturali ...) Spazio MICE prestigioso 	<ul style="list-style-type: none"> Individuare opportunità associate al segmento 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità Fornitore servizi ristorativi Fornitori servizi pertinenti locali Forze di ordine pubblico 	Implicito

4.8. PUNTI DI FORZA E DEBOLEZZA

La linea di prodotto BUSINESS & MICE presenta i punti di forza e di debolezza illustrati nella tabella seguente.

LINEA DI PRODOTTO “BUSINESS & MICE”	
Punti di forza	Punti di debolezza
<ul style="list-style-type: none"> Immagine prestigiosa per quanto riguarda i prodotti MICE, sia come location principale che come location per sessioni complementari leisure per meeting e congressi (p.e. programmi sociali, gala dinner ...). 	<ul style="list-style-type: none"> I prodotti Business rivestono un ruolo assolutamente marginale rispetto agli altri prodotti turistici di Assisi (inclusi i prodotti MICE) e, allo stato attuale, difficilmente incrementabile.

LINEA DI PRODOTTO “BUSINESS & MICE”	
Punti di forza	Punti di debolezza
<ul style="list-style-type: none"> • Immagine rafforzata anche da eventi quali <i>Cortile di Francesco</i>, incontri religiosi di grande richiamo, <i>Concerto del Cuore ...</i> • Le infrastrutture MICE presenti sul territorio, sia private (hotel ...) che pubbliche (<i>Lyrick, Palaeventi, Monte Frumentario ...</i>), risultano ottimali per lo sviluppo del business associato. • Esistono i presupposti, dato il valore storico-paesaggistico del territorio, per uno sviluppo interessante del prodotto Wedding (includendolo nella “E” del MICE). • Ottime risorse enogastronomiche per l’implementazione delle componenti complementari dei prodotti MICE, risorse che costituiscono un differenziale competitivo assoluto circa altro territori regionali. • Ampie competenze MICE presenti negli hotel al punto da assumere in larga parte le funzioni di <i>MICE planner</i> offrendo implementazioni “chiavi in mano” • Offerta servizi alloggi per profili MICE adeguata e di livelli assoluti. • Attrattività di Assisi anche per eventi che hanno luogo in territori limitrofi (<i>UJ, Eurochocolate, Agriumbria, Primi d’Italia, Festival Due Mondì, Festa delle gaitè, Infiorate Spello e Cannara ...</i>) • Ampia possibilità di incrementare ed impiegare le competenze e risorse umane legate al Calendimaggio (coinvolgere i turisti non nell’evento ma con formule quali “dietro le quinte”, produzioni scenografiche, cene medievali da proporre periodicamente ...) • Grandi opportunità, ancora inesprese, di Universo Assisi finalizzate alla differenziazione dell’offerta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alcuni spazi del centro storico, particolarmente vocati per attività associate ai programmi sociali MICE (cene storiche ...), risultano di difficile impiego per l’adozione di regolamenti ostativi. • Le TLC a banda larga non risultano sempre adeguate ai livelli di servizio richiesti dai clienti in oggetto: Livello qualitativo discontinuo e distribuzione territoriale disomogenea che costringe alcuni soggetti privati ad investimenti onerosi con risultati, peraltro, non sempre all’altezza. • Scarsa organizzazione dei turni di chiusura di esercizi commerciali e ristoranti che contribuiscono a <i>desertificare</i> il centro storico precludendo anche lo sviluppo di business correlati (soprattutto in bassa stagione). • La tariffazione rigida dei parcheggi rende difficile l’accesso al centro storico dei medesimi residenti contribuendo alla predetta desertificazione. • Orari di apertura di alcune tipologie di esercizi, primariamente i ristoranti, eccessivamente rigidi e ridotti: flessibilità oraria insufficiente. • Assenza di locali di intrattenimento e svago a diversamente da località prossime (Spello, Foligno ...). • Offerta insufficiente di piscine e palestre in hotel (più richiesti di SPA e centri benessere). • Difficoltà ad interagire tempestivamente con l’amministrazione comunale per prenotare sale/servizi per wedding. • Difficoltà ad interagire tempestivamente con l’amministrazione comunale per prenotare spazi pubblici per MICE (<i>Lyrick, Palaeventi ...</i>). • Programmazione intempestiva del calendario degli eventi. • Inadeguata comunicazione di Universo Assisi, in termini di risorse finanziarie, completezza della programmazione e ritardi connessi. • Focus confuso di Universo Assisi: occorre migliorare mission e targeting.

In definitiva occorre migliorare capitalizzare le opportunità legate agli eventi piuttosto che sul turismo business convenzionale. Assisi, come immagine, spazi MICE e servizi leisure, possiede un notevole potenziale competitivo ancora da esprimere compiutamente. In questa ottica risulta fondamentale migliorare la tempestività della programmazione degli eventi. Occorre anche agire sulla regolamentazione dell'impiego degli spazi pubblici rendendola più snella e flessibile: questo consente ad Assisi di sviluppare il differenziale competitivo nel business MICE legato all'immagine della città.

Ulteriori ambito d'intervento, finalizzato alla rivitalizzazione della città, sono la rimodulazione flessibile delle tariffe dei parcheggi e una regolamentazione organica delle chiusure dei locali in particolar modo del settore ristorativo.



*PROGETTO DESTINAZIONE ASSISI
CATALOGO PRODOTTI*

R1 febbraio 2019

5. LINEA DI PRODOTTO “TURISMI DEL CAMMINARE”

5.1. INTRODUZIONE

I “*turismi del camminare*” ricomprendono le forme di esperienza turistica, a basso impatto ambientale, in cui il camminare a piedi, senza motivazioni agonistiche, assume una sua specifica rilevanza sia come modalità di scoperta di un territorio nei suoi vari aspetti (natura, paesaggio, ambiente culturale, storia, arte, enogastronomia, ecc.) sia come attività strettamente collegata a motivazioni personali (benessere fisico, ricerca di sé, esperienza spirituale o religiosa, avventura, ecc.) o alla pratica di sport all’aria aperta.

L’esperienza del camminare è fortemente influenzata dalle motivazioni prevalenti del turista e, di conseguenza, è estremamente diffusa la tematizzazione delle proposte: trekking urbani, storici, religiosi, naturalistici, enogastronomici, ecc.

Uno dei tratti comuni è che il camminare costituisce un’attività ricercata e apprezzata all’interno di una esperienza di vacanza di cui potrà costituire l’aspetto centrale e motivante, concretizzandosi in una specifica linea di offerta o, invece e più frequentemente, un’attività accessoria richiesta e apprezzata che viene a costituire un importante componente di altre linee di offerta dirette a turismi diversi.

Un diverso aspetto che indirizza fortemente la fase di progettazione e produzione di offerte mirate è la richiesta di un’esperienza di viaggio “lenta” che consenta di fare esperienza di colori, gusti, profumi, sentimenti e suggestioni, per entrare in una relazione più autentica con un territorio, la sua gente e le sue tradizioni, per staccare dalla propria vita quotidiana per cercare un’esperienza “oltre l’ordinario”, autentica.

Nella fase di profilazione dei possibili target group in cui è possibile suddividere il segmento dei turismi del camminare, Assisi è risultato dotato di una particolare attrattività per alcuni profili:

PROFILI B2C

1. **Turista del camminare slow**
2. **Turista del camminare sportivo**
3. **Turista dei cammini**

PROFILI B2C

1. **Organizzazioni business special interest**
2. **Organizzazioni non profit special interest**

Ricordiamo che il turista del camminare non è necessariamente un turista “povero”. In realtà, la maggioranza di questi turisti richiede servizi anche di tipo turistico ed è disposta a spendere per averli.

	<i>PROGETTO DESTINAZIONE ASSISI CATALOGO PRODOTTI</i>	<i>R1 febbraio 2019</i>
---	---	-------------------------

5.2. PRODOTTO “TURISTA DEL CAMMINARE SLOW” B2C

5.2.1. PROFILO

È il turista che giunge ad Assisi (permanenza 2-5gg) per scoprire la città, il suo territorio e altre aree della regione Umbria secondo la logica della lentezza.

Ricerca trekking urbani e/o nella natura a livelli diversificati di difficoltà nell’aspettativa di vivere un’esperienza originale di immersione nel paesaggio, nella natura e cultura locale.

Ama degustazioni di prodotti tipici, scoperta di luoghi insoliti e di tradizioni, rapporti autentici con la comunità ospitante

Turista del camminare slow B2C - Obiettivi		
#	Obiettivi	Tipologia
1	Immagine della destinazione attrattiva per appassionati del camminare	P
2	Immagine turistica della destinazione	P
3	Qualità e sicurezza dell’esperienza del camminare	P
4	Qualità esperienza di soggiorno	P
5	Organizzare il viaggio con efficacia ed efficienza	S

5.2.2 ATTRATTORI

PRODOTTO CAMMINARE SLOW – SPECIFICHE ATTRATTORI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	Selezione di percorsi su strade asfaltate a bassa intensità di traffico veicolare e su strade bianche con scorci panoramici segnalati	<ul style="list-style-type: none"> • Censire lo stato dell’arte dei percorsi potenzialmente attrattivi • Segnaletica conforme al sistema regionale • Messa in sicurezza • Georeferenziazione dei percorsi • Tracce GPS scaricabili • Mappe • Individuazione e segnalazione dei migliori punti panoramici 	Amministrazione comunale in collaborazione con Club di prodotto Guide escursionistiche ambientali e associazioni sportive del settore	3.2, 3.5, 3.6, 3.7, 3.8, 3.12, 3.13

PRODOTTO CAMMINARE SLOW – SPECIFICHE ATTRATTORI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
2	<ul style="list-style-type: none"> Selezione di percorsi che intercettano attrattori culturali e artistici 	<ul style="list-style-type: none"> Censire lo stato dell'arte dei percorsi potenzialmente attrattivi Selezionare gli attrattori culturali e artistici e creare contenuti informativi Segnaletica conforme al sistema regionale Messa in sicurezza Georeferenziazione dei percorsi Tracce GPS scaricabili Mappe ed altro materiale informativo Assicurare la possibilità di visita 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Regione Umbria Club di prodotto Guide escursionistiche ambientali Associazioni sportive del settore Proprietari e/o gestori degli attrattori 	3.1, 4.1, 5.3, 5.6
3	<ul style="list-style-type: none"> Selezione di attrattori culturali e artistici da proporre per visite assistite (Basiliche, centro storico di Assisi ...) 	<ul style="list-style-type: none"> Proposta anche di modalità innovative ed esperienziali di visita 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Regione Umbria Club di prodotto Guide turistiche Proprietari e/o gestori degli attrattori 	
4	Selezione di percorsi nell'area naturale del Monte Subasio e nell'ambiente collinare	<ul style="list-style-type: none"> Selezionare i percorsi potenzialmente attrattivi Segnaletica conforme al sistema regionale Messa in sicurezza Georeferenziazione dei percorsi Tracce GPS scaricabili Mappe ed altro materiale informativo Individuazione e segnalazione dei migliori punti panoramici 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Regione Umbria - ufficio Interventi per la realizzazione di infrastrutture per la mobilità ecologica Regione Umbria - Servizio turismo Sviluppumbria Club di prodotto Associazioni locali 	3.3, 3.5, 3.7, 3.8, 5.3, 5.6

PRODOTTO CAMMINARE SLOW – SPECIFICHE ATTRATTORI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
5	<ul style="list-style-type: none"> Via di Francesco Altri cammini storici e/o religiosi che coinvolgono Assisi 	<ul style="list-style-type: none"> Sostegno allo sviluppo dei diversi cammini Eventi od altre attività di valorizzazione dei cammini 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Regione Umbria Sviluppumbria Consorzio La via di Francesco Ordini francescani Altri soggetti interessati 	3.4, 3.7, 3.8
6	<ul style="list-style-type: none"> Selezione di percorsi di trekking urbano adeguatamente segnalati 	<ul style="list-style-type: none"> Collaborazione strutturata con FAI 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Guide turistiche Associazioni culturali Associazioni di settore 	3.5, 3.6
7	<ul style="list-style-type: none"> Prodotti tipici certificati Degustazione ed acquisto vini locali anche direttamente in cantina Degustazione di olio, formaggi ed altre produzioni agricole di pregio presso i luoghi di produzione 	<ul style="list-style-type: none"> Censimento produzioni certificate Coinvolgimento imprese agricole e relative associazioni Sviluppo marchio Denominazione comunale (De.Co) 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Imprese e associazioni di categoria del settore agricolo Strada dei Vini del Cantico Strada dell'olio Dop Umbria Imprese turistiche Club di prodotto 	4.3, 4.4

5.2.3 SERVIZI

PRODOTTO CAMMINARE SLOW – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Servizio di gestione del sistema di segnalazione dei percorsi Servizio di gestione dello stato di percorribilità dei percorsi stradali e non 	<ul style="list-style-type: none"> Utilizzo delle modalità di segnalazione previste a livello regionale e/o nazionale Monitoraggio e manutenzione sistematica Coinvolgimento delle associazioni special interest (Cai, Fie ...) 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Associazioni locali attive nel settore Regione Umbria - ufficio Interventi per la realizzazione di infrastrutture per la mobilità ecologica Agenzia forestale regionale 	3.12, 3.13, 3.14

PRODOTTO CAMMINARE SLOW – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
2	<ul style="list-style-type: none"> Servizi di accompagnamento nella pratica del camminare 	<ul style="list-style-type: none"> Almeno in lingua inglese Capacità di valorizzare il patrimonio culturale, naturale e le produzioni tipiche alimentari e dell'artigianato artistico e di tradizione 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese turistiche Club di prodotto Guide escursionistiche ambientali 	3.16
3	<ul style="list-style-type: none"> Servizio di trasporto bagagli da una località di tappa ad un'altra in caso di itinerari Servizio di trasporto per il ritorno da escursioni presso la struttura di soggiorno 	<ul style="list-style-type: none"> Censire e stimolare l'organizzazione imprenditoriale di tale servizio 	<ul style="list-style-type: none"> Club di prodotto Imprese turistiche Imprese agenziali Guide escursionistiche ambientali 	3.17, 3.18
4	<ul style="list-style-type: none"> Servizi di assistenza e animazione per bambini a seguito e per adulti accompagnatori 	<ul style="list-style-type: none"> Censire e stimolare l'organizzazione imprenditoriale di tale servizio 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese turistiche Club di prodotto Imprese agenziali 	4.2
5	<ul style="list-style-type: none"> Servizi specialistici di massaggio e trattamento spa per sportivi 	<ul style="list-style-type: none"> Censire e stimolare l'organizzazione imprenditoriale di tale servizio presso le strutture ricettive o in convenzione 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese turistiche Club di prodotto Imprese agenziali 	4.7
6	<ul style="list-style-type: none"> Servizi di accoglienza presso Ufficio di informazione turistico specializzato Kit informativi specializzati Mappe e schede tecniche dei percorsi selezionati 	<ul style="list-style-type: none"> Formazione ad hoc del personale 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi 	5.2, 5.3

PRODOTTO CAMMINARE SLOW – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
7	<ul style="list-style-type: none"> Contenuti per portale turistico territoriale e per i canali social focalizzati sull'esperienza del camminare slow Presenza web mirata sugli interessi informativi dei turisti del camminare slow 	<ul style="list-style-type: none"> Gestire pagine Facebook ed Instagram specializzate Piano di comunicazione per ottimizzare la presenza su siti web e canali social specializzati Favorire commenti e valutazioni da parte dei turisti del camminare sui social Coordinamento e monitoraggio attività di social marketing 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Imprese private Club di prodotto Associazioni di settore locali Guide turistiche Guide turistiche ambientali 	5.1, 5.2, 5.3, 5.4, 5.5
8	<ul style="list-style-type: none"> Strutture ricettive certificate come friendly rispetto ai turisti del camminare 	<ul style="list-style-type: none"> Disciplinare per le strutture ricettive che certifichi la loro speciale attenzione alle esigenze dei turisti del camminare sul modello del club di prodotto Sensibilizzare le strutture ricettive ad adottare il disciplinare Monitorare il livello di qualità degli aderenti Intervenire con azioni di formazione e aggiornamento di sistema 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi 	4.6, 5.7, 5.8
9	<ul style="list-style-type: none"> Strutture ricettive e ristoranti con menù basati su prodotti tipici, ricette e vini del territorio 	<ul style="list-style-type: none"> Selezione delle imprese con tali caratteristiche 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese ricettive Club di prodotto Imprese agenziali 	4.5
10	<ul style="list-style-type: none"> Siti di comparazione e prenotazione di strutture friendly rispetto ai turisti del camminare 	<ul style="list-style-type: none"> Stimolare le recensioni focalizzate sull'esperienza da parte dei clienti Stimolare l'offerta di prodotti da parte delle imprese ricettive nei canali diretti ed indiretti di commercializzazione 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese ricettive Club di prodotto Imprese agenziali 	5.7

PRODOTTO CAMMINARE SLOW – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
11	<ul style="list-style-type: none"> • Agenzie di viaggi, tour operator e DMC specializzati 	<ul style="list-style-type: none"> • Censimento delle imprese agenziali locali/Umbre specializzate sul prodotto camminare • Censimento dei tour operator non locali specializzati e di quelle che offrono già Assisi • Organizzazione di educational tour 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune di Assisi • Imprese ricettive • Club di prodotto 	5.9, 5.10, 5.11
12	<ul style="list-style-type: none"> • Piattaforma per la prenotazione a distanza ed in loco di attività per il turista del camminare 	<ul style="list-style-type: none"> • Progettazione di un catalogo delle attività ed esperienze da offrire al turista del camminare direttamente collegate alla motivazione principale o accessorie alla stessa • Individuazione della piattaforma di vendita più efficace 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune di Assisi • Club di prodotto • Imprese ricettive • Imprese agenziali locali 	
13	<ul style="list-style-type: none"> • Catalogo delle attività ed esperienze da offrire al turista del camminare slow direttamente collegate alla motivazione principale o accessorie alla stessa • Piattaforma per la prenotazione a distanza ed in loco di attività ed esperienze inerenti motivazione principale e/o accessorie 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuazione della piattaforma di vendita più efficace 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune di Assisi • Club di prodotto • Imprese ricettive • Imprese agenziali locali 	5.11, 5.12

5.2.4 INFRASTRUTTURA

PRODOTTO CAMMINARE SLOW – SPECIFICHE INFRASTRUTTURA				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • Aree pedonali e ZTL • Marciapiedi • Altri interventi per assicurare la sicurezza del camminare 	<ul style="list-style-type: none"> • Analisi dei rischi dal punto di vista del camminatore slow dei percorsi urbani ed extraurbani • Programmazione degli interventi 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune di Assisi • Istituzioni responsabili per i diversi tipi di viabilità 	3.15

5.2.5 IMMAGINE

PRODOTTO DEL CAMMINARE SLOW – SPECIFICHE IMMAGINE				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • Paesaggio e attrattori culturali • Centro storico medioevale di Assisi • Sito Unesco • San Francesco ed il francescanesimo • Via di Francesco • Qualità ambiente naturale e del paesaggio • Parco Monte Subasio • Colline e ambiente rurale • Enogastronomia 	<ul style="list-style-type: none"> • Strategia per rafforzare l'immagine di destinazione amica dei turismi del camminare • Piano di comunicazione mirato online e offline • Organizzazione di press tour • Organizzazione di eventi • Creazione di contenuti narrativi e audiovisivi • Dare nomi evocativi ai percorsi • Piano di video storytelling (creazione di contenuti e gestione campagne social) • Gestione di pagine Facebook, Instagram ... • Monitoraggio della web reputation di Assisi per i turisti del camminare 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune di Assisi • Club di prodotto • Imprese turistiche • Sviluppumbria • Altri soggetti interessati 	1.1. 1.2, 3.10, 3.11. 2.1, 2.2

5.3. PRODOTTO “CAMMINARE SPORTIVO” B2C - PROFILO

5.3.1 PROFILO

È il turista che si sposta a piedi lungo percorsi e con modalità che si caratterizzano per il maggiore rilievo della componente agonistica/sportiva. Principalmente italiani (grandi aree urbane) e del nord Europa. Livello culturale ed economico medio.

Turista del camminare sportivo B2C – Obiettivi		
#	Obiettivi	Tipologia
1	Immagine della destinazione attrattiva per appassionati del camminare	P
2	Immagine turistica della destinazione	P
3	Qualità e sicurezza dell’esperienza del camminare	P
4	Qualità dell’esperienza sportiva	P
5	Qualità esperienza di soggiorno	P
6	Organizzare il viaggio con efficacia ed efficienza	S

5.3.2 ATTRATTORI

PRODOTTO TURISTA DEL CAMMINARE SPORTIVO – SPECIFICHE ATTRATTORI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Selezione di percorsi con livelli diversificati di difficoltà tecnica, adeguatamente segnalati e descritti Selezione di percorsi nell’area naturale del Monte Subasio e nell’ambiente collinare con livelli differenziati di difficoltà tecnica, adeguatamente segnalati e descritti Collegamento alla rete sentieristica regionale e/o a itinerari nazionali ed europei (vedi Sentiero Italia) 	<ul style="list-style-type: none"> Censire lo stato dell’arte relativamente a percorsi potenzialmente attrattivi Segnaletica conforme al sistema regionale Messa in sicurezza Georeferenziazione dei percorsi Tracce GPS scaricabili Mappe Individuazione e segnalazione dei migliori punti panoramici 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Regione Umbria Club di prodotto Guide escursionistiche ambientali Associazioni sportive di settore 	3.3, 3.4, 3.5, 3.6, 3.7, 3.10, 3.11, 3.12, 3.13, 6.6

PRODOTTO TURISTA DEL CAMMINARE SPORTIVO – SPECIFICHE ATTRATTORI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
2	<ul style="list-style-type: none"> Via di Francesco Altri cammini storici e/o religiosi che coinvolgono Assisi 	<ul style="list-style-type: none"> Sostegno allo sviluppo dei diversi cammini Eventi od altre attività di valorizzazione dei cammini Collaborazione con il consorzio La Via di Francesco 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Regione Umbria Sviluppumbria Consorzio La via di Francesco Ordini francescani Altri soggetti interessati 	3.5
3	<ul style="list-style-type: none"> Eventi non competitivi per appassionati del camminare Eventi agonistici 	<ul style="list-style-type: none"> Gruppo di lavoro che faciliti l'azione degli organizzatori 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Club di prodotto Associazioni locali del settore 	4.2, 4.1
4	<ul style="list-style-type: none"> Selezione di percorsi che intercettano attrattori culturali e artistici 	<ul style="list-style-type: none"> Censire lo stato dell'arte dei percorsi potenzialmente attrattivi Selezionare attrattori culturali e artistici e creare contenuti informativi Segnaletica conforme al sistema regionale Messa in sicurezza Georeferenziazione dei percorsi Tracce GPS scaricabili Mappe ed altro materiale informativo Assicurare la possibilità di visita 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Regione Umbria Club di prodotto Guide escursionistiche ambientali Associazioni di settore Proprietari e/o gestori degli attrattori 	3.1, 6.6

PRODOTTO TURISTA DEL CAMMINARE SPORTIVO – SPECIFICHE ATTRATTORI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
5	<ul style="list-style-type: none"> • Prodotti tipici certificati • Degustazione ed acquisto vini locali anche direttamente in cantina • Degustazione di olio, formaggi ed altre produzioni agricole di pregio presso i luoghi di produzione 	<ul style="list-style-type: none"> • Censimento produzioni certificate • Coinvolgimento imprese agricole e relative associazioni • Sviluppo marchio Denominazione comunale (De.Co) 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune di Assisi • Imprese e associazioni di categoria del settore agricolo • Strada dei Vini del Cantico • Strada dell'olio Dop Umbria • Imprese turistiche • Club di prodotto 	5.3 5.4

5.3.3 SERVIZI

PRODOTTO CAMMINARE SPORTIVO – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • Servizio di gestione del sistema di segnalazione dei percorsi • Servizio di gestione dello stato di percorribilità dei percorsi 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizzo delle modalità di segnalazione previste a livello regionale e/o nazionale • Monitoraggio e manutenzione sistematica 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune di Assisi • Associazioni locali (Cai, Fie ...) • Regione Umbria - ufficio Interventi per la realizzazione di infrastrutture per la mobilità ecologica 	3.10, 3.11, 3.12
2	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi di accompagnamento nella pratica del camminare 	<ul style="list-style-type: none"> • Almeno in lingua inglese • Capacità di valorizzare il patrimonio culturale, naturale e le produzioni tipiche alimentari e dell'artigianato artistico e di tradizione 	<ul style="list-style-type: none"> • Imprese turistiche • Club di prodotto • Guide escursionistiche ambientali 	3.14

PRODOTTO CAMMINARE SPORTIVO – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
3	<ul style="list-style-type: none"> Servizio di trasporto bagagli da una località di tappa ad un'altra in caso di itinerari Servizio di trasporto per il ritorno da escursioni presso la struttura di soggiorno 	<ul style="list-style-type: none"> Censire e stimolare l'organizzazione imprenditoriale di tale servizio 	<ul style="list-style-type: none"> Club di prodotto Imprese turistiche Imprese agenziali Guide escursionistiche ambientali 	3.15 3.16
4	<ul style="list-style-type: none"> Servizi di assistenza e animazione per bambini e per adulti a seguito 	<ul style="list-style-type: none"> Censire e stimolare l'organizzazione imprenditoriale di tale servizio 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese turistiche Club di prodotto Imprese agenziali 	5.2
5	<ul style="list-style-type: none"> Servizi specialistici di massaggio e trattamento spa per sportivi 	<ul style="list-style-type: none"> Censire e stimolare l'organizzazione imprenditoriale di tale servizio presso le strutture ricettive o in convenzione 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese turistiche Club di prodotto Imprese agenziali 	5.7
6	<ul style="list-style-type: none"> Servizi di accoglienza presso Ufficio di informazione turistico specializzato Kit informativi specializzati Mappe e schede tecniche dei percorsi selezionati 	<ul style="list-style-type: none"> Formazione ad hoc del personale 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi 	6.2, 6.1, 6.3, 6.4
7	<ul style="list-style-type: none"> Contenuti per portale turistico territoriale e per i canali social focalizzati sull'esperienza del camminare Presenza web mirata sugli interessi informativi del turista del camminare 	<ul style="list-style-type: none"> Gestire pagine Facebook ed Instagram specializzate Piano di comunicazione per ottimizzare la presenza su siti web e canali social specializzati Favorire commenti e valutazioni da parte dei turisti del camminare sui social Coordinamento e monitoraggio attività di social marketing 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Imprese private Club di prodotto Associazioni di settore locali Guide turistiche Guide turistiche ambientali 	6.1, 6.4, 6.5, 6.6, 6.7

PRODOTTO DEL CAMMINARE SPORTIVO – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
8	<ul style="list-style-type: none"> Strutture ricettive certificate come friendly rispetto ai turisti del camminare 	<ul style="list-style-type: none"> Disciplinare per strutture ricettive che certifichi la loro speciale attenzione alle esigenze dei turisti del camminare Sensibilizzare le strutture ricettive ad adottare il disciplinare Monitoraggio livello di qualità degli aderenti Azioni di formazione e aggiornamento di sistema 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi 	5.6
9	<ul style="list-style-type: none"> Strutture ricettive e ristoranti con menù basati su prodotti tipici, ricette e vini del territorio 	<ul style="list-style-type: none"> Selezione delle imprese con tali caratteristiche 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese ricettive Club di prodotto Imprese agenziali 	5.5
10	<ul style="list-style-type: none"> Siti di comparazione e prenotazione di strutture friendly rispetto ai turisti del camminare 	<ul style="list-style-type: none"> Stimolare le recensioni focalizzate sull'esperienza del camminare da parte dei clienti 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese ricettive Club di prodotto Imprese agenziali 	6.4, 6.5, 6.10
11	<ul style="list-style-type: none"> Agenzie di viaggi, tour operator e DMC specializzati 	<ul style="list-style-type: none"> Censimento delle imprese agenziali locali/Umbre specializzate sul tematismo Censimento dei tour operator non locali specializzati sul tematismo e di quelle che offrono già Assisi Educational tour 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Imprese ricettive Club di prodotto 	6.9

PRODOTTO DEL CAMMINARE SPORTIVO – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
12	<ul style="list-style-type: none"> Catalogo delle attività ed esperienze da offrire al turista del camminare direttamente collegate alla motivazione principale o accessorie alla stessa Piattaforma per la prenotazione a distanza ed in loco di attività legate alla motivazione principale e/o accessorie 	<ul style="list-style-type: none"> Individuazione della piattaforma di vendita più efficace 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Club di prodotto Imprese ricettive Imprese agenziali locali 	6.11, 6.12

5.3.4 INFRASTRUTTURA

PRODOTTO CAMMINARE SPORTIVO – SPECIFICHE INFRASTRUTTURA

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Aree pedonali e ZTL Marciapiedi Altri interventi per assicurare la sicurezza del camminare 	<ul style="list-style-type: none"> Analisi dei rischi dal punto di vista del camminatore Programmazione degli interventi 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Istituzioni responsabili per i diversi tipi di viabilità 	3.10, 3.11, 3.12

5.3.5 IMMAGINE

PRODOTTO DEL CAMMINARE SPORTIVO – SPECIFICHE IMMAGINE

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Parco Monte Subasio Qualità ambiente naturale e del paesaggio Via di Francesco Colline e ambiente rurale Enogastronomia 	<ul style="list-style-type: none"> Strategia per rafforzare l'immagine di destinazione amica dei turisti del camminare Piano di comunicazione mirato online e offline Organizzazione di press tour mirati Organizzazione di eventi sportivi Creazione di contenuti narrativi e audiovisivi Dare nomi evocativi ai percorsi Piano di video storytelling (creazione di contenuti e gestione campagne social) 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Club di prodotto Imprese ricettive Imprese agenziali Sviluppumbria Altri soggetti interessati 	1.1, 1.2, 6.4, 6.2, 6.5, 3.8, 3.9

	<i>PROGETTO DESTINAZIONE ASSISI CATALOGO PRODOTTI</i>	<i>R1 febbraio 2019</i>
---	---	-------------------------

PRODOTTO DEL CAMMINARE SPORTIVO – SPECIFICHE IMMAGINE				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Parco Monte Subasio Qualità ambiente naturale e del paesaggio Via di Francesco Colline e ambiente rurale Enogastronomia 	<ul style="list-style-type: none"> Gestione di pagine Facebook, Instagram ... Monitoraggio della web reputation di Assisi per i turisti del camminare 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Club di prodotto Imprese ricettive Imprese agenziali Sviluppumbria Altri soggetti interessati 	1.1, 1.2, 6.4, 6.2, 6.5, 3.8, 3.9
2	<ul style="list-style-type: none"> Attrattori culturali Centro storico medioevale di Assisi Sito Unesco San Francesco ed il francescanesimo 	<ul style="list-style-type: none"> Strategia complessiva di comunicazione per gestire e migliorare l'immagine generale della destinazione 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Regione Umbria – Servizio Turismo Sviluppumbria Altri soggetti locali interessati 	2.1 2.2

5.4. PRODOTTO “DEI CAMMINI” B2C

5.4.1 PROFILO

È il turista che percorre a piedi la via di Francesco e altri cammini storici e religiosi

La motivazione può oscillare da quella più tipicamente religiosa a quella di natura spirituale per arrivare a limitarsi ad una esperienza di tipo meramente “sportivo” per confrontarsi con i propri limiti fisici e per scoprire in maniera lenta un territorio con le sue storie ed i suoi cibi. Questa prismaticità motivazionale consente di declinare in maniera differenziata l’offerta.

Turista dei cammini B2C - Obiettivi		
#	Obiettivi	Tipologia
1	Immagine della destinazione attrattiva per appassionati del camminare	P
2	Qualità e sicurezza dell’esperienza del camminare	P
3	*Vivere un’esperienza religiosa	P
4	*Camminare in un ambiente naturale e paesaggistico di qualità	P
5	Immagine turistica della destinazione	S
6	Qualità esperienza di soggiorno	S
7	Organizzare il viaggio con efficacia ed efficienza	S

5.4.2 ATTRATTORI

PRODOTTO DEI CAMMINI – SPECIFICHE ATTRATTORI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Via di Francesco Altri cammini storici e/o religiosi che coinvolgono Assisi 	<ul style="list-style-type: none"> Sostegno allo sviluppo dei diversi cammini Eventi od altre attività di valorizzazione dei cammini 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Regione Umbria Sviluppumbria Consorzio La via di Francesco Ordini francescani Guide escursionistiche ambientali Associazioni del settore Proprietari e/o gestori degli attrattori Altri soggetti interessati 	3.4, 3.7, 3.1, 4.1, 5.3, 5.6
2	<ul style="list-style-type: none"> Selezione di percorsi di trekking urbano adeguatamente segnalati 	<ul style="list-style-type: none"> Collaborazione strutturata con Fai 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi FAI Guide turistiche Associazioni di settore 	3.5, 3.6
3	<ul style="list-style-type: none"> Selezione di attrattori culturali e artistici in Assisi legati alla figura di Francesco 	<ul style="list-style-type: none"> Selezionare, descrivere e rendere disponibili le informazioni su supporti tradizionali e tecnologici Assicurare la possibilità di visita negli orari tipici del turista dei cammini 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Club di prodotto Guide turistiche Associazioni del settore Proprietari e/o gestori degli attrattori 	3.1, 4.1
4	<ul style="list-style-type: none"> Servizi religiosi e spirituali per il pellegrino 	<ul style="list-style-type: none"> Messe, confessioni, incontri con religiosi francescani, assistenza spirituale ... Informazioni su luoghi e orari 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Club di prodotto Ordini Francescani 	3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 3.6

PRODOTTO DEI CAMMINI – SPECIFICHE ATTRATTORI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
5	<ul style="list-style-type: none"> • Prodotti tipici certificati • Degustazione ed acquisto vini locali anche direttamente in cantina • Degustazione di olio, formaggi ed altre produzioni agricole di pregio presso i luoghi di produzione 	<ul style="list-style-type: none"> • Censimento produzioni certificate • Coinvolgimento imprese agricole e relative associazioni • Sviluppo marchio Denominazione comunale (De.Co) 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune di Assisi • Imprese e associazioni di categoria del settore agricolo • Strada dei Vini del Cantico • Strada dell'olio Dop Umbria • Imprese turistiche • Club di prodotto 	4.3, 4.4

5.4.3 SERVIZI

PRODOTTO DEI CAMMINI – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • Servizio di gestione del sistema di segnalazione dei percorsi • Servizio di gestione dello stato di percorribilità dei percorsi stradali e non 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizzo delle modalità di segnalazione previste a livello regionale e/o nazionale • Monitoraggio e manutenzione sistematica 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune di Assisi • Associazioni locali di settore (Cai, Fie ...) • Regione Umbria - ufficio Interventi per la realizzazione di infrastrutture per la mobilità ecologica • Agenzia forestale regionale 	3.12, 3.13, 3.14
2	<ul style="list-style-type: none"> • Servizio di accompagnamento nella pratica del camminare 	<ul style="list-style-type: none"> • Almeno in lingua inglese • Capacità di valorizzare il patrimonio culturale, naturale e le produzioni tipiche alimentari e dell'artigianato artistico e di tradizione 	<ul style="list-style-type: none"> • Imprese turistiche • Club di prodotto • Guide escursionistiche ambientali 	3.16

PRODOTTO DEI CAMMINI – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
3	<ul style="list-style-type: none"> Servizio di trasporto bagagli da una località di tappa ad un'altra in caso di itinerari Servizio di trasporto per il ritorno da escursioni presso la struttura di soggiorno 	<ul style="list-style-type: none"> Censire e stimolare l'organizzazione imprenditoriale di tale servizio 	<ul style="list-style-type: none"> Club di prodotto Imprese turistiche Imprese agenziali 	3.17, 3.18
4	<ul style="list-style-type: none"> Servizi di assistenza e animazione per bambini e per adulti a seguito 	<ul style="list-style-type: none"> Censire e stimolare l'organizzazione imprenditoriale di tale servizio 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese turistiche Club di prodotto Imprese agenziali 	4.2
5	<ul style="list-style-type: none"> Servizi specialistici di massaggio e trattamento spa per sportivi 	<ul style="list-style-type: none"> Censire e stimolare l'organizzazione imprenditoriale di tale servizio presso le strutture ricettive o in convenzione 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese turistiche Club di prodotto Imprese agenziali 	4.7
6	<ul style="list-style-type: none"> Servizi di accoglienza presso Ufficio di informazione turistico specializzato Kit informativi specializzati Mappe e schede tecniche dei percorsi selezionati 	<ul style="list-style-type: none"> Formazione ad hoc del personale 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi 	5.2, 5.3
7	<ul style="list-style-type: none"> Contenuti per portale turistico territoriale e per i canali social focalizzati sull'esperienza del camminare Presenza web mirata sugli interessi informativi del turista del camminare 	<ul style="list-style-type: none"> Gestire pagine Facebook ed Instagram specializzate Piano di comunicazione per ottimizzare la presenza su siti web e canali social specializzati Favorire commenti e valutazioni da parte dei turisti del camminare sui social Coordinamento e monitoraggio attività di social marketing 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Imprese private Club di prodotto Associazioni di settore locali Guide turistiche Guide turistiche ambientali 	5.1, 5.2, 5.3, 5.4, 5.5

PRODOTTO DEI CAMMINI – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
8	<ul style="list-style-type: none"> Strutture ricettive certificate come friendly rispetto ai turisti del camminare 	<ul style="list-style-type: none"> Disciplinare per strutture ricettive che certifichi la loro speciale attenzione alle esigenze dei turisti del camminare Sensibilizzare le strutture ricettive ad adottare il disciplinare Monitoraggio livello di qualità degli aderenti 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi 	4.6, 5.7, 5.8
9	<ul style="list-style-type: none"> Strutture ricettive e ristoranti con menù basati su prodotti tipici, ricette e vini del territorio 	Selezione delle imprese con tali caratteristiche	<ul style="list-style-type: none"> Imprese ricettive Club di prodotto Imprese agenziali 	4.5
10	Agenzie di viaggi, tour operator e DMC specializzati	<ul style="list-style-type: none"> Censimento delle imprese agenziali locali/Umbre specializzate sul tematismo Censimento dei tour operator non locali specializzati sul tematismo e di quelle che offrono già Assisi Educational tour 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Imprese ricettive Club di prodotto 	5.9, 5.10, 5.11
11	<ul style="list-style-type: none"> Siti di comparazione e prenotazione di strutture friendly per i turisti del camminare 	<ul style="list-style-type: none"> Stimolare le recensioni focalizzate sull'esperienza del camminare 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese ricettive Club di prodotto Imprese agenziali 	5.7
12	<ul style="list-style-type: none"> Catalogo delle attività ed esperienze da offrire al turista del camminare direttamente collegate alla motivazione principale o accessorie Piattaforma per la prenotazione a distanza ed in loco di tali attività 	<ul style="list-style-type: none"> Individuazione della piattaforma di vendita più efficace 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Club di prodotto Imprese ricettive Imprese agenziali locali 	5.11, 5.12

5.4.4 INFRASTRUTTURA

PRODOTTO DEI CAMMINI – SPECIFICHE INFRASTRUTTURA				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
	<ul style="list-style-type: none"> • Aree pedonali e ZTL • Marciapiedi • Altri interventi per assicurare la sicurezza del camminare 	<ul style="list-style-type: none"> • Analisi dei rischi dal punto di vista del camminatore • Programmazione degli interventi 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune di Assisi • Istituzioni responsabili per i diversi tipi di viabilità 	3.10, 3.11, 3.12

5.4.5 IMMAGINE

PRODOTTO DEI CAMMINI – SPECIFICHE IMMAGINE				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • Via di Francesco • San Francesco ed il francescanesimo • Basiliche, chiese, conventi • Paesaggio e attrattori culturali • Qualità ambiente naturale e del paesaggio • Centro storico medioevale di Assisi • Sito Unesco 	<ul style="list-style-type: none"> • Strategia per rafforzare l'immagine di destinazione amica dei turismi del camminare • Piano di comunicazione mirato online e offline • Organizzazione di press tour mirati • Organizzazione di eventi sportivi • Creazione di contenuti narrativi e audiovisivi, in particolare sulla vita di San Francesco e sul Francescanesimo • Piano di video storytelling (creazione di contenuti e gestione campagne social) • Gestione di pagine Facebook, Instagram ... • Monitoraggio della web reputation di Assisi per il turista dei cammini 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune di Assisi in collaborazione con Club di prodotto, Sviluppumbria ed altri soggetti interessati 	1.1, 1.2, 2.2, 7.1, 7.2, 7.4, 7.5, 5.1, 5.2

5.5. PUNTI DI FORZA E DEBOLEZZA

La linea di prodotto TURISMI DEL CAMMINARE presenta i punti di forza e di debolezza illustrati nella tabella seguente.

LINEA DI PRODOTTO "TURISMI DEL CAMMINARE"	
Punti di forza	Punti di debolezza
<ul style="list-style-type: none"> • Crescita a livello nazionale ed internazionale del turismo outdoor, natura, avventura, sportivo • Affermarsi di stili di vita che ricercano forme "lente" di turismo e di mobilità • Ambiente naturale di qualità • Paesaggio in genere e paesaggio olivetato • Tendenza verso modelli di turismo culturale innovativi, di tipo esperienziale • Sviluppo dei turismi di nicchia • Presenza di una rete sentieristica di elevata attrattività nell'Assisano ed in Umbria • Presenza VIA d Francesco e altri cammini • Possibilità di integrazione della rete per trekking con la più vasta rete regionale e nazionale • Parco naturale del Monte Subasio • Ricchezza di risorse storico-culturali nella città di Assisi • Presenza di un ricco patrimonio culturale "diffuso" facilmente raggiungibile lungo i percorsi • Bellezza e qualità dei centri storici del territorio limitrofo • Territorio ricco di prodotti eno-gastronomici e tradizioni culinarie • Presenza di prodotti tipici di elevato pregio (vino, olio, tartufo ...) • Presenza di punti di produzione e degustazione di prodotti tipici e di qualità 	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinamento fra i diversi soggetti responsabili per la salvaguardia ambientale del territorio e per la manutenzione della rete sentieristica • Sensibilità verso i turismi del camminare e le specifiche esigenze degli escursionisti da parte degli operatori turistici e ricettivi • Immagine dell'area associata al camminare scarsamente identificabile • Disponibilità di carte dei sentieri e guide escursionistiche • Rilevamento dei sentieri per GPS • Carezza di un sistema d'offerta specializzato per i turismi del camminare • Collaborazione sistematica fra soggetti pubblici e privati che intervengono nella predisposizione dell'offerta tematizzata • Sistemi di certificazione della capacità di offrire servizi di qualità ai turismi del camminare • Capacità di promozione integrata • Collaborazione con tour operator incoming e/o specializzati nei turismi del camminare • Mancata regolamentazione dell'accoglienza di turisti del camminare (specie pellegrini) in strutture ricettive "alternative" • Presenza sul web dell'offerta per i turismi del camminare

LINEA DI PRODOTTO “TURISMI DEL CAMMINARE”

Punti di forza

- Sistema ricettivo e ristorativo capillarmente diffuso e tipologicamente differenziato
- Presenza diffusa di ristoranti di qualità
- Presenza di associazioni sportive attive nella promozione e nel supporto delle attività del camminare
- Buoni collegamenti stradali e ferroviari

Punti di debolezza

Il territorio di Assisi possiede una serie di caratteristiche che ne fa, potenzialmente, una meta attrattiva per i turisti del camminare:

- ambiente naturale di qualità, con il Parco naturale del Monte Subasio ed una vasta area di colline;
- qualità del paesaggio naturale e antropico;
- ricco tessuto di centri storici minori e attrattori religiosi-culturali sparsi nel territorio;
- presenza di sentieri e cammini di importanza nazionale ed internazionale e, in primis, della Via di Francesco. La Via di Francesco è oggi il cammino religioso di maggiore successo in Italia, attirando sia pellegrini che viaggiatori amanti della natura o alla ricerca di una performance sportiva;
- rete di sentieri e percorsi di interesse locale, collegabile al più vasto sistema sentieristico regionale.

Per quanto sopra evidenziato e volendo fare sintesi, le principali questioni chiave su cui intervenire appaiono essere:

- investire sulla creazione di una maggiore consapevolezza degli operatori economici dell’attrattività del territorio per i turismi del camminare;
- puntare in prima battuta sul segmento “Turista dei cammini” di grande successo grazie alla Via di Francesco;
- rilanciare come attrattore il Parco Naturale del Monte Subasio, operando in collaborazione con la Comunità del Parco, organo collegiale con funzioni consultive e propositive nei confronti del soggetto gestore del Parco previsto dalla legge regionale in materia di aree naturali protette, da poco nominato;
- migliorare la web reputation di Assisi come territorio per i turismi del camminare, creando contenuti informativi tecnici, sviluppando una strategia di storytelling (racconti foto e video professionali, ma anche prodotte dagli stessi turisti);
- assicurare una reale manutenzione dei percorsi e della segnaletica della rete sentieristica presente nel territorio che vede spesso un uso plurimo (bike, turismo equestre, sport outdoor, ecc.). Il non ancora chiarito quadro istituzionale che deve indicare quale soggetto e con quale risorse si dovrà occupare di tali essenziali attività spinge ad elevare il livello di collaborazione con i soggetti privati, in particolare con il mondo dell’associazionismo di settore;
- stimolare l’azione di almeno un tour operato incoming locale o dell’Umbria per la creazione dei prodotti special interest.

6. LINEA DI PRODOTTO “TURISMI IN BICI”

6.1. INTRODUZIONE

La linea di prodotto “Turismi in bici” si rivolge ad alcune delle forme di turismo incentrate sull’uso della bicicletta. In generale, con il termine turismo in bicicletta, si intendono viaggi itineranti o gite giornaliere senza motivazioni prevalenti agonistiche, lungo percorsi relativamente facili, su sentieri e strade (asfaltate o bianche) a scarso traffico o riservate alle biciclette.

Lo studio di profilazione e targeting ha evidenziato l’opportunità di strutturare linee di prodotto rispondenti alle esigenze (requisiti) di alcuni pubblici target all’interno della più vasta area dei turismi in bici.

In particolare, sono stati individuati 3 segmenti B2C e 2 segmenti B2B:

PROFILI B2C

1. **Free biker**
2. **Slow biker**
3. **Mountain biker**

PROFILI B2B

4. **Organizzazioni business special interest**
5. **Organizzazioni non profit special interest**

In una prima fase di attenzione ai turismi in bici, il sistema di offerta dovrebbe puntare a proporre prodotti caratterizzati per la proposta di contatto diretto con l’ambiente naturale e culturale del territorio attraverso l’uso di un mezzo di trasporto che consente di scoprire in maniera diversa, più lenta, attrattori materiali ed immateriali.

In seconda battuta va sviluppata un’offerta diretta ai target group caratterizzati da una maggiore attenzione alla pratica sportiva su strada asfaltata (free biker) e su strade sterrate, sentieri e mulattiere (mountain biker).

Il territorio già oggi consente di proporre un sistema di percorsi su strada asfaltata a bassa intensità di traffico veicolare, su strade bianche e su sentieri e mulattiere che consentono di dare risposta ai diversi target group individuati e ai diversi livelli di difficoltà ricercati.

Lo **slow biker** richiede percorsi brevi (intorno ai 10 km), possibilmente senza dislivelli altimetrici eccessivi, sicuri (specie se in presenza di famiglie con bambini), con scorci paesaggistici suggestivi e possibilità di incontrare/visitare chiese, castelli ed altri attrattori, ma anche di fare esperienza delle tradizioni gastronomiche locali, interagendo con le persone che le rappresentano e propongono.

Viceversa, il prodotto per il **free biker**, che richiede principalmente percorsi su strade a basso traffico veicolare e in buono stato di manutenzione del manto stradale, può essere imperniato sulla proposta di

tracciati che ricalcano quelli delle tappe del Giro d'Italia (o di altre gare ciclistiche di rilievo nazionale e internazionale) che hanno toccato nel tempo il comune di Assisi e quelli limitrofi. I percorsi si allungano (dai 30 km in su) e la collaborazione con altri territori diventa essenziale.

Per il **mountain biker** i prodotti possono sfruttare i percorsi individuabili nell'area del Parco Naturale del Monte Subasio e nelle vaste aree di collina e montagna presenti nel territorio. Nel medio-lungo periodo va valutata l'opportunità di specializzare l'offerta su una o più delle specialità della mountain bike, come, ad esempio, il downhill, predisponendo le infrastrutture necessarie per assicurare la sicurezza di ciclisti e altri fruitori degli stessi percorsi.

Ai diversi target group individuati è possibile proporre Assisi sia come destinazione di soggiorno, con l'offerta di una o più esperienze in bici per tutto il periodo (configurazione a margherita degli itinerari) sia come tappa di un itinerario più articolato.

6.2. PRODOTTO "FREE BIKER" B2C

6.2.1. PROFILO

Ricordiamo che il target è costituito da coppie o piccoli gruppi di amici, anche famiglie, di classe sociale medio-alta, che apprezzano praticare lo sport di cui sono appassionati in un contesto di elevato valore paesaggistico e culturale.

Provenienza italiana, principalmente dalle grandi aree urbane (Roma, Napoli e Milano) e principali paesi Nord Europei.

Questo tipo di clientela in genere si sposta con mezzo proprio e preferisce organizzare in *self packaging* la propria esperienza di viaggio.

Free biker B2C - Obiettivi		
#	Obiettivi	Tipologia
1	Immagine della destinazione attrattiva per appassionati di bike	P
2	Qualità e sicurezza dell'esperienza dell'andare in bici	P
3	Qualità esperienza "sportiva"	P
4	Qualità esperienza di soggiorno	S
5	Immagine turistica della destinazione	S

6.2.2 ATTRATTORI

PRODOTTO FREE BIKER – SPECIFICHE ATTRATTORI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Selezione di percorsi su strada asfaltata a bassa intensità di traffico veicolare con livelli differenziati di difficoltà tecnica, adeguatamente segnalati e descritti 	<ul style="list-style-type: none"> Censire lo stato dell'arte relativamente a percorsi potenzialmente attrattivi Segnaletica conforme al sistema regionale Messa in sicurezza Georeferenziazione dei percorsi Tracce GPS scaricabili Mappe Individuazione e segnalazione dei migliori punti panoramici Snodi di collegamento alla rete cicloturistica regionale e a itinerari bike nazionali o europei 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Regione Umbria Club di prodotto Guide escursionistiche ambientali Associazioni sportive del settore bike 	3.1, 2.1, 2.3, 2.4, 2.5, 2.6, 2., 2.8, 2.9, 2.14, 6.4, 6.3, 6.5
2	Ciclovía Assisi-Spoleto	<ul style="list-style-type: none"> Completamento in tempi programmati dell'infrastruttura Valutazione dell'opportunità di realizzare un centro di servizi di assistenza all'utente ad inizio/termine della ciclovía (bar, ristorante, spogliatoi docce, custodia e piccola manutenzione bici, nolo ...) 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi 	2.3, 2.5, 4.3, 4.4
3	<ul style="list-style-type: none"> Via di Francesco Altri cammini storici e/o religiosi che coinvolgono Assisi 	<ul style="list-style-type: none"> Sostegno allo sviluppo dei diversi cammini Eventi od altre attività di uso ciclistico dei cammini 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Regione Umbria Sviluppumbria Consorzio La via di Francesco Ordini francescani Altri soggetti interessati 	2.3, 2.7

PRODOTTO FREE BIKER – SPECIFICHE ATTRATTORI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
4	<ul style="list-style-type: none"> Eventi non competitivi per appassionati della bici 	<ul style="list-style-type: none"> Gruppo di lavoro che faciliti l'azione degli organizzatori 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Club di prodotto Associazioni locali del settore bike 	2.12
5	<ul style="list-style-type: none"> Eventi agonistici (tappe Giro d'Italia o della tirreno-Adriatico o eventi sportivi minori) 	<ul style="list-style-type: none"> Gruppo di lavoro che faciliti l'azione degli organizzatori Mantenere relazioni con gli organizzatori delle grandi gare italiane 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi in appoggio di Club di prodotto, associazioni locali del settore bike 	3.2
6	<ul style="list-style-type: none"> Selezione di percorsi nell'area naturale del Monte Subasio con livelli differenziati di difficoltà tecnica, adeguatamente segnalati e descritti 	<ul style="list-style-type: none"> Censire lo stato dell'arte relativamente a percorsi potenzialmente attrattivi, loro tracciatura GPS, presenza di mappe ... Selezionare, descrivere tecnicamente e rendere disponibili le informazioni su supporti tradizionali e tecnologici Segnaletica, georeferenziazione dei percorsi, messa in sicurezza 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Regione Umbria - ufficio Interventi per la realizzazione di infrastrutture per la mobilità ecologica Regione Umbria - Servizio turismo Svilupumbria Club di prodotto Associazioni bike locali 	2.1, 2.6
7	<ul style="list-style-type: none"> Selezione di attrattori culturali e artistici limitrofi ai percorsi segnalati (chiese, castelli, borghi, musei ...) 	<ul style="list-style-type: none"> Selezionare, descrivere e rendere disponibili le informazioni su supporti tradizionali e tecnologici Assicurare la possibilità di visita 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Club di prodotto Guide escursionistiche ambientali Associazioni del settore Proprietari e/o gestori degli attrattori 	2.2

PRODOTTO FREE BIKER – SPECIFICHE ATTRATTORI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
8	<ul style="list-style-type: none"> • Prodotti tipici certificati • Degustazione ed acquisto vini locali anche direttamente in cantina • Degustazione di olio, formaggi ed altre produzioni agricole di pregio presso i luoghi di produzione 	<ul style="list-style-type: none"> • Censimento produzioni certificate • Coinvolgimento imprese agricole e relative associazioni • Sviluppo marchio Denominazione comunale (De.Co) 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune di Assisi • Imprese e associazioni di categoria del settore agricolo • Strada dei Vini del Cantico • Strada dell'olio Dop Umbria • Imprese turistiche • Club di prodotto 	4.6, 4.7

6.2.3 SERVIZI

PRODOTTO FREE BIKER – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • Servizio di gestione del sistema di segnalazione dei percorsi • Servizio di gestione dello stato di percorribilità dei percorsi stradali e non 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizzo delle modalità di segnalazione previste a livello regionale e/o nazionale • Monitoraggio e manutenzione sistematica 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune di Assisi • Associazioni locali attive nel settore bike • Regione Umbria - ufficio Interventi per la realizzazione di infrastrutture per la mobilità ecologica 	2.13, 2.14, 2.15
2	<ul style="list-style-type: none"> • Negozi e officine specializzate per il biker 	<ul style="list-style-type: none"> • Convenzioni fra negozi e officine e strutture ricettive, club di prodotto, imprese agenziali ed altri soggetti interessati 	<ul style="list-style-type: none"> • Imprese turistiche • Club di prodotto • Guide escursionistiche ambientali 	2.18

PRODOTTO FREE BIKER – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
3	<ul style="list-style-type: none"> Servizio di accompagnamento alla pratica ciclistica 	<ul style="list-style-type: none"> Almeno in lingua inglese Capacità di valorizzare il patrimonio culturale, naturale e le produzioni tipiche alimentari e dell'artigianato artistico e di tradizione 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese turistiche Club di prodotto Guide escursionistiche ambientali 	2.20
4	<ul style="list-style-type: none"> Servizio di noleggio bici e attrezzature B2C e B2B 	<ul style="list-style-type: none"> Censimento operatori, tipologia di bici disponibili e loro quantità Valutare l'opportunità di individuare locali di proprietà del Comune, possibilmente nelle vicinanze della stazione ferroviaria di S. Maria degli Angeli, per il noleggio B2C, a condizioni agevolate di locazione 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese turistiche Club di prodotto Guide escursionistiche ambientali Comune di Assisi 	2.19
5	<ul style="list-style-type: none"> Servizio di trasporto bagagli da una località di tappa ad un'altra in caso di itinerari Servizio di trasporto per il ritorno da escursioni presso la struttura di soggiorno Servizio di recupero in caso di rottura della bicicletta durante un itinerario 	<ul style="list-style-type: none"> Censire e stimolare l'organizzazione imprenditoriale di tale servizio 	<ul style="list-style-type: none"> Club di prodotto Imprese turistiche Imprese agenziali 	2.23, 2.24

PRODOTTO FREE BIKER – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
6	<ul style="list-style-type: none"> Trasporto locale su gomma o ferroviario organizzato per il trasporto di bici a seguito Trasporto ferroviario per la destinazione bike friendly 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi come attivatore della richiesta 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Umbria mobilità Trenitalia 	2.25, 2.26
7	<ul style="list-style-type: none"> Servizi di assistenza e animazione per bambini a seguito e per adulti no biker 	<ul style="list-style-type: none"> Censire e stimolare l'organizzazione imprenditoriale di tale servizio 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese turistiche Club di prodotto Imprese agenziali 	4.5
8	<ul style="list-style-type: none"> Servizi specialistici di massaggio e trattamento spa per sportivi 	<ul style="list-style-type: none"> Censire e stimolare l'organizzazione imprenditoriale di tale servizio presso le strutture ricettive o in convenzione 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese turistiche Club di prodotto Imprese agenziali 	4.8
9	<ul style="list-style-type: none"> Servizi di accoglienza presso Ufficio di informazione turistico specializzato Kit informativi specializzati Mappe e schede tecniche dei percorsi selezionati 	<ul style="list-style-type: none"> Formazione ad hoc del personale 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi 	6.1. 6.2, 6.4, 6.5
10	<ul style="list-style-type: none"> Contenuti per portale turistico territoriale e per i canali social focalizzati sull'esperienza della pratica ciclistica Presenza web mirata sugli interessi informativi dei bikers 	<ul style="list-style-type: none"> Gestire pagine Facebook ed Instagram specializzate Piano di comunicazione per ottimizzare la presenza su siti web e canali social specializzati Favorire commenti e valutazioni da parte dei turisti bike sui social Coordinamento e monitoraggio attività di social marketing 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Imprese private Club di prodotto Associazioni di settore locali Guide turistiche Guide turistiche ambientali 	6.1 6.3 6.4 6.6

PRODOTTO FREE BIKER – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
11	<ul style="list-style-type: none"> Strutture ricettive certificate come biker friendly 	<ul style="list-style-type: none"> Censimento delle strutture ricettive del territorio partecipanti a Umbria & Bike, Bike in Umbria o altri club di prodotto specialistici Analisi dei servizi bike friendly offerti 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi 	4.1, 6.6, 6.9
12	<ul style="list-style-type: none"> Strutture ricettive e ristoranti con menù basati su prodotti tipici, ricette e vini del territorio 	<ul style="list-style-type: none"> Selezione delle imprese con tali caratteristiche 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese ricettive Club di prodotto Imprese agenziali 	4.2
13	<ul style="list-style-type: none"> Siti di comparazione e prenotazione di strutture bike friendly 	<ul style="list-style-type: none"> Stimolare le recensioni focalizzate sull'esperienza bike da parte dei clienti Stimolare l'offerta di prodotti bike da parte delle imprese ricettive nei canali diretti ed indiretti di commercializzazione 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese ricettive Club di prodotto Imprese agenziali 	6.6, 6.7, 6.10, 6.11
14	<ul style="list-style-type: none"> Agenzie di viaggi, tour operator e DMC specializzati 	<ul style="list-style-type: none"> Censimento delle imprese agenziali locali/Umbre specializzate sul prodotto bike Censimento dei tour operator non locali specializzati sul bike e di quelle che offrono già Assisi Organizzazione di educational tour 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Imprese ricettive Club di prodotto 	6.8, 6.9, 6.10, 6.11

PRODOTTO FREE BIKER – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
15	<ul style="list-style-type: none"> Catalogo delle attività ed esperienze da offrire al turista bike direttamente collegate alla motivazione principale o accessorie alla stessa Piattaforma per la prenotazione a distanza ed in loco di attività bike e/o accessorie 	<ul style="list-style-type: none"> Individuazione della piattaforma di vendita più efficace 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Club di prodotto Imprese ricettive Imprese agenziali locali 	6.11

6.2.4 INFRASTRUTTURA

PRODOTTO FREE BIKER – SPECIFICHE INFRASTRUTTURA

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Aree pedonali e ZTL Marciapiedi Altri interventi per assicurare la sicurezza del ciclista 	<ul style="list-style-type: none"> Analisi dei rischi dal punto di vista del ciclista dei percorsi urbani e di avvicinamento a ciclovie, percorsi stradali a bassa intensità veicolare ed altri percorsi Programmazione degli interventi 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Istituzioni responsabili per i diversi tipi di viabilità 	2.16, 2.17

6.2.5 IMMAGINE

PRODOTTO FREE BIKER – SPECIFICHE IMMAGINE				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • Tappa giro d'Italia • Bartali "Giusto tra le Nazioni" • Percorsi su strade a bassa intensità veicolare • Paesaggio e attrattori culturali • Parco Monte Subasio • Via di Francesco • Colline e ambiente rurale 	<ul style="list-style-type: none"> • Strategia per rafforzare l'immagine di destinazione amica dei turismi del pedalare • Piano di comunicazione mirato online e offline • Organizzazione di press tour mirati • Organizzazione di eventi • Creazione di contenuti narrativi e audiovisivi • Dare nomi evocativi ai percorsi • Piano di video storytelling (creazione di contenuti e gestione campagne social) • Gestione di pagine Facebook, Instagram ... • Monitoraggio della web reputation di Assisi per i turismi in bici 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune di Assisi in collaborazione con Club di prodotto, Sviluppumbria ed altri soggetti interessati 	2.1, 2.2
2	<ul style="list-style-type: none"> • San Francesco • Francescanesimo • Sito Unesco • Centro storico medioevale • Tutela natura • Enogastronomia 	<ul style="list-style-type: none"> • Strategia complessiva di comunicazione per gestire e migliorare l'immagine generale della destinazione 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune di Assisi • Regione Umbria – Servizio Turismo • Sviluppumbria • Altri soggetti locali interessati 	1.1, 1.2

6.3. PRODOTTO “SLOW BIKER” B2C

6.3.1. PROFILO

Il target è abitato da coppie, famiglie anche con figli e piccoli gruppi di amici, di classe sociale media-alta, provenienti dalle grandi aree urbane italiane (in particolare Roma, Milano e Napoli) e dall'estero (U.S.A., Australia ...) interessati alla scoperta dei caratteri originali e delle tipicità di un territorio nella sua globalità.

Grande attenzione alla qualità dell'esperienza di soggiorno, ai suoi ritmi, all'originalità delle attività proposte, alla qualità delle relazioni con operatori e residenti. Apprezzano il racconto delle storie del territorio da testimoni autentici.

L'aspetto sportivo non è al centro della loro motivazione. Questo carattere, insieme alla varietà di classi di età interessate e di gruppi sociali coinvolti, ne fa un target group vario nelle esigenze. In particolare, è richiesta un'assistenza nell'organizzazione logistica e un vasto assortimento di servizi: trasporto bagagli, nolo delle biciclette, servizi di accompagnamento, visite guidate nei luoghi attraversati ...

Slow biker B2C - Obiettivi		
#	Obiettivi	Tipologia
1	Immagine della destinazione attrattiva per appassionati di bike	P
2	Immagine turistica della destinazione	P
3	Qualità esperienza di soggiorno	P
4	Qualità e sicurezza dell'esperienza dell'andare in bici	S
5	Organizzare il viaggio con efficacia ed efficienza	S

6.3.2 ATTRATTORI

PRODOTTO SLOW BIKER – SPECIFICHE ATTRATTORI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Selezione di percorsi “facili” di elevata qualità naturalistica e paesaggistica su strade a bassa intensità di traffico veicolare e su strade bianche con scorci panoramici segnalati 	<ul style="list-style-type: none"> Censire lo stato dell'arte dei percorsi potenzialmente attrattivi Segnaletica conforme al sistema regionale Messa in sicurezza Georeferenziazione dei percorsi Tracce GPS scaricabili Mappe ed altro materiale informativo Individuazione e segnalazione dei migliori punti panoramici 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Regione Umbria Club di prodotto Guide escursionistiche ambientali Associazioni sportive del settore bike 	4.1, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, 4.7, 4.8, 4.9 4.12, 2.1, 2.4, 2.6, 5.4, 5.5

PRODOTTO SLOW BIKER – SPECIFICHE ATTRATTORI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
2	<ul style="list-style-type: none"> Selezione di percorsi che intercettano attrattori culturali e artistici limitrofi ai percorsi 	<ul style="list-style-type: none"> Censire lo stato dell'arte dei percorsi potenzialmente attrattivi Selezionare gli attrattori culturali e artistici e creare contenuti informativi Segnaletica conforme al sistema regionale Messa in sicurezza Georeferenziazione dei percorsi Tracce GPS scaricabili Mappe ed altro materiale informativo Assicurare la possibilità di visita 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Regione Umbria Club di prodotto Guide escursionistiche ambientali Associazioni sportive del settore bike Proprietari e/o gestori degli attrattori 	4.2, 4.3, 4.4, 4.7, 4.8, 5.4, 5.5
3	<ul style="list-style-type: none"> Selezione di attrattori culturali e artistici da proporre per visite assistite (Basiliche, centro storico di Assisi ...) 	<ul style="list-style-type: none"> Proposta anche di modalità innovative ed esperienziali di visita 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Regione Umbria Club di prodotto Guide turistiche Proprietari e/o gestori degli attrattori 	2.2
4	<ul style="list-style-type: none"> Ciclovia Assisi-Spoleto 	<ul style="list-style-type: none"> Completamento in tempi programmati dell'infrastruttura Valutazione dell'opportunità di realizzare un centro di servizi di assistenza all'utente ad inizio/termine della ciclovia (bar, ristorante, spogliatoi docce, custodia e piccola manutenzione bici, nolo ...) 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi 	4.5, 3.3, 3.4

PRODOTTO SLOW BIKER – SPECIFICHE ATTRATTORI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
5	<ul style="list-style-type: none"> Via di Francesco Altri cammini storici e/o religiosi che coinvolgono Assisi 	<ul style="list-style-type: none"> Sostegno allo sviluppo dei diversi cammini Eventi od altre attività di uso ciclistico dei cammini 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Regione Umbria Sviluppumbria Consorzio La via di Francesco Ordini francescani Altri soggetti interessati 	4.6
6	<ul style="list-style-type: none"> Selezione di percorsi "facili" nell'area naturale del Monte Subasio 	<ul style="list-style-type: none"> Selezionare i percorsi potenzialmente attrattivi Segnaletica conforme al sistema regionale Messa in sicurezza Georeferenziazione dei percorsi Tracce GPS scaricabili Mappe ed altro materiale informativo Individuazione e segnalazione dei migliori punti panoramici 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Regione Umbria - ufficio Interventi per la realizzazione di infrastrutture per la mobilità ecologica Regione Umbria - Servizio turismo Svilupumbria Club di prodotto Associazioni bike locali 	2.1, 2.6, 5.4, 5.5
7	<ul style="list-style-type: none"> Prodotti tipici certificati Degustazione ed acquisto vini locali anche direttamente in cantina Degustazione di olio, formaggi ed altre produzioni agricole di pregio presso i luoghi di produzione 	<ul style="list-style-type: none"> Censimento produzioni certificate Coinvolgimento imprese agricole e relative associazioni Sviluppo marchio Denominazione comunale (De.Co) 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Imprese e associazioni di categoria del settore agricolo Strada dei Vini del Cantico Strada dell'olio Dop Umbria Imprese turistiche Club di prodotto 	3.6, 3.7

6.3.3 SERVIZI

PRODOTTO SLOW BIKER – SPECIFICHE SERVIZI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Servizio di gestione del sistema di segnalazione dei percorsi Servizio di gestione dello stato di percorribilità dei percorsi stradali e non 	<ul style="list-style-type: none"> Utilizzo delle modalità di segnalazione previste a livello regionale e/o nazionale Monitoraggio e manutenzione sistematica 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Associazioni locali attive nel settore bike Regione Umbria - ufficio Interventi per la realizzazione di infrastrutture per la mobilità ecologica 	4.12, 4.13, 4.14
2	<ul style="list-style-type: none"> Negozi e officine specializzate per il biker 	<ul style="list-style-type: none"> Convenzioni di collaborazione fra negozi e officine e strutture ricettive, club di prodotto, imprese agenziali ed altri soggetti interessati 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese turistiche Club di prodotto Guide escursionistiche ambientali 	4.17
3	<ul style="list-style-type: none"> Servizio di noleggio bici e attrezzature B2C e B2B 	<ul style="list-style-type: none"> Censimento operatori, tipologia di bici disponibili e loro quantità Valutazione opportunità di individuare locali di proprietà del Comune, possibilmente nelle vicinanze della stazione ferroviaria di S. Maria degli Angeli, per il noleggio B2C, a condizioni agevolate di locazione 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese turistiche Club di prodotto Guide escursionistiche ambientali Comune di Assisi 	4.18
4	<ul style="list-style-type: none"> Servizio di accompagnamento alla pratica ciclistica 	<ul style="list-style-type: none"> Almeno in lingua inglese Capacità di valorizzare il patrimonio culturale, naturale e le produzioni tipiche alimentari e dell'artigianato artistico e di tradizione 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese turistiche Club di prodotto Guide escursionistiche ambientali 	4.19

PRODOTTO SLOW BIKER – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
5	<ul style="list-style-type: none"> Servizio di trasporto bagagli da una località di tappa ad un'altra in caso di itinerari Servizio di trasporto per il ritorno da escursioni presso la struttura di soggiorno Servizio di recupero in caso di rottura della bicicletta durante un itinerario 	<ul style="list-style-type: none"> Censire e stimolare l'organizzazione imprenditoriale di tale servizio 	<ul style="list-style-type: none"> Club di prodotto Imprese turistiche Imprese agenziali 	4.20, 4.21, 4.22
6	<ul style="list-style-type: none"> Trasporto locale su gomma o ferroviario organizzato per il trasporto di bici a seguito Trasporto ferroviario per la destinazione bike friendly 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi come attivatore della richiesta 	<ul style="list-style-type: none"> Comune Assisi Regione Umbria Umbria mobilità Trenitalia 	4.23, 4.24
7	<ul style="list-style-type: none"> Servizi di assistenza e animazione per bambini a seguito e per adulti no biker 	<ul style="list-style-type: none"> Censire e stimolare l'organizzazione imprenditoriale di tale servizio 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese turistiche Club di prodotto Imprese agenziali 	3.5
8	<ul style="list-style-type: none"> Servizi specialistici di massaggio e trattamento spa per sportivi 	<ul style="list-style-type: none"> Censire e stimolare l'organizzazione imprenditoriale di tale servizio presso le strutture ricettive o in convenzione 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese turistiche Club di prodotto Imprese agenziali 	3.8

PRODOTTO SLOW BIKER – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
9	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi di accoglienza presso Ufficio di informazione turistico specializzato • Kit informativi specializzati • Mappe e schede tecniche dei percorsi selezionati 	<ul style="list-style-type: none"> • Formazione ad hoc del personale 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune di Assisi 	5.1, 5.2, 5.3, 5.5
10	<ul style="list-style-type: none"> • Contenuti per portale turistico territoriale e per i canali social focalizzati sull'esperienza della pratica ciclistica • Presenza web mirata sugli interessi informativi dei bikers 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestire pagine Facebook ed Instagram specializzate • Piano di comunicazione per ottimizzare la presenza su siti web e canali social specializzati • Favorire commenti e valutazioni da parte dei turisti bike sui social • Coordinamento e monitoraggio attività di social marketing 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune di Assisi • Imprese private • Club di prodotto • Associazioni di settore locali • Guide turistiche • Guide turistiche ambientali 	5.1, 5.3, 5.4, 5.6
11	<ul style="list-style-type: none"> • Strutture ricettive certificate come biker friendly 	<ul style="list-style-type: none"> • Censimento delle strutture ricettive del territorio partecipanti a Umbria & Bike, Bike in Umbria o altri club di prodotto specialistici • Analisi dei servizi bike friendly offerti 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune di Assisi 	3.1, 5.9
12	<ul style="list-style-type: none"> • Strutture ricettive e ristoranti con menù basati su prodotti tipici, ricette e vini del territorio 	<ul style="list-style-type: none"> • Selezione delle imprese con tali caratteristiche 	<ul style="list-style-type: none"> • Imprese ricettive • Club di prodotto • Imprese agenziali 	3.2

PRODOTTO SLOW BIKER – SPECIFICHE SERVIZI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
13	<ul style="list-style-type: none"> Siti di comparazione e prenotazione di strutture bike friendly 	<ul style="list-style-type: none"> Stimolare le recensioni focalizzate sull'esperienza bike da parte dei clienti 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese ricettive Club di prodotto Imprese agenziali 	5.7
14	<ul style="list-style-type: none"> Agenzie di viaggi, tour operator e DMC specializzati 	<ul style="list-style-type: none"> Censimento delle imprese agenziali locali/Umbre specializzate sul prodotto bike Censimento dei tour operator non locali specializzati sul bike e di quelle che offrono già Assisi Educational tour 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Imprese ricettive Club di prodotto 	5.8, 5.9, 5.10
15	<ul style="list-style-type: none"> Catalogo delle attività ed esperienze da offrire al turista bike direttamente collegate alla motivazione principale o accessorie alla stessa Piattaforma per la prenotazione a distanza ed in loco di attività bike e/o accessorie 	<ul style="list-style-type: none"> Individuazione della piattaforma di vendita più efficace 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Club di prodotto Imprese ricettive Imprese agenziali locali 	5.12

6.3.4 INFRASTRUTTURA

PRODOTTO SLOW BIKER – SPECIFICHE INFRASTRUTTURA				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Aree pedonali e ZTL Marciapiedi Altri interventi per assicurare la sicurezza del ciclista 	<ul style="list-style-type: none"> Analisi dei rischi dal punto di vista del ciclista dei percorsi urbani e di avvicinamento a ciclovie, percorsi stradali a bassa intensità veicolare ed altri percorsi Programmazione degli interventi 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Istituzioni responsabili per i diversi tipi di viabilità 	4.15, 4.16

6.3.5 IMMAGINE

PRODOTTO SLOW BIKER – SPECIFICHE IMMAGINE				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • San Francesco • Francescanesimo • Paesaggio e attrattori culturali • Centro Storico di Assisi • Luoghi della spiritualità francescana • Sito Unesco • Parco Monte Subasio • Colline e ambiente rurale • Enogastronomia • Via di Francesco • Ciclovía Assisi-Spoleto • Percorsi su strade a bassa intensità veicolare 	<ul style="list-style-type: none"> • Strategia per rafforzare l'immagine di destinazione slow amica dei turismi del pedalare • Piano di comunicazione mirato online e offline • Organizzazione di press tour mirati • Organizzazione di eventi • Creazione di contenuti narrativi e audiovisivi • Dare nomi evocativi ai percorsi • Piano di video storytelling (creazione di contenuti e gestione campagne social) • Gestione di pagine Facebook, Instagram ... • Monitoraggio della web reputation di Assisi per i turisti in bici 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune di Assisi in collaborazione con Club di prodotto, Sviluppumbria ed altri soggetti interessati 	1.1, 1.2, 4.10, 4.11, 4.1.2, 2.1, 2.2

6.4. PRODOTTO "MOUNTAIN BIKER" B2C

6.4.1 PROFILO

L'appassionato di mountain bike utilizza il tipo di bicicletta che è più adatta ai percorsi nella natura ed al tipo di disciplina tecnica preferita.

Piccoli gruppi, prevalentemente italiani, di norma auto-organizzati che apprezzano la rete sentieristica e stradale dell'area del Parco di Monte Subasio e il tracciato della Via di Francesco, come anche il vasto territorio collinare.

Attenti alla prestazione sportiva, alle difficoltà tecniche ed alla segnaletica e manutenzione dei tracciati. Apprezzano l'organizzazione di eventi e gare.

Il target group attira principalmente giovani e comunque adulti allenati che non ricercano viaggi organizzati preferendo il self packaging: individuato l'itinerario, gestiscono autonomamente il loro viaggio (programmazione delle tappe e delle attività molto elastica e grande uso di tecnologie quali il Gps).

La fascia di età è in estensione in ragione dell'affermarsi delle mountain bike a pedalata assistita.

Mountain biker B2C - Obiettivi		
#	Obiettivi	Tipologia
1	Immagine della destinazione attrattiva per appassionati di mountain bike	P
2	Qualità e sicurezza dell'esperienza dell'andare in bici	P
3	Qualità esperienza "sportiva"	P
4	Immagine turistica della destinazione	S
5	Qualità esperienza di soggiorno	S
6	Interagire efficientemente con attori del sistema di offerta locale	S

6.4.2 ATTRATTORI

PRODOTTO MOUNTAIN BIKER – SPECIFICHE ATTRATTORI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Selezione di percorsi nel Parco naturale del Monte Subasio, suddivisi per livelli di difficoltà tecnica Selezione di percorsi su strade bianche nelle aree rurali e collinari suddivisi per livelli di difficoltà tecnica Selezione di percorsi riservati ai mountain biker Percorsi segnalati e riservati per la pratica del downhill 	<ul style="list-style-type: none"> Selezionare i percorsi potenzialmente attrattivi Segnaletica conforme al sistema regionale Messa in sicurezza Collegamenti segnalati e protetti per l'avvicinamento ai percorsi per mountain bike Georeferenziazione dei percorsi Tracce GPS scaricabili Mappe ed altro materiale informativo 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Regione Umbria - ufficio Interventi per la realizzazione di infrastrutture per la mobilità ecologica Regione Umbria - Servizio turismo Sviluppumbria Club di prodotto Associazioni bike locali 	2.1, 2.2, 2.4, 2.5, 2.6, 2.7, 2.15, 2.16, 2.17, 3.1, 6.4, 6.5
2	<ul style="list-style-type: none"> Via di Francesco Altri cammini storici e/o religiosi che coinvolgono Assisi 	<ul style="list-style-type: none"> Sostegno allo sviluppo dei diversi cammini Eventi od altre attività di uso ciclistico dei cammini 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Regione Umbria Sviluppumbria Consorzio La via di Francesco Ordini francescani Altri soggetti interessati 	2.7

PRODOTTO MOUNTAIN BIKER – SPECIFICHE ATTRATTORI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
3	<ul style="list-style-type: none"> Collegamenti alla rete cicloturistica regionale e/o a itinerari bike nazionali ed europei dei percorsi presenti nel territorio 	<ul style="list-style-type: none"> Progettare snodi di collegamento (segnaletica, georeferenziazione dei percorsi di collegamento, messa in sicurezza) Uniformare segnaletica 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Regione Umbria 	2.8, 6.4, 6.5
4	<ul style="list-style-type: none"> Eventi non competitivi per appassionati della bici 	<ul style="list-style-type: none"> Stimolare e incentivare le associazioni di settore 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Club di prodotto Associazioni del settore bike 	2.11
5	<ul style="list-style-type: none"> Eventi agonistici 	<ul style="list-style-type: none"> Stimolare e incentivare le associazioni di settore Intercettare grandi eventi (Giro d'Italia, Tirreno-Adriatica ...) 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Club di prodotto Associazioni del settore bike 	3.2
6	<ul style="list-style-type: none"> Selezione di percorsi che intercettano attrattori culturali e artistici limitrofi ai percorsi 	<ul style="list-style-type: none"> Censire lo stato dell'arte dei percorsi potenzialmente attrattivi Selezionare gli attrattori culturali e artistici e creare contenuti informativi Segnaletica conforme al sistema regionale Messa in sicurezza Georeferenziazione dei percorsi Tracce GPS scaricabili Mappe ed altro materiale informativo Assicurare la possibilità di visita 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Regione Umbria Club di prodotto Guide escursionistiche ambientali Associazioni sportive del settore bike Proprietari e/o gestori degli attrattori 	2.3, 5.2, 6.4, 6.5

PRODOTTO MOUNTAIN BIKER – SPECIFICHE ATTRATTORI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
7	<ul style="list-style-type: none"> • Prodotti tipici certificati • Degustazione ed acquisto vini locali anche direttamente in cantina • Degustazione di olio, formaggi ed altre produzioni agricole di pregio presso i luoghi di produzione 	<ul style="list-style-type: none"> • Censimento produzioni certificate • Coinvolgimento imprese agricole e relative associazioni • Sviluppo marchio Denominazione comunale (De.Co) 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune di Assisi • Imprese e associazioni di categoria del settore agricolo • Strada dei Vini del Cantico • Strada dell'olio Dop Umbria • Imprese turistiche • Club di prodotto 	5.4, 5.5

6.4.3 SERVIZI

PRODOTTO MOUNTAIN BIKER – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • Servizio di gestione del sistema di segnalazione dei percorsi • Servizio di gestione dello stato di percorribilità dei percorsi 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizzo delle modalità di segnalazione previste a livello regionale e/o nazionale • Monitoraggio e manutenzione sistematica (buche, erba alta e arbusti, piccole frane ...) 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune di Assisi • Associazioni locali attive nel settore bike • Regione Umbria - ufficio Interventi per la realizzazione di infrastrutture per la mobilità ecologica 	2.11, 2.12, 2.14
2	<ul style="list-style-type: none"> • Negozi e officine specializzate per il biker 	<ul style="list-style-type: none"> • Convenzioni fra negozi e officine e strutture ricettive, club di prodotto, imprese agenziali ed altri soggetti interessati 	<ul style="list-style-type: none"> • Imprese turistiche • Club di prodotto • Guide escursionistiche ambientali 	2.18
3	<ul style="list-style-type: none"> • Servizio di accompagnamento alla pratica ciclistica 	<ul style="list-style-type: none"> • Almeno in lingua inglese • Capacità di valorizzare il patrimonio culturale, naturale e le produzioni tipiche alimentari e dell'artigianato artistico e di tradizione 	<ul style="list-style-type: none"> • Imprese turistiche • Club di prodotto • Guide escursionistiche ambientali 	2.20

PRODOTTO MOUNTAIN BIKER – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
4	<ul style="list-style-type: none"> Servizio di noleggio bici e attrezzature B2C e B2B 	<ul style="list-style-type: none"> Censimento operatori, tipologia di bici disponibili e loro quantità Valutazione opportunità di individuare locali di proprietà del Comune, possibilmente nelle vicinanze della stazione ferroviaria di S. Maria degli Angeli, per il noleggio B2C, a condizioni agevolate di locazione 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese turistiche Club di prodotto Guide escursionistiche ambientali Comune di Assisi 	2.19
5	<ul style="list-style-type: none"> Corsi di addestramento alle diverse pratiche sportive 		<ul style="list-style-type: none"> Associazioni sportive bike Club di prodotto Guide escursionistiche ambientali 	2.21
6	<ul style="list-style-type: none"> Servizio di accompagnamento alla pratica ciclistica 	<ul style="list-style-type: none"> Almeno in lingua inglese Capacità di valorizzare il patrimonio culturale, naturale e le produzioni tipiche alimentari e dell'artigianato artistico e di tradizione 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese turistiche Club di prodotto Guide escursionistiche ambientali 	2.20
7	<ul style="list-style-type: none"> Servizio di trasporto bagagli da una località di tappa ad un'altra in caso di itinerari Servizio di trasporto per il ritorno da escursioni presso la struttura di soggiorno Servizio di recupero in caso di rottura della bicicletta durante un itinerario 	<ul style="list-style-type: none"> Censire e stimolare l'organizzazione imprenditoriale di tale servizio 	<ul style="list-style-type: none"> Club di prodotto Imprese turistiche Imprese agenziali 	2.22, 2.23, 2.24

PRODOTTO MOUNTAIN BIKER – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
8	<ul style="list-style-type: none"> • Trasporto locale su gomma o ferroviario organizzato per il trasporto di bici a seguito • Trasporto ferroviario per la destinazione bike friendly 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune di Assisi come attivatore della richiesta 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune Assisi • Regione Umbria • Umbria mobilità • Trenitalia 	2.25, 2.26
9	Servizi di assistenza e animazione per bambini a seguito e per adulti no biker	<ul style="list-style-type: none"> - Censire e stimolare l'organizzazione imprenditoriale di tale servizio - Creazione di offerte per accompagnatori 	<ul style="list-style-type: none"> • Imprese turistiche • Club di prodotto • Imprese agenziali 	5.3
10	Servizi specialistici di massaggio e trattamento spa per sportivi	<ul style="list-style-type: none"> - Censire e stimolare l'organizzazione imprenditoriale di tale servizio presso le strutture ricettive o in convenzione 	<ul style="list-style-type: none"> • Imprese turistiche • Club di prodotto • Imprese agenziali 	5.8
11	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi di accoglienza presso Ufficio di informazione turistico specializzato • Kit informativi specializzati • Mappe e schede tecniche dei percorsi selezionati 	<ul style="list-style-type: none"> - Formazione ad hoc del personale 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune di Assisi 	6.1, 6.2, 6.3, 6.4, 6.5
12	<ul style="list-style-type: none"> • Contenuti per portale turistico territoriale e per i canali social focalizzati sull'esperienza della pratica della mountain bike • Presenza web mirata sugli interessi informativi dei mountain bikers 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestire pagine Facebook ed Instagram specializzate • Piano di comunicazione per ottimizzare la presenza su siti web e canali social specializzati • Favorire commenti e valutazioni da parte dei turisti bike sui social - Coordinamento e monitoraggio attività di social marketing 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune di Assisi • Imprese private • Club di prodotto • Associazioni di settore locali • Guide turistiche • Guide turistiche ambientali 	6.1, 6.3, 6.6

PRODOTTO MOUNTAIN BIKER – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
13	Strutture ricettive certificate come biker friendly	<ul style="list-style-type: none"> • Censimento delle strutture ricettive del territorio partecipanti a Umbria & Bike, Bike in Umbria o altri club di prodotto specialistici • Analisi dei servizi bike friendly offerti 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune di Assisi 	5.6, 6.7, 6.9
14	<ul style="list-style-type: none"> • Strutture ricettive e ristoranti con menù basati su prodotti tipici, ricette e vini del territorio 	<ul style="list-style-type: none"> • Selezione delle imprese con tali caratteristiche 	<ul style="list-style-type: none"> • Imprese ricettive • Club di prodotto • Imprese agenziali 	5.7
15	<ul style="list-style-type: none"> • Siti di comparazione e prenotazione di strutture bike friendly 	<ul style="list-style-type: none"> • Stimolare recensioni focalizzate sull'esperienza di mountain bike 	<ul style="list-style-type: none"> • Imprese ricettive • Club di prodotto • Imprese agenziali 	6.7
16	<ul style="list-style-type: none"> • Agenzie di viaggi, tour operator e DMC specializzati 	<ul style="list-style-type: none"> • Censimento delle imprese agenziali locali/Umbre specializzate sul prodotto bike • Censimento dei tour operator non locali specializzati sul bike e di quelle che offrono già Assisi • Organizzazione di educational tour 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune di Assisi • Imprese ricettive • Club di prodotto 	6.8, 6.9

PRODOTTO MOUNTAIN BIKER – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
17	<ul style="list-style-type: none"> Catalogo delle attività ed esperienze da offrire al turista bike direttamente collegate alla motivazione principale o accessorie alla stessa Piattaforma per la prenotazione a distanza ed in loco di attività bike e/o accessorie 	<ul style="list-style-type: none"> Individuazione della piattaforma di vendita più efficace 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Club di prodotto Imprese ricettive Imprese agenziali locali 	6.10, 6.11

6.4.4 INFRASTRUTTURA

PRODOTTO MOUNTAIN BIKER – SPECIFICHE INFRASTRUTTURA

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Aree pedonali e ZTL Marciapiedi Altri interventi per assicurare la sicurezza del ciclista 	<ul style="list-style-type: none"> Analisi dei rischi dal punto di vista del ciclista dei percorsi urbani e di avvicinamento a ciclovie, percorsi stradali a bassa intensità veicolare ed altri percorsi Programmazione degli interventi 	<ul style="list-style-type: none"> Comune di Assisi Istituzioni responsabili per i diversi tipi di viabilità 	2.17, 2.15, 2.16

6.4.5 SEGMENTO “MOUNTAIN BIKER” - IMMAGINE

PRODOTTO MOUNTAIN BIKER – SPECIFICHE IMMAGINE				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • Parco Monte Subasio • Colline e ambiente rurale • Via di Francesco • Paesaggio e attrattori culturali • Ambiente naturale 	<ul style="list-style-type: none"> • Strategia per rafforzare l’immagine di destinazione amica dei turismi del pedalare • Piano di comunicazione mirato online e offline • Organizzazione di press tour mirati • Organizzazione di eventi • Creazione di contenuti narrativi e audiovisivi • Dare nomi evocativi ai percorsi • Piano di video storytelling (creazione di contenuti e gestione campagne social) • Gestione di pagine Facebook, Instagram ... • Monitoraggio della web reputation di Assisi per i turismi in bici 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune di Assisi in collaborazione con Club di prodotto, Sviluppumbria ed altri soggetti interessati 	1.1, 1.2, 2.9, 2.10, 2.11
2	<ul style="list-style-type: none"> • San Francesco • Francescanesimo • Sito Unesco • Centro storico medioevale • Tutela natura • Enogastronomia 	<ul style="list-style-type: none"> • Strategia complessiva di comunicazione per gestire e migliorare l’immagine generale della destinazione 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune di Assisi • Regione Umbria – Servizio Turismo • Sviluppumbria • Altri soggetti locali interessati 	4.1, 4.2

6.5. PUNTI DI FORZA E DEBOLEZZA

La linea di prodotto TURISMI IN BICI presenta i punti di forza e di debolezza illustrati nella tabella seguente.

PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
<ul style="list-style-type: none"> • Presenza della Ciclovía Assisi-Spoleto • Parco naturale del Monte Subasio e territorio collinare ricchi di percorsi a livelli differenziati di difficoltà • Via di Francesco ed altri cammini storici e religiosi • Possibilità di integrazione delle infrastrutture ciclabili con la rete regionale e nazionale • Ricchezza di risorse storico-culturali e artistiche nell'Assisano e nei territori limitrofi • Presenza di un ricco patrimonio culturale "diffuso" facilmente raggiungibile lungo i percorsi • Presenza diffusa di risorse naturalistiche e paesaggistiche di elevato valore • Presenza di prodotti tipici di elevato pregio (vini, olio, tartufo, legumi, zafferano ...) • Presenza di punti di produzione di prodotti tipici in cui vedere e degustare le produzioni di qualità • Presenza diffusa di ristoranti di qualità • Sistema ricettivo capillarmente diffuso e tipologicamente differenziato • Presenza di strutture ricettive affiliate al consorzio tematico Umbria & Bike • Presenza di strutture ricettive affiliate alla rete "Umbria Bike Hotel" • Presenza di associazioni sportive attive nella promozione delle diverse attività bike • Buoni collegamenti stradali e ferroviari • Posizione centrale del territorio rispetto alla regione 	<ul style="list-style-type: none"> • Carezza di un sistema d'offerta locale organizzato per rispondere ai diversi turismi in bici • Difficoltà di attivare reti efficaci di collaborazione fra i diversi soggetti della filiera per la fornitura di servizi special interest per il turista in bici • Strutture ricettive "certificate" bike friendly non sempre realmente focalizzate sui bisogni del turista bike • Immagine dell'area associata al bike scarsamente identificabile (scarso posizionamento dell'area per il prodotto bike) • Limitata connessione dell'area con altri percorsi per il bike di valenza nazionale • Limitata intermodalità con trasporto ferroviario ed altri servizi di trasporto locale • Carente presenza sul web del territorio di riferimento alla linea di prodotto legata al bike • Eventi special interest per rafforzare la linea di prodotto • Commercializzazione prodotti turistici: collaborazione con tour operator incoming • Disponibilità di carte dei sentieri, guide escursionistiche e rilevamento dei sentieri per GPS

L'analisi realizzata nel Progetto evidenzia, ai fini della costruzione della linea di prodotto per il bike, notevoli potenzialità del territorio ma anche alcune criticità con cui confrontarsi:

- rafforzare l'immagine del territorio come "bike friendly" con azioni integrate a livello regionale che migliorino il posizionamento di Assisi e dell'intera regione come un territorio ideale per gli appassionati di bike;
- completare la ciclovia "Assisi Spoleto";
- mettere a valore il Parco naturale del Subasio con a sua rete di percorsi per mountain bike;
- assicurare manutenzione dei percorsi e della segnaletica attivando specifiche collaborazioni fra i diversi soggetti interessati;
- assicurare una crescente sicurezza dei percorsi proposti ai biker;
- creare un sistema informativo per il turista in bici e formare il personale dell'Ufficio turismo del Comune e gli addetti all'accoglienza delle strutture ricettive;
- garantire servizi di noleggio di bici sia al cliente B2B che B2C nelle tipologie richieste dai target group potenziali. In particolare, va assicurata la disponibilità di biciclette a pedalata assistita;
- favorire la presenza di professionisti locali specializzati nell'accompagnare ed assistere i clienti in esperienze di bike;
- stimolare la collaborazione su specifiche progettualità di prodotti per il biker fra i diversi soggetti del sistema di offerta bike;
- garantire la presenza di strutture ricettive con servizi bike friendly certificati;
- intervenire per migliorare l'accessibilità del territorio in treno ai biker, formulando con la società Trenitalia delle proposte che tendano a migliorare i servizi offerti per i cicloturisti con tariffe speciali;
- creare un coordinamento della linea di prodotto e delle relative politiche di prodotto e di promo-commercializzazione.

7. LINEA DI PRODOTTO “TURISMO CULTURALE”

7.1. INTRODUZIONE

La linea di prodotto “Turismo Culturale” nella sua articolazione complessiva, intende rispondere ai requisiti che caratterizzano il macrosegmento “Turismo Culturale” che profila i turisti che raggiungono il territorio di Assisi per visitare ed ammirare il ricco e variegato patrimonio culturale nelle sue diverse espressioni materiali ed immateriali.

Il turismo culturale rappresenta un segmento al suo interno fortemente differenziato, in cui possono essere ricompresi aspetti motivazionali e comportamentali dei turisti tra loro anche molto diversificati.

La profilazione realizzata nel presente lavoro ha individuato 8 segmenti B2C e 2 segmenti B2B che, per facilitare la lettura vengono elencati di seguito.

PROFILI B2C

4. **Turista culturale standard - gruppo;**
5. **Turista culturale standard - individuale;**
6. **Turista appassionato di storia e arte antica;**
7. **Turista appassionato di storia e arte medievale;**
8. **Turista appassionato di storia e arte religiosa;**
9. **Turista del “territorio”;**
10. **Turista degli eventi culturali;**
11. **Turista dei gruppi scolastici.**

PROFILI B2B

1. **Organizzazioni business generaliste e special interest;**
2. **Organizzazioni non profit special interest.**

A ciascun prodotto della linea in oggetto è dedicato uno specifico paragrafo. Sempre per facilitare la lettura si ripropongono, per ciascun paragrafo, le caratteristiche generali del profilo omonimo descritto in dettaglio nel *Portafoglio Profili Cliente*.

7.2. PRODOTTO “CULTURALE STANDARD - GRUPPO” B2C

7.2.1. PROFILO

E' il turista che visita in gruppo la destinazione Assisi per la notorietà legata alla figura di S. Francesco e del suo patrimonio artistico-religioso. Egli non presenta interesse per specifici attrattori, il suo obiettivo è la visita della città e delle sue attrazioni principali. E' un turismo che fa riferimento a strutture organizzative più o meno formalizzate quali tour operator nazionali ed internazionali,

agenzie di viaggi, associazioni culturali, ecc., connotandosi come un turismo “di massa” con comportamenti di consumo in gran parte standardizzati. Durante il suo soggiorno, in genere piuttosto breve (da 1 a 2 giorni) e concentrato in prevalenza nel periodo da marzo ad ottobre, non richiede servizi culturali molto specifici, se non limitati al servizio di guida turistica.

Il profilo individua 6 obiettivi di cui 3 classificabili come principali (P) e 3 come secondari (S).

Turista culturale standard di gruppo B2C - Obiettivi		
#	Obiettivi	Tipologia
1	Visita del patrimonio monumentale artistico – religioso più conosciuto	P
2	Visita del centro storico della città	P
3	Salvaguardare il rapporto qualità/prezzo	P
4	Visita dell’Assisi romana	S
5	Visitare una destinazione d’immagine qualificata	S
6	Fare esperienza delle tradizioni eno-gastronomiche locali	S

7.2.2. ATTRATTORI

PRODOTTO CULTURALE STANDARD GRUPPO - SPECIFICHE ATTRATTORI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • Basilica S. Francesco; • Basilica S. Maria degli Angeli; • S. Chiara 	<ul style="list-style-type: none"> • Orari di apertura ampi 	<ul style="list-style-type: none"> • Ordini religiosi • Comune Assisi 	1.1, 1.2, 1.3
2	<ul style="list-style-type: none"> • Cattedrale S. Rufino; • Museo diocesano 		<ul style="list-style-type: none"> • Diocesi 	1.1
3	<ul style="list-style-type: none"> • Centro storico (piazza del Comune e zone circostanti) 	<ul style="list-style-type: none"> • Problema di percorsi urbani con dislivelli altimetrici per visitatori con difficoltà motorie (anziani, persone con disabilità, famiglie con bambini) che deve essere affrontato 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune Assisi; • Fornitore di servizi di mobilità alternativa; • Fornitore di servizio taxi 	1

PRODOTTO CULTURALE STANDARD GRUPPO - SPECIFICHE ATTRATTORI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
4	<ul style="list-style-type: none"> Museo Foro romano; domus romane 	<ul style="list-style-type: none"> Orari di accesso alle domus più ampi 	<ul style="list-style-type: none"> Coopculture; Mibac; Diocesi 	4.1
5	<ul style="list-style-type: none"> Rocca Maggiore 	<ul style="list-style-type: none"> Favorire l'accessibilità del sito 	<ul style="list-style-type: none"> Comune Assisi; Mibac 	2.3
6	<ul style="list-style-type: none"> Patrimonio culturale diffuso 	<ul style="list-style-type: none"> Segnaletica turistica in versione bilingue 	<ul style="list-style-type: none"> Comune Assisi; Diocesi; Mibac; Ordini religiosi; 	2.3

7.2.3. SERVIZI

PRODOTTO CULTURALE STANDARD GRUPPO - SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Servizi di visita guidata 	<ul style="list-style-type: none"> Servizio in varie lingue: europee ed extra-europee (es. cinese) 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizio guida turistica; agenzie di viaggio 	1.4
1	<ul style="list-style-type: none"> Servizi ricettivi alberghieri di livello medio (3 Stelle) 	<ul style="list-style-type: none"> Offerta di servizi a prezzi contenuti; strutture di dimensioni adeguate per ospitare gruppi; strutture preferibilmente in posizione facilmente raggiungibile per bus 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitori servizi ricettivi 	3.1
2	<ul style="list-style-type: none"> Bar ed esercizi di ristoro 	<ul style="list-style-type: none"> Attenzione al rapporto qualità/prezzo, soprattutto per gli esercizi posizionati lungo le vie di principale transito per i gruppi 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese turistiche; imprese ristorative 	3.2

PRODOTTO CULTURALE STANDARD GRUPPO - SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
3	<ul style="list-style-type: none"> Ristorazione con menù e degustazione di prodotti tipici locali 	<ul style="list-style-type: none"> Proposte enogastronomiche strutturate con menù turistici predefiniti; attenzione al rapporto qualità/prezzo 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitori servizi ristorativi 	6.1
4	<ul style="list-style-type: none"> Offerta commerciale di prodotti tipici 	<ul style="list-style-type: none"> Proposte strutturate (packaging) per la vendita combinata di prodotti; Localizzazione degli esercizi commerciali lungo le principali direttrici del traffico turistico di massa 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese commerciali; imprese agricole; Associazioni di categoria; 	6.2
5	<ul style="list-style-type: none"> Offerta di souvenir caratteristici del luogo facilmente trasportabili e a prezzi contenuti 	<ul style="list-style-type: none"> Ampia gamma di offerta di souvenir per differenti capacità di spesa dei visitatori 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese commerciali; associazioni di categoria; artigiani 	3.4

7.2.4. INFRASTRUTTURA

PRODOTTO CULTURALE STANDARD GRUPPO - SPECIFICHE INFRASTRUTTURA

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Parcheggi bus efficienti 	<ul style="list-style-type: none"> Piazzole sosta adeguate per bus Spazi di manovra adeguati per bus Servizio navetta (auto elettriche ...) parcheggio-attrattore per persone con esigenze specifiche (disabili ...) 	<ul style="list-style-type: none"> Comune Assisi; impresa di gestione parcheggi 	1.5
2	<ul style="list-style-type: none"> Forme di mobilità alternativa per spostamenti nel centro storico 	<ul style="list-style-type: none"> Collegamento prioritario tra gli attrattori principali 	<ul style="list-style-type: none"> Comune Assisi; fornitore di servizi di mobilità alternativa 	2.2

PRODOTTO CULTURALE STANDARD GRUPPO - SPECIFICHE INFRASTRUTTURA

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
3	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi igienici pubblici 	<ul style="list-style-type: none"> • Presenza diffusa sul territorio; • Servizio efficiente e gratuito 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune Assisi; • Ordini religiosi; • Fornitori servizi pulizia 	3.3
4	<ul style="list-style-type: none"> • Spazi al coperto per sosta di gruppi di turisti 	<ul style="list-style-type: none"> • Spazi per consumo di pranzo al sacco posizionati in varie zone della città (parte alta, intermedia e parte bassa); • Spazi con funzione di riparo in caso di condizioni meteo avverse 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune Assisi 	Non previsto

7.2.5. IMMAGINE

PRODOTTO STANDARD GRUPPI - SPECIFICHE IMMAGINE

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • S. Francesco; • S. Chiara; • cicli pittorici di Giotto; • chiese e basiliche di varie epoche storiche; • Patrimonio Mondiale dell'Umanità UNESCO; • centro storico ben conservato; • attrattività elevata di turismo organizzato 	<ul style="list-style-type: none"> • Monitoraggio della web reputation 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune Assisi; • Ordini francescani; • Diocesi; • Mibac; • Fornitori servizi di agenzia di viaggio e tour operating; • Associazione Nazionale Beni Italiani Patrimonio Mondiale UNESCO 	5.1 5.3

7.3. PRODOTTO “CULTURALE STANDARD INDIVIDUALE” B2C

7.3.1. PROFILO

E' il turista che visita la destinazione Assisi per la sua notorietà legata alla figura di S. Francesco e del suo patrimonio artistico-religioso. Si sposta in genere con mezzo proprio, ricorrendo in numerosi casi a formule di auto-organizzazione della propria esperienza di visita tramite supporto del web. Il livello culturale medio-alto e la sua capacità di spesa abbastanza buona lo portano alla ricerca di un'esperienza di visita che oltre agli attrattori più noti include anche altre risorse della città, come ad esempio musei e mostre di carattere culturale. In numerosi casi inserisce nel suo viaggio anche la visita di altre località umbre situate a distanze facilmente raggiungibili da Assisi nell'arco della giornata (Perugia, Spello, Spoleto, Foligno, Bevagna, Cascata delle Marmore, ...).

Può essere di provenienza sia nazionale che estera; in quest'ultimo caso Assisi costituisce in genere una tappa di un tour più ampio multi-destinazione. Il periodo preferito per la visita sono i mesi da marzo ad ottobre, con un'interruzione significativa delle presenze nei mesi di luglio (in particolare per i nazionali) ed agosto.

La permanenza media è generalmente breve, di 1-2 giorni circa, in particolare per i turisti nazionali, mentre per gli stranieri tende a prolungarsi, anche se non di molto, considerando Assisi come tappa di un viaggio più ampio.

Questo tipo di turista presentando una motivazione culturale non particolarmente intensa e disponendo di un tempo limitato per la visita, non richiede in genere servizi *special interest*, limitandosi soltanto in alcuni casi alla visita guidata.

Il profilo individua 7 obiettivi di cui 2 classificabili come principali (P) e 5 come secondari (S).

Turista culturale standard - individuale B2C - Obiettivi		
#	Obiettivo	Tipologia
1	Visitare il patrimonio monumentale artistico – religioso più conosciuto	P
2	Visitare il centro storico della città	P
3	Visitare una destinazione d'immagine qualificata	S
4	Possibilità di auto-organizzare la propria esperienza di visita	S
5	Visitare l'Assisi romana	S
6	Fare esperienza delle tradizioni eno-gastronomiche locali	S
7	Visitare mostre di carattere culturale	S

7.3.2. ATTRATTORI

PRODOTTO CULTURALE STANDARD INDIVIDUALE - SPECIFICHE ATTRATTORI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • Basilica S. Francesco; • Basilica S. Maria degli Angeli; • S. Chiara; • S. Rufino 	<ul style="list-style-type: none"> • Orari di apertura al pubblico ampi 	<ul style="list-style-type: none"> • Ordini religiosi; • Diocesi; • Comune Assisi 	1.1 1.2 1.3
2	<ul style="list-style-type: none"> • Centro storico (piazza del Comune e zone circostanti) 	<ul style="list-style-type: none"> • Forme di mobilità alternativa per percorsi urbani con dislivelli altimetrici (per clienti con difficoltà motorie: anziani, persone con disabilità, famiglie con bambini); 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune; • Fornitore di servizi di mobilità alternativa 	2
1	<ul style="list-style-type: none"> • Museo Foro romano; • domus romane; • patrimonio romano diffuso 	<ul style="list-style-type: none"> • Orari di accesso alle domus romane più ampi 	<ul style="list-style-type: none"> • Mibac; • Comune Assisi; • Diocesi; • Coopculture 	5.1
2	<ul style="list-style-type: none"> • Patrimonio culturale diffuso 	<ul style="list-style-type: none"> • Segnaletica turistica bi-lingue; • Informazioni turistiche dettagliate 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune Assisi; • Ufficio IAT 	2.3
3	<ul style="list-style-type: none"> • Mostre ed esposizioni di carattere culturale 	<ul style="list-style-type: none"> • Programmazione a medio-lungo termine per favorire la vendita di pacchetti turistici 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune Assisi; • Associazioni culturali; • Mibac; • UNESCO 	7.1
4	<ul style="list-style-type: none"> • Rocca maggiore 	<ul style="list-style-type: none"> • Offerte esperienziali per valorizzare la rocca albornoziana, ad oggi uno dei musei più visitati della regione 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune Assisi; • Mibac; • Coopculture 	2

7.3.3. SERVIZI

PRODOTTO CULTURALE STANDARD INDIVIDUALE - SPECIFICHE SERVIZI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Guide turistiche 	<ul style="list-style-type: none"> Servizio in versione pluri- lingue (europee ed extra-europee) 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitori servizio guida turistica; agenzie di viaggio 	1.4
2	<ul style="list-style-type: none"> Dispositivi tecnologici a supporto della visita 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitura di audio-guide 	<ul style="list-style-type: none"> Ufficio IAT; Coopculture 	1.5
3	<ul style="list-style-type: none"> Formule per agevolare la visita del patrimonio culturale 	<ul style="list-style-type: none"> Assisi Card; network di soggetti pubblici e privati ampio ed articolato che aderisca alla card turistica 	<ul style="list-style-type: none"> Coopculture; Comune Assisi; associazione commercianti; fornitori servizi ricettivi e trasporti 	1.10
4	<ul style="list-style-type: none"> Informazioni per auto-organizzare l'esperienza di visita 	<ul style="list-style-type: none"> Informazioni organiche, affidabili e facilmente accessibili; Creazione e implementazione di contenuti su web per informazioni 	<ul style="list-style-type: none"> Comune Assisi; Ufficio IAT; Fornitori servizi turistici 	4.1
5	<ul style="list-style-type: none"> Informazioni on line e off line per una fruizione ampliata della città e del suo patrimonio culturale 	<ul style="list-style-type: none"> Informazioni chiare ed affidabili per un'utenza allargata on line e materiale cartaceo 	<ul style="list-style-type: none"> Comune Assisi; Esperti in turismo accessibile; Fornitori servizi turistici inerenti il prodotto; Ufficio IAT 	4.3
6	<ul style="list-style-type: none"> Recensioni on line su servizi e componenti di prodotto della destinazione 	<ul style="list-style-type: none"> Monitoraggio della web reputation delle componenti di prodotto e della destinazione nel suo complesso 	<ul style="list-style-type: none"> Comune Assisi; operatori privati fornitori di servizi vari 	4.2

PRODOTTO CULTURALE STANDARD INDIVIDUALE - SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
7	<ul style="list-style-type: none"> Itinerari tematici strutturati 	<ul style="list-style-type: none"> Itinerari con QR code "Assisi romana" e "Palazzi piazza del Comune"; Potenziare l'offerta di itinerari tematizzati con supporti tecnologici per la visita 	<ul style="list-style-type: none"> Comune Assisi; Ufficio IAT; Agenzie di viaggio; Fornitori servizi culturali 	5.2
8	<ul style="list-style-type: none"> Strutture ricettive alberghiere 	<ul style="list-style-type: none"> Livello qualitativo medio alto delle strutture alberghiere; Strutture alberghiere nel centro storico e fuori le mura 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese ricettive alberghiere 	2.4
9	<ul style="list-style-type: none"> Strutture ricettive extralberghiere 	<ul style="list-style-type: none"> Livello qualitativo medio-alto delle strutture extralberghiere; offerta di ricettività anche di tipo non convenzionale; strutture localizzate entro e fuori le mura urbane 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese ricettive extralberghiere; operatori ricettivi non organizzati in forma imprenditoriale; imprese agrituristiche 	2.4
10	<ul style="list-style-type: none"> Vendita di souvenir 	<ul style="list-style-type: none"> Attenzione al rapporto qualità/prezzo Souvenir legati ad aspetti caratteristici ed artigianali del territorio 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese commerciali; Imprese artigiane 	2.5
11	<ul style="list-style-type: none"> Ristorazione e degustazione di prodotti tipici locali 	<ul style="list-style-type: none"> Coinvolgimento di esercizi anche dislocati al di fuori della città; Raggiungibilità degli esercizi ristorativi; Localizzazione GPS agevole; Ristorazione qualificata; Menù turistici con prodotti tipici predefiniti 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese ristorative; imprese agricole 	6.1
12	<ul style="list-style-type: none"> Offerta commerciale di prodotti enogastronomici tipici locali 	<ul style="list-style-type: none"> Proposte strutturate (packaging) per la vendita combinata di prodotti tipici 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese commerciali; imprese agricole 	6.2

7.3.4. INFRASTRUTTURA

PRODOTTO STANDARD INDIVIDUALE - SPECIFICHE INFRASTRUTTURA				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • Parcheggi afferenti al centro storico 	<ul style="list-style-type: none"> • Dotazione di parcheggi con capienza elevata e servizi standard; • differenziazione delle tariffe per agevolare la permanenza nel centro storico 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune Assisi; • impresa di gestione parcheggi 	1.6
2	<ul style="list-style-type: none"> • Collegamento dei parcheggi con i punti nevralgici della città 	<ul style="list-style-type: none"> • Percorsi meccanizzati/mobilità alternativa di collegamento dei parcheggi con il centro storico 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune Assisi; • Fornitore di servizi di mobilità alternativa 	1.7
3	<ul style="list-style-type: none"> • Collegamento della ricettività periferica diffusa sul territorio con il centro 	<ul style="list-style-type: none"> • Collegamento pubblico di strutture agrituristiche ed altre tipologie dislocate nel territorio comunale con il centro storico 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune Assisi; • imprese agrituristiche ed altre tipologie; • Fornitore di servizi di trasporto 	1.8
4	<ul style="list-style-type: none"> • Collegamento strutturato della città con aeroporto S. Francesco 	<ul style="list-style-type: none"> • Servizio strutturato in relazione ai voli ed alle provenienze principali dei turisti ad Assisi 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune Assisi; • Fornitore di servizi di trasporto 	1.9
5	<ul style="list-style-type: none"> • Sistemi di mobilità alternativa per spostamenti nel centro storico 	<ul style="list-style-type: none"> • Navette di collegamento da centri intermodali al centro; • Altre forme di mobilità alternativa 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune Assisi; • Fornitore di servizi di mobilità alternativa 	2.2

7.3.5. IMMAGINE

PRODOTTO STANDARD INDIVIDUALE - SPECIFICHE IMMAGINE				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • S. Francesco; • S. Chiara; • cicli pittorici di Giotto; • chiese e basiliche di varie epoche storiche; • centro storico ben conservato; • forte attrattività di turismo nazionale ed internazionale; • Patrimonio Mondiale dell'Umanità UNESCO 	<ul style="list-style-type: none"> • Monitoraggio della web reputation • Organizzazione di eventi per mantenere una web reputation positiva; 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune Assisi; • Fornitori di servizi di organizzazione e eventi; • Ordini religiosi francescani 	<p>3.1 3.2</p>

7.4. PRODOTTO "STORIA E ARTE ANTICA" B2C

7.4.1. PROFILO

E' un turista che sceglie come obiettivo principale del viaggio la città di Assisi per la presenza di numerose testimonianze di epoca romana. Si tratta di un segmento di nicchia, numericamente limitato, costituito sia da turisti che mostrano un interesse generalizzato verso i reperti antichi, sia da un pubblico più specialistico di archeologi, studiosi ed appassionati di storia ed arte antica. L'elevato interesse per questo tipo di attrattori tra gli specialisti e gli appassionati può giustificare visite ripetute nel tempo, grazie anche alle nuove scoperte dovute a studi ed avanzati sistemi di ricerca. Questo tipo di visitatori la cui provenienza può essere sia nazionale che internazionale, si muove prevalentemente in maniera individuale o in piccoli gruppi facenti capo ad associazioni culturali (quali ad esempio Archeoclub, Club UNESCO, ecc.). Frequente è il ricorso all'autorganizzazione della propria visita attraverso gli strumenti di self packaging presenti nella Rete.

Durante la sua permanenza della durata media di 2-3 giorni, richiede oltre a servizi tradizionali per la fruizione del patrimonio culturale, anche servizi di carattere specialistico e supporti tecnologici avanzati (realtà virtuale, realtà aumentata). Egli apprezza inoltre la possibilità di vivere in loco un'esperienza multi-sensoriale, con approfondimenti e ricostruzioni di alcuni aspetti della cultura di epoca antica.

Il profilo individua 6 obiettivi di cui 2 classificabili come principali (P) e 4 come secondari (S).

	<i>PROGETTO DESTINAZIONE ASSISI CATALOGO PRODOTTI</i>	<i>R1 febbraio 2019</i>
---	---	-------------------------

Turista culturale appassionato di storia e arte antica B2C - Obiettivi		
#	Obiettivo	Tipologia
1	Visitare in maniera approfondita i resti dell'Assisi romana	P
2	Visitare il centro storico della città	P
3	Visitare il patrimonio monumentale artistico - religioso	S
4	Fare un'esperienza di carattere immersivo nella storia e la cultura antica del luogo	S
5	Fare esperienza delle tradizioni eno-gastronomiche	S
6	Visitare mostre e partecipare ad eventi tematici	S

7.4.2. ATTRATTORI

PRODOTTO STORIA ARTE ANTICA - SPECIFICHE ATTRATTORI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • Museo foro romano; • domus romane 	<ul style="list-style-type: none"> • Orari di apertura più ampi delle domus 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune Assisi; • Mibac; • Coopculture; • Diocesi 	1.1
2	<ul style="list-style-type: none"> • Resti anfiteatro; • Tempio di Minerva; • Museo diocesano; • Altri reperti di epoca romana diffusi nella città 	<ul style="list-style-type: none"> • Visita di reperti situati all'interno di strutture private (conventi, abitazioni, giardini, chiese, ristoranti, hotel) 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune Assisi; • Diocesi; • Ordini religiosi; • Operatori ricettivi; • Cittadini privati 	1.3
3	<ul style="list-style-type: none"> • Basilica S. Francesco; • altre chiese "maggiori" (più conosciute) 	<ul style="list-style-type: none"> • Orari ampi di apertura 	<ul style="list-style-type: none"> • Ordini religiosi; • Diocesi 	3
4	<ul style="list-style-type: none"> • Centro storico 	<ul style="list-style-type: none"> • Mobilità agevolata all'interno del centro storico; • Servizio di trasporto pubblico; • Servizi di mobilità alternativa; • Chiusura al traffico zona ZTL 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune Assisi; • Fornitori servizi di trasporto pubblico e privato 	
5	<ul style="list-style-type: none"> • Rocca maggiore 	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi per migliorare la raggiungibilità del sito 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune Assisi ; • Mibac; • Coopculture 	3

PRODOTTO STORIA ARTE ANTICA - SPECIFICHE ATTRATTORI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
6	<ul style="list-style-type: none"> • Reperti romani nei centri vicini (Spello, Bevagna, Spoleto) 	<ul style="list-style-type: none"> • Proposta congiunta del patrimonio di epoca romana di Assisi con quello di centri vicini; • Creazione di rapporti di collaborazione con i Comuni interessati 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune di Assisi; • altri Comuni interessati; • Mibac; • Ufficio IAT; • Agenzie di viaggi e tour operator 	Non previsto
7	<ul style="list-style-type: none"> • Mostre ed eventi tematici 	<ul style="list-style-type: none"> • Programmazione di medio-lungo periodo; • mostre ed eventi tematizzati di richiamo; • location di grande attrattività e suggestione per il tematismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune Assisi; • Associazioni culturali; • Mibac; • fornitori di servizi di promozione e comunicazione 	6.1 6.2

7.4.3. SERVIZI

PRODOTTO STORIA ARTE ANTICA - SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • Guide turistiche specializzate sul tematismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Servizio in versione pluri-lingue 	<ul style="list-style-type: none"> • Fornitori servizi di guida turistica 	1
2	<ul style="list-style-type: none"> • Visita di tipo esperienziale-emozionale 	<ul style="list-style-type: none"> • Offerte di tipo esperienziale legate alla storia e arte romana. Esempi: cena con menù tematizzato su pavimento di mosaici romani; servizio trattamento spa tra i resti anfiteatro, trekking urbano alla scoperta dei reperti romani nella città, 	<ul style="list-style-type: none"> • Fornitori di servizi ristorativi; • guide turistiche; • Comune Assisi; • fornitori di servizi di design di prodotto esperienziale; • privati cittadini; • Ordini religiosi 	4.1
3	<ul style="list-style-type: none"> • Informazioni on line e off line per la visita dei reperti di epoca romana 	<ul style="list-style-type: none"> • Informazioni on line per una fruizione allargata dei reperti; • materiale informativo cartaceo e on line aggiornato 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune Assisi; • Ufficio IAT; • Esperti di accessibilità 	2.4

PRODOTTO STORIA ARTE ANTICA - SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
4	<ul style="list-style-type: none"> Itinerari e percorsi di visita strutturati 	<ul style="list-style-type: none"> Itinerario "Assisi romana" con QR code; supporti tecnologici per la fruizione 	<ul style="list-style-type: none"> Comune Assisi; Ufficio IAT 	1.2
5	<ul style="list-style-type: none"> Formule per agevolare la visita del patrimonio culturale 	<ul style="list-style-type: none"> Assisi Card; network di soggetti pubblici e privati ampio ed articolato aderente alla card turistica 	<ul style="list-style-type: none"> Comune Assisi; Coopculture; Associazioni di categoria; operatori commerciali; fornitori servizi ricettivi; operatori settore trasporti pubblici e privati 	1.4
6	<ul style="list-style-type: none"> Attività laboratoriali-esperienziali 	<ul style="list-style-type: none"> Offerta per diverse fasce d'età, per studenti ed altri target 	<ul style="list-style-type: none"> Coopculture; fornitori di servizi culturali esperienziali 	4.2
7	<ul style="list-style-type: none"> Ricettività alberghiera 	<ul style="list-style-type: none"> Servizio di livello qualitativo adeguato (3-4-5 stelle); Strutture localizzate in città e fuori le mura urbane 	<ul style="list-style-type: none"> Imprenditori ricettività alberghiera 	2.2
8	<ul style="list-style-type: none"> Ricettività extralberghiera 	<ul style="list-style-type: none"> Ricettività anche di tipo non convenzionale di livello qualitativo adeguato; Strutture nel centro storico e fuori le mura 	<ul style="list-style-type: none"> Imprenditori ricettività extralberghiera; Imprenditori agrituristici; Operatori a carattere non imprenditoriale 	2.2
9	<ul style="list-style-type: none"> Ristoranti con cucina tipica locale 	<ul style="list-style-type: none"> Raggiungibilità degli esercizi ristorativi; Diffusione degli esercizi nel centro storico e in ambito rurale; Offerta di menù strutturati con prodotti tipici 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitori di servizi di ristorazione tipica locale; Imprese settore agricolo 	5.1

PRODOTTO STORIA ARTE ANTICA - SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
10	<ul style="list-style-type: none"> Negozi e punti per degustazione e vendita di prodotti enogastronomici locali 	<ul style="list-style-type: none"> Salvaguardia del rapporto qualità/prezzo; Localizzazione GPS agevole; Proposte strutturate (packaging) per la vendita combinata di prodotti tipici 	<ul style="list-style-type: none"> Operatori del commercio; Associazioni di categoria settore agricolo; Cantine e imprenditori agricoli 	5.2

7.4.4. INFRASTRUTTURA

PRODOTTO STORIA ARTE ANTICA - SPECIFICHE INFRASTRUTTURA

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Parcheggi afferenti al centro storico 	<ul style="list-style-type: none"> Percorsi meccanizzati e mobilità alternativa di collegamento 	<ul style="list-style-type: none"> Comune Assisi; fornitori di servizi di mobilità alternativa 	1.5
2	Servizi complementari ai parcheggi	<ul style="list-style-type: none"> Servizi igienici standard e per persone con esigenze specifiche; Fasciatoi; Punti ricarica dispositivi elettronici (smartphone, tablet, ...) 	<ul style="list-style-type: none"> Comune Assisi; Fornitore servizi parcheggio; fornitori servizi pertinenti 	1

9.4.5. IMMAGINE

PRODOTTO STORIA ARTE ANTICA - SPECIFICHE IMMAGINE

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Tempio di Minerva; Foro romano; Domus romane; Affreschi d'epoca romana; Properzio; pavimentazione a mosaico; cisterne romane; resti anfiteatro; terme romane 	Individuare opportunità associate al segmento	<ul style="list-style-type: none"> Comune Assisi; Mibac; Diocesi; Ordini religiosi; cittadini privati; 	

7.5. PRODOTTO “STORIA E ARTE MEDIOEVALE” B2C

7.5.1. PROFILO

E' un turista attratto dalla ricchezza ed unicità del patrimonio culturale di Assisi, in particolare quello di epoca medioevale, che connota in maniera determinante l'immagine della città. Egli apprezza oltre la visita del patrimonio artistico e monumentale anche la possibilità di soggiornare e vivere l'atmosfera di un centro storico medioevale ben conservato, connotato da un elevato grado di integrità strutturale e visiva. La motivazione focalizzata in particolare sul periodo storico medioevale porta il turista a privilegiare il soggiorno in strutture ricettive situate nel centro storico, apprezzando la possibilità di relazione con la popolazione locale e di partecipazione ad eventi folcloristici e tematizzati. Il livello culturale elevato di questo tipo di turista e la specificità dell'interesse lo porta generalmente ad organizzare la propria esperienza di visita in maniera individuale, secondo un approccio di *self packaging*. Il modello organizzativo adottato tende ad avvalersi del supporto informativo su web, soprattutto ex ante, ma una volta sul posto il turista può modificare ed arricchire la sua esperienza con un certo grado di flessibilità.

La permanenza media ad Assisi di questo segmento numericamente limitato, è di circa 2-3 notti.

Il profilo individua 5 obiettivi di cui 2 classificabili come principali (P) e 3 come secondari (S).

Turista culturale appassionato di storia e arte medioevale B2C - Obiettivi		
#	Obiettivo	Tipologia
1	Visita approfondita del patrimonio civile e religioso di epoca medioevale	P
2	“Vivere” Assisi in epoca medioevale	P
3	Visitare l'Assisi romana	S
4	Fare esperienza delle tradizioni eno-gastronomiche	S
5	Partecipare ad eventi tematici/mostre	S

7.5.2. ATTRATTORI

PRODOTTO STORIA E ARTE MEDIOEVALE – SPECIFICHE ATTRATTORI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Centro storico e sua struttura urbanistica medioevale 	<ul style="list-style-type: none"> Elevato livello di qualità del centro storico 	<ul style="list-style-type: none"> Comune Assisi 	1.1 2.1
2	<ul style="list-style-type: none"> Rocca Maggiore 	<ul style="list-style-type: none"> Favorire l'accessibilità 	<ul style="list-style-type: none"> Comune Assisi; Fornitore di servizi di trasporto 	1.1

PRODOTTO STORIA E ARTE MEDIOEVALE – SPECIFICHE ATTRATTORI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
3	<ul style="list-style-type: none"> Basilica S. Francesco e altre chiese di epoca medioevale 	<ul style="list-style-type: none"> Orari ampi di apertura 	<ul style="list-style-type: none"> Ordini religiosi; Diocesi 	1.2
4	<ul style="list-style-type: none"> Museo foro romano; Domus romane 	<ul style="list-style-type: none"> Orario di apertura domus romane più ampio 	<ul style="list-style-type: none"> Comune Assisi; Fornitore servizi di guida turistica; Diocesi 	3.1
5	<ul style="list-style-type: none"> Eventi folcloristici con richiamo al periodo medioevale (Calendimaggio) 	<ul style="list-style-type: none"> Partecipazione attiva nella realizzazione delle scenografie della festa; Spettacoli del Calendimaggio ripetuti durante l'anno 	<ul style="list-style-type: none"> Pro loco; Ente Calendimaggio; Comune Assisi; Ufficio IAT; Fornitore servizi di organizzazione eventi 	2.5
6	<ul style="list-style-type: none"> Castelli circostanti la città 	<ul style="list-style-type: none"> Informazioni sui castelli del territorio assisano; Itinerari per la visita di castelli e rocche 	<ul style="list-style-type: none"> Comune Assisi; Pro-loco; Ufficio IAT 	
7	<ul style="list-style-type: none"> Sagre di prodotti tipici locali 	<ul style="list-style-type: none"> Informazioni dettagliate (calendario) delle sagre e del loro legame con la storia e la cultura locale 	<ul style="list-style-type: none"> Comune; Pro-loco 	4.3

7.5.3. SERVIZI

PRODOTTO STORIA E ARTE MEDIOEVALE – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Guide turistiche specializzate sul tema 	<ul style="list-style-type: none"> Servizio in versione plurilingue 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitori servizio guida turistica 	1.3
2	<ul style="list-style-type: none"> Informazioni on line e off line per percorsi e collegamenti con monumenti e centro storico 	<ul style="list-style-type: none"> Servizi di mobilità alternativa; Chiusura traffico zona ZTL; Mappe cartacee aggiornate con evidenziazione percorsi; Pagine web dedicate su portale turistico territoriale 	<ul style="list-style-type: none"> Ufficio IAT; Fornitori di servizi di mobilità alternativa 	1.8

PRODOTTO STORIA E ARTE MEDIOEVALE – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
3	<ul style="list-style-type: none"> • Informazioni on line e off line per una fruizione ampliata della città e del suo patrimonio culturale 	<ul style="list-style-type: none"> • Informazioni dettagliate ed efficienti per il turismo per tutti 	<ul style="list-style-type: none"> • Ufficio IAT; • Enti specializzati in accessibilità; • Portale turistico Comune 	1.7
4	<ul style="list-style-type: none"> • Offerta di momenti esperienziali 	<ul style="list-style-type: none"> • Offerta di servizi diversificata per interessi specifici del target di domanda 	<ul style="list-style-type: none"> • Agenzie di viaggio; • Fornitori di servizi di intrattenimento tematizzati; • Fornitori di servizi ricettivi; • Fornitori di servizi ristorativi; • Privati cittadini; • Coopculture 	2.8
5	<ul style="list-style-type: none"> • Eventi culturali in location di epoca medioevale 	<ul style="list-style-type: none"> • Data base per prenotazione sale ed altre location di epoca medioevale per eventi con evidenza delle tariffe 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune Assisi; • Fornitori di servizi di organizzazione di eventi 	5.2
6	<ul style="list-style-type: none"> • Mostre di richiamo sul tema 	<ul style="list-style-type: none"> • Programmazione di medio-lungo termine 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune Assisi; • Associazioni culturali; • Fornitori di servizi di organizzazione di mostre 	5.3
7	<ul style="list-style-type: none"> • Ricettività alberghiera 	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi di livello qualitativo adeguato (medio – alto); • Strutture localizzate nel centro storico 	<ul style="list-style-type: none"> • Fornitori di servizi di ricettività alberghiera 	2.2
8	<ul style="list-style-type: none"> • Ricettività extralberghiera 	<ul style="list-style-type: none"> • Sistemazioni di tipo B&B e residenze private nel centro storico; • Strutture di livello qualitativo adeguato 	<ul style="list-style-type: none"> • Fornitori di servizi di ricettività extralberghiera anche non convenzionali 	2.2

PRODOTTO STORIA E ARTE MEDIOEVALE – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
9	<ul style="list-style-type: none"> Ricettività in residenze d'epoca e dimore storiche 	<ul style="list-style-type: none"> Standard qualitativi di livello medio-alto 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitori di servizi di ricettività 	2.2
10	<ul style="list-style-type: none"> Servizi ristorativi con cucina tipica e prodotti enogastronomici locali 	<ul style="list-style-type: none"> Ristorazione qualificata; Offerta ristorativa tematizzata con proposte strutturate; Ampia gamma d'offerta per tipologia d'esercizio; Diffusione degli esercizi nel centro storico 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitori di servizi ristorativi; Imprese agricole 	4.1
11	<ul style="list-style-type: none"> Punti degustazione e vendita di prodotti tipici enogastronomia locale 	<ul style="list-style-type: none"> Raggiungibilità degli esercizi e localizzazione GPS agevole; Proposte strutturate (packaging) per la vendita combinata di prodotti tipici 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitori servizi GPS; Imprese agricole; Imprese di vendita prodotti tipici; Associazioni di categoria settore agricolo 	4.2

7.5.4. INFRASTRUTTURA

PRODOTTO STORIA E ARTE MEDIOEVALE – SPECIFICHE INFRASTRUTTURA

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Parcheggi afferenti al centro storico 	<ul style="list-style-type: none"> Parcheggi auto standard; Tariffe differenziate per favorire la permanenza del turista nel centro storico; Sistemi di mobilità alternativa per collegamento centro storico 	<ul style="list-style-type: none"> Comune Assisi; Fornitori di servizi di parcheggio; Fornitore servizi mobilità alternativa 	1.5
2	<ul style="list-style-type: none"> Rapporti dei turisti con la popolazione locale 	<ul style="list-style-type: none"> Azioni di sensibilizzazione della popolazione locale per migliorare l'accoglienza del visitatore; Comportamenti educati e ragionevolmente tolleranti verso i turisti 	<ul style="list-style-type: none"> Popolazione residente; Associazioni culturali; Comune Assisi 	2.5

7.5.5. IMMAGINE

PRODOTTO STORIA E ARTE MEDIOEVALE – SPECIFICHE IMMAGINE				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • Arte romanica; • Arte gotica; • Affreschi di Giotto; • S. Francesco; • S. Chiara; • Marchio UNESCO; • Rocca albornoziana; • Atmosfera medioevale; • Tranquillità; • Vicoli tortuosi; • Qualità della vita; • Festa in costume medioevale, folklore; • Menestrello; • Musiche medioevali 	Individuare opportunità associate al segmento	<ul style="list-style-type: none"> • Ordini francescani; • Mibac; UNESCO; • Comune Assisi; • Fornitori servizi ricreativi e di animazione; • Ente Calendimaggio; • Pro-loco; • Diocesi 	Implicito

7.6. PRODOTTO “STORIA E ARTE RELIGIOSA” B2C

7.6.1. PROFILO

E' il turista che sceglie Assisi principalmente per visitare il ricco patrimonio di opere d'arte a carattere religioso risalente alle varie epoche storiche conservato in chiese e musei pubblici e privati. Questo segmento di visitatori numericamente limitato, si muove in piccoli gruppi o individualmente, ha una permanenza in media di 2-3 giorni e ricerca servizi specialistici connessi al suo interesse prevalente. Di provenienza sia nazionale che internazionale questo turista è di età medio-alta ed ha un livello culturale elevato; egli ricerca servizi *special interest*, quali ad esempio guide specializzate sull'arte religiosa, meglio se rappresentanti di ordini religiosi, al fine di ottenere prestazioni di livello qualitativo elevato.

Il profilo individua 6 obiettivi di cui 1 classificabile come principale (P) e 5 come secondari (S).

Turista culturale appassionato di storia e arte religiosa B2C - Obiettivi

#	Obiettivo	Tipologia
1	Visitare in modo approfondito il patrimonio artistico - religioso	P
2	Visitare una destinazione d'immagine qualificata	S
3	Fare un'esperienza culturale di tipo immersivo	S
4	Visitare il centro storico della città	S
5	Fare esperienza delle tradizioni eno-gastronomiche	S
6	Partecipare ad eventi sul tema/mostre	S

7.6.2. ATTRATTORI

PRODOTTO STORIA E ARTE RELIGIOSA– SPECIFICHE ATTRATTORI

#	Componente	Note	Responsabili	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • Basilica S. Francesco; • Museo del tesoro e Collezione Perkins; 	<ul style="list-style-type: none"> • Orari di apertura ampi; • Musei Ecclesiastici Umbri 	<ul style="list-style-type: none"> • Ordini religiosi; • Diocesi 	1.1
2	<ul style="list-style-type: none"> • Galleria d'arte contemporanea 	<ul style="list-style-type: none"> • Orari di apertura ampi • Musei Ecclesiastici Umbri 	<ul style="list-style-type: none"> • Pro Civitate Christiana 	1
3	<ul style="list-style-type: none"> • Basilica S. Maria degli Angeli; • Museo della Porziunca 	<ul style="list-style-type: none"> • Musei Ecclesiastici Umbri 	<ul style="list-style-type: none"> • Ordini religiosi 	1
4	<ul style="list-style-type: none"> • Museo diocesano; 		<ul style="list-style-type: none"> • Diocesi 	1
5	<ul style="list-style-type: none"> • Altre chiese francescane e non 		<ul style="list-style-type: none"> • Ordini francescani; • Diocesi; • Mibac 	
6	<ul style="list-style-type: none"> • Famiglie religiose francescane ed altri ordini 		<ul style="list-style-type: none"> • Ordini religiosi 	1.3
7	<ul style="list-style-type: none"> • Museo foro romano; • Domus romane 	<ul style="list-style-type: none"> • Orari di apertura domus più ampi 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune Assisi; • Coopculture; • Diocesi; • Mibac 	4
8	<ul style="list-style-type: none"> • Centro storico 	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi di mobilità alternativa all'interno del centro storico 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune Assisi; • Fornitori servizi mobilità 	4.2

PRODOTTO STORIA E ARTE RELIGIOSA– SPECIFICHE ATTRATTORI

#	Componente	Note	Responsabili	Requisito
9	<ul style="list-style-type: none"> • Eventi/mostre per esperti e studiosi di arte sacra 	<ul style="list-style-type: none"> • Programmazione di medio-lungo termine; • Calendarizzazione eventi nei periodi di bassa stagione 	<ul style="list-style-type: none"> • Organizzatori di eventi e mostre sul tema 	6.1 6.2
10	<ul style="list-style-type: none"> • Sagre di prodotti tipici locali 	<ul style="list-style-type: none"> • Informazioni dettagliate (calendario) delle sagre e del loro legame con la storia e la cultura locale 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune Assisi; • Associazioni culturali; • pro-loco 	5.3

7.6.3. SERVIZI

PRODOTTO STORIA E ARTE RELIGIOSA– SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • Guide turistiche specializzate sul tema 	<ul style="list-style-type: none"> • Servizio di guida di esponenti del clero e/o ordini religiosi 	<ul style="list-style-type: none"> • fornitori servizio guida turistica; • clero e ordini religiosi 	1.5
2	<ul style="list-style-type: none"> • Informazioni on line e off line per la fruizione del patrimonio artistico religioso 	<ul style="list-style-type: none"> • Pagine web specifiche sul tema su portale turistico comunale 	<ul style="list-style-type: none"> • Diocesi; • Ordini religiosi; • Agenzie di viaggio; • Comune Assisi 	1.6
3	<ul style="list-style-type: none"> • Corsi per sperimentare/perfezionare la tecnica del restauro di opere d'arte 	<ul style="list-style-type: none"> • Visita di tipo esperienziale; • livelli diversi di approfondimento del corso 	<ul style="list-style-type: none"> • Esperti di tecniche di restauro opere d'arte; • Fornitori di servizi di product design; • Agenzie di viaggio 	3.3. 3.2
4	<ul style="list-style-type: none"> • Corsi per sperimentare/perfezionare la tecnica dell'affresco 	<ul style="list-style-type: none"> • Visita di tipo esperienziale; • Livelli diversi di approfondimento del corso 	<ul style="list-style-type: none"> • Esperti in tecnica dell'affresco; • Agenzie di viaggio; • Fornitori di servizi di product design; 	3.4, 3.2
5	<ul style="list-style-type: none"> • Ricettività alberghiera ed extralberghiera 	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi ricettivi diversificati di livello medio-alto 	<ul style="list-style-type: none"> • Fornitori di servizi ricettivi alberghieri e extralberghieri 	

PRODOTTO STORIA E ARTE RELIGIOSA– SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
6	<ul style="list-style-type: none"> Ricettività in strutture di tipo religioso 	<ul style="list-style-type: none"> Ricettività in conventi, case religiose di ospitalità 	<ul style="list-style-type: none"> Ordini religiosi 	3.1
7	<ul style="list-style-type: none"> Ristoranti con offerta di prodotti e cucina tipica locale 	<ul style="list-style-type: none"> Esercizi nel centro storico e nel territorio; Localizzazione georeferenziata; Menù turistici predefiniti 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitori servizi ristorativi Associazione categoria imprese agricole 	5.1
8	<ul style="list-style-type: none"> Aziende ed esercizi commerciali per degustazioni e vendita prodotti tipici locali 	<ul style="list-style-type: none"> Diffusione capillare sul territorio; Localizzazione georeferenziata; Standard qualitativi elevati; Proposte strutturate (packaging) per la vendita combinata di prodotti tipici 	<ul style="list-style-type: none"> Cantine ed imprenditori agricoli; Associazioni di categoria settore agricolo; Imprenditori commerciali 	5.2

7.6.4. INFRASTRUTTURA

PRODOTTO STORIA E ARTE RELIGIOSA– SPECIFICHE INFRASTRUTTURA

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Parcheggi afferenti al centro storico con percorsi meccanizzati di collegamento 	<ul style="list-style-type: none"> Tariffe differenziate per agevolare la permanenza dei turisti nel centro storico; Servizi di mobilità alternativa; Chiusura al traffico zona ZTL 	<ul style="list-style-type: none"> Comune Assisi; Fornitore servizi parcheggio; Fornitore servizi mobilità 	4.1, 4.3
2	<ul style="list-style-type: none"> Collegamento attrattori religiosi periferici 	<ul style="list-style-type: none"> Servizio trasporto pubblico per S. Damiano; Eremo delle Carceri, Santuario Rivortorto 	<ul style="list-style-type: none"> Comune Assisi; Fornitori di servizi di trasporto 	Implicito

7.6.5. IMMAGINE

PRODOTTO STORIA E ARTE RELIGIOSA– SPECIFICHE IMMAGINE				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • Cicli pittorici giotteschi; • Basilica S. Francesco; • Galleria d'arte contemporanea; • Cittadella Christiana • Crocifissione; • Museo diocesano; • Restauro • Marchio UNESCO 	Individuare opportunità associate al segmento	<ul style="list-style-type: none"> • Ordini religiosi; • Mibac; • Pro-Civitate; • Diocesi; 	2.2, 2.1

7.7. PRODOTTO “CULTURAE DEL TERRITORIO” B2C

7.7.1. PROFILO

E' un turista che sceglie come destinazione i centri d'arte minori, in cui ricerca esperienze diverse sul territorio, che vanno dalla visita a musei e monumenti, all'enogastronomia e artigianato, al parco naturale alle feste folcloristiche. Il modello di fruizione del territorio di tipo slow porta questo visitatore a privilegiare il pernottamento in strutture ricettive collocate in ambito rurale come agriturismi, ville private, dimore storiche, o all'interno del centro storico in strutture alberghiere tradizionali ed extralberghiere, quali B&B, gestite anche in modo non imprenditoriale.

Si sposta individualmente o in piccoli gruppi, è particolarmente attento ai temi della sostenibilità ed autenticità del contesto ambientale culturale e naturalistico con cui ama entrare in contatto.

La sua permanenza sul territorio è in media di 2-5 giorni, durante i quali tende a muoversi visitando anche il contesto circostante, facendo esperienza delle tradizioni e produzioni enogastronomiche locali. Tra i servizi richiesti presta una particolare attenzione alle modalità di trasporto slow, preferendo metodi alternativi come la biciletta, la passeggiata a piedi o a cavallo.

Questo tipo di turista di età medio-alta mediamente soggiorna nel territorio per periodi di 2-5 giorni, con una tendenza all'acquisto di prodotti enogastronomici ed artigianali abbastanza elevata.

Il profilo individua 7 obiettivi di cui 4 classificabili come principali (P) e 3 come secondari (S).

Turista culturale “del territorio” B2C- Obiettivi		
#	Obiettivo	Tipologia
1	Visitare il patrimonio monumentale artistico – religioso più conosciuto	P
2	“Vivere” in un centro storico medioevale	P
3	Fare esperienza delle tradizioni eno-gastronomiche	P
4	Partecipare a feste folcloristiche e religiose di Assisi (e territorio circostante)	P
5	Visitare l’Assisi romana	S
6	Visitare una destinazione d’immagine qualificata	S
7	Visitare il territorio nelle vicinanze della città	S

7.7.2. ATTRATTORI

PRODOTTO CULTURA DEL TERRITORIO - SPECIFICHE ATTRATTORI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Patrimonio artistico e religioso più conosciuto 	<ul style="list-style-type: none"> Orari di apertura chiese ampi 	<ul style="list-style-type: none"> Ordini religiosi; Comune Assisi 	1.1
2	<ul style="list-style-type: none"> Museo foro romano; Domus romane 	<ul style="list-style-type: none"> Orari di apertura domus più ampi 	<ul style="list-style-type: none"> Comune Assisi; Coopculture; Ufficio IAT 	5
3	<ul style="list-style-type: none"> Castelli di Assisi 	<ul style="list-style-type: none"> Informazioni sui castelli nei dintorni di Assisi 	<ul style="list-style-type: none"> Pro-loco; Comune Assisi; Ufficio IAT 	7.1
4	<ul style="list-style-type: none"> Bosco di S. Francesco 		<ul style="list-style-type: none"> FAI; Ufficio IAT 	Implicito
5	<ul style="list-style-type: none"> Parco Monte Subasio 	<ul style="list-style-type: none"> Percorsi segnalati e georeferenziati per escursioni a piedi, in bicicletta o a cavallo; Manutenzione rete sentieristica 	<ul style="list-style-type: none"> Agenzia Forestale regionale; Comune Assisi ed altri enti locali coinvolti 	Implicito
6	<ul style="list-style-type: none"> Centri “minori” nelle vicinanze di Assisi 	<ul style="list-style-type: none"> Rapporti con altri comuni quali Spello, Bevagna, Foligno,... per proposte congiunte 	<ul style="list-style-type: none"> Comune Assisi; Enti locali territoriali 	7.1

PRODOTTO CULTURA DEL TERRITORIO - SPECIFICHE ATTRATTORI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
7	<ul style="list-style-type: none"> Feste religiose: S. Francesco, Perdono, S. Antonio 	<ul style="list-style-type: none"> Narrazione e documentazione di tradizioni e usanze legate alle feste (es. piatto S. Antonio) 	<ul style="list-style-type: none"> Ordini religiosi; Pro-loco; Associazioni culturali 	4.3
8	<ul style="list-style-type: none"> Feste folcloristiche: Calendimaggio 	<ul style="list-style-type: none"> Coinvolgimento maggiore del turista durante l'evento 	<ul style="list-style-type: none"> Ente Calendimaggio; Fornitori di servizi di animazione 	4.1
9	<ul style="list-style-type: none"> Sagre di prodotti tipici locali 	<ul style="list-style-type: none"> Informazioni dettagliate (calendario) delle sagre e del loro legame con la storia e la cultura locale 	<ul style="list-style-type: none"> Strada dei vini del Cantico; Strada dell'Olio; Pro loco 	3.3
10	<ul style="list-style-type: none"> Offerta commerciale di prodotti tipici locali 	<ul style="list-style-type: none"> Offerta di prodotti di qualità; Proposte strutturate per la vendita combinata di prodotti tipici 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese commerciali; Imprese agricole 	3.2
11	<ul style="list-style-type: none"> Ristoranti con offerta di prodotti e cucina tipica locale 	<ul style="list-style-type: none"> Offerta capillare sul territorio; Menù turistici predefiniti 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitori servizi ristorativi; Imprese agricole 	3.1
12	<ul style="list-style-type: none"> Artigianato tipico locale 	<ul style="list-style-type: none"> Gamma di offerta differenziata di prodotti dell'artigianato locale per differenti capacità di spesa; Marchio di qualità per botteghe artigiane nel centro storico; Offerta di attività esperienziali laboratoriali nelle botteghe artigiane di Assisi 	<ul style="list-style-type: none"> Associazioni di categoria; Comune Assisi 	2.6
13	<ul style="list-style-type: none"> Esperienza di relax e benessere in ambiente rurale 	<ul style="list-style-type: none"> Ricettività in ville, locazioni di abitazioni in campagna per utilizzo esclusivo, ...; Riservatezza, tranquillità; silenzio, paesaggio incontaminato,....; 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese agrituristiche; Tour operator specializzati; Fornitori di servizi vari 	2.5

	<i>PROGETTO DESTINAZIONE ASSISI CATALOGO PRODOTTI</i>	<i>R1 febbraio 2019</i>
---	---	-------------------------

PRODOTTO CULTURA DEL TERRITORIO - SPECIFICHE ATTRATTORI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
14	<ul style="list-style-type: none"> Spa e centri benessere 	<ul style="list-style-type: none"> Rapporti di collaborazione strutturati tra imprese ricettive e quelle per fornitura di servizi spa e benessere 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese ricettive alberghiere ed extralberghiere; Imprese con impianti per benessere 	2.5

7.7.3. SERVIZI

PRODOTTO CULTURA DEL TERRITORIO - SPECIFICHE SERVIZI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Coinvolgimento diretto del turista nell'evento Calendimaggio 	<ul style="list-style-type: none"> Partecipazione attiva nella realizzazione delle scenografie della festa; Spettacoli del Calendimaggio ripetuti durante l'anno 	<ul style="list-style-type: none"> Ente Calendimaggio; Fornitori di servizi di animazione per la festa (costumi, musiche, spettacoli,...) 	4.1, 4.4
2	<ul style="list-style-type: none"> Sistemi di facilitazione e scontistica per la visita patrimonio culturale 	<ul style="list-style-type: none"> Assisi card; Implementazione network di soggetti pubblici e privati ampio ed articolato aderente alla card turistica 	<ul style="list-style-type: none"> Coopculture; Comune Assisi; Fornitori servizi commerciali; Fornitori servizi ricettività; Fornitori servizi trasporto 	5.2
3	<ul style="list-style-type: none"> Supporti tecnologici per la visita dell'Assisi romana e della città in generale 	<ul style="list-style-type: none"> QR code Itinerari "Assisi romana" e "Palazzi del Comune"; Altri itinerari tematici per la visita della città con supporti tecnologici (App; QR code,...) 	<ul style="list-style-type: none"> Comune Assisi; Fornitori di servizi tecnologici; Fornitori di servizi culturali 	5.1
4	<ul style="list-style-type: none"> Noleggio bici 	<ul style="list-style-type: none"> Servizio a cui dare maggiore visibilità e da potenziare 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitori servizio noleggio bici 	7.2

PRODOTTO CULTURA DEL TERRITORIO - SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
5	<ul style="list-style-type: none"> • Coinvolgimento del turista nelle feste religiose 	<ul style="list-style-type: none"> • Narrazione e documentazione della storia e delle tradizioni legate alle feste (es. piatto di S. Antonio, processione,); • Programma pubblicato con largo anticipo 	<ul style="list-style-type: none"> • Pro-loco • Confraternite ed altre associazioni culturali; • Ordini religiosi • Diocesi 	4.3
6	<ul style="list-style-type: none"> • Cartografia e segnalazione on line di percorsi per muoversi a piedi o in bicicletta sul territorio 	<ul style="list-style-type: none"> • Materiale cartaceo e on line per informazioni dettagliate su percorsi per spostamenti slow sul territorio; • Materiale cartaceo e on line su Parco M. Subasio; • Materiale informativo sui Cammini (in particolare La Via di Francesco) 	<ul style="list-style-type: none"> • Fornitori servizi di cartografia e georeferenziazione; • Ufficio IAT 	7.2
7	<ul style="list-style-type: none"> • Ricettività alberghiera 	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi alberghieri di categoria medio-alta (3-4-5 S); • Strutture localizzate nel centro storico 	<ul style="list-style-type: none"> • Fornitori di servizi ricettivi alberghieri 	2.2
8	<ul style="list-style-type: none"> • Ricettività extralberghiera 	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi extralberghieri di livello qualitativo adeguato (medio alto); • Strutture situate nel centro storico, anche di tipo non convenzionale (B&B, case e appartamenti vacanze,) 	<ul style="list-style-type: none"> • Fornitori di servizi ricettivi extralberghieri 	2.2
9	<ul style="list-style-type: none"> • Agriturismi e country house 	<ul style="list-style-type: none"> • Ricettività extralberghiera in ambiente rurale di livello qualitativo adeguato 	<ul style="list-style-type: none"> • Imprese agrituristiche e country house 	Implicito
10	<ul style="list-style-type: none"> • Affitto ville e casali in campagna ad uso esclusivo 	<ul style="list-style-type: none"> • Standard qualitativi delle strutture elevati (piscina, aria condizionata, dimensioni elevate,....); • Servizi accessori richiesti di livello elevato 	<ul style="list-style-type: none"> • Tour operator di settore; • Operatori privati 	Implicito

7.7.4. INFRASTRUTTURA

PRODOTTO CULTURA DEL TERRITORIO - SPECIFICHE INFRASTRUTTURA				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Percorsi ed itinerari segnalati per muoversi in modo slow su viabilità secondaria 	<ul style="list-style-type: none"> Messa in sicurezza delle strade e dei percorsi; Manutenzione percorsi; Segnaletica adeguata e mantenuta; Georeferenziazione percorsi ed itinerari; 	<ul style="list-style-type: none"> Comune Assisi; Altri enti territoriali coinvolti; Fornitori servizi manutenzione ; Servizi di Ordine pubblico 	7.2
2	<ul style="list-style-type: none"> Centri commerciali naturali 	<ul style="list-style-type: none"> Animazione del network di operatori; Azioni di comunicazione strutturate delle proposte commerciali nei diversi periodi dell'anno 	<ul style="list-style-type: none"> Comune Assisi; Fornitori servizi commerciali; Associazioni di categoria 	Implicito
3	<ul style="list-style-type: none"> Qualità ambientale elevata 	<ul style="list-style-type: none"> Misure volte a migliorare/mantenere un'elevata qualità ambientale (traffico, raccolta differenziata, decoro urbano, pulizia ...); Azioni di sensibilizzazione popolazione locale sull'importanza della qualità ambientale 	<ul style="list-style-type: none"> Comune Assisi; 	Implicito
4	<ul style="list-style-type: none"> Interazione/socializzazione dei turisti con popolazione residente 	<ul style="list-style-type: none"> Attività di sensibilizzazione della popolazione locale su accoglienza del turista 	<ul style="list-style-type: none"> Popolazione locale; Comune Assisi 	Implicito

7.7.5. IMMAGINE

PRODOTTO CULTURA DEL TERRITORIO - SPECIFICHE IMMAGINE				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • Paesaggio culturale; • Arte; • Marchio UNESCO; • Francescanesimo; • Amore per la natura; • Tradizioni; • Folclore; • Qualità della vita; • Enogastronomia e prodotti tipici; • Sagre di produzioni tipiche; • Tranquillità 	Individuare opportunità associate al segmento	<ul style="list-style-type: none"> • Comune Assisi; • Ordini francescani; • Mibac; • Associazioni culturali varie; • Pro-loco; • Strada dei vini del Cantico; • Strada dell'Olio; • Ente Calendimaggio 	6

7.8. PRODOTTO "EVENTI CULTURALI" B2C

7.8.1. PROFILO

Il segmento è costituito dalle persone che vengono ad Assisi specificamente per partecipare ad eventi culturali di vario genere: raduni anche di carattere religioso, concerti, spettacoli teatrali, festival, mostre, ecc. Come noto, gli eventi costituiscono un'occasione di richiamo sia per turisti che pernottano, che per escursionisti che una volta terminato l'evento tornano nel loro luogo di origine senza determinare pernottamenti nelle strutture del luogo. Sarà dunque importante per la destinazione fare in modo che gli eventi organizzati abbiano un'elevata attrattività di turisti pernottanti al fine di generare significativi effetti economici di attivazione connessi con la presenza di visitatori sul territorio.

Il turista degli eventi in genere pernotta per 1-2 notti ed unisce alla partecipazione all'evento anche la visita di altri attrattori presenti nella città, da quelli più noti a quelli meno conosciuti, a seconda del tempo a disposizione e del suo grado di conoscenza e di interesse per la destinazione. Può trattarsi sia di un turismo individuale che si organizza in proprio (B2C), sia di gruppi che si avvalgono per gli aspetti organizzativi di agenzie di viaggi, tour operator ed associazioni di settore non profit (B2B).

Il profilo individua 4 obiettivi di cui 1 classificabile come principale (P) e 3 come secondari (S).

Turista culturale degli eventi - Obiettivi

#	Obiettivo	Tipologia
1	Partecipare ad eventi culturali di richiamo	P
2	Visitare una destinazione d'immagine qualificata	S
3	Visitare il patrimonio monumentale artistico-religioso più conosciuto	S
4	Fare esperienza della produzione eno-gastronomica locale	S

7.8.2. ATTRATTORI

PRODOTTO EVENTI CULTURALI – SPECIFICHE ATTRATTORI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Cortile di Francesco; Universo Assisi; Marcia della pace; Concerto del cuore; Calendimaggio; Programma Lyric; Teatri degli Instabili 	<ul style="list-style-type: none"> Attrattività degli eventi non solo per escursionismo ma anche per presenze turistiche 	<ul style="list-style-type: none"> Ordini religiosi; Comune Assisi; Fornitori di servizi di organizzazione eventi; Associazioni culturali; Ente Calendimaggio; Fornitori di servizi per eventi 	1
2	<ul style="list-style-type: none"> Eventi in location di grande richiamo (*) 		<ul style="list-style-type: none"> Comune; Fornitori di servizi per organizzazione eventi 	1.2
3	<ul style="list-style-type: none"> Patrimonio artistico religioso più famoso 	<ul style="list-style-type: none"> Orari di visita ampi e collegati alla programmazione eventi 	<ul style="list-style-type: none"> Ordini religiosi; Comune; Ufficio IAT 	3.1 3.2
4	<ul style="list-style-type: none"> Patrimonio artistico religioso meno conosciuto 		<ul style="list-style-type: none"> Comune; Ordini religiosi; Diocesi; Ufficio IAT 	Implicito
5	<ul style="list-style-type: none"> Museo rocca maggiore 	<ul style="list-style-type: none"> Favorire la raggiungibilità del sito 	<ul style="list-style-type: none"> Coopculture; Comune 	Implicito
6	<ul style="list-style-type: none"> Foro romano e domus romane 	<ul style="list-style-type: none"> Ampliare orari di visita domus 	<ul style="list-style-type: none"> Mibac; Coopculture; Diocesi; Comune 	3

(*) La componente nel caso specifico costituisce un attrattore ma è anche un'infrastruttura (Cfr. tab. Infrastruttura – Specifiche)

PRODOTTO EVENTI CULTURALI – SPECIFICHE ATTRATTORI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
7	<ul style="list-style-type: none"> Bosco S. Francesco 		<ul style="list-style-type: none"> FAI 	3

7.8.3. SERVIZI

PRODOTTO EVENTI CULTURALI – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Programmazione degli eventi 	<ul style="list-style-type: none"> Calendarizzazione di medio-lungo periodo 	<ul style="list-style-type: none"> Organizzatori di eventi; Comune 	1.1
2	<ul style="list-style-type: none"> Formule di tariffazione e vendita congiunta di varie componenti del prodotto 	<ul style="list-style-type: none"> Adottare strategie di <i>bundling</i>. Ad esempio: biglietto per evento + ingresso musei 	<ul style="list-style-type: none"> Comune; Organizzatori di eventi; Coopculture 	3
3	<ul style="list-style-type: none"> Sistemi di facilitazione e scontistica per la visita beni culturali 	<ul style="list-style-type: none"> Assisi card; ampliamento network di adesione alla card con coinvolgimento di operatori pubblici e privati 	<ul style="list-style-type: none"> Coopculture, Comune; operatori commerciali; operatori dei trasporti; parcheggi 	3.6
4	<ul style="list-style-type: none"> Informazioni on line e off line per facilitare la partecipazione agli eventi 	<ul style="list-style-type: none"> Strategia di comunicazione mirata. Contenuti dedicati nel portale turistico territoriale 	<ul style="list-style-type: none"> Comune; organizzatori di eventi 	3
5	<ul style="list-style-type: none"> Informazione on line e off line per una fruizione ampliata della città e del suo patrimonio culturale 	<ul style="list-style-type: none"> Informazioni sul portale turistico territoriale per favorire il turismo per tutti 	<ul style="list-style-type: none"> Comune; Ufficio IAT; esperti di accessibilità 	3.5

PRODOTTO EVENTI CULTURALI – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
6	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi di intrattenimento per personale di staff degli eventi 	<ul style="list-style-type: none"> • bar, pub, palestre, centri benessere, locali di svago; con orario apertura ampia anche in bassa stagione; • Offerte precostituite specifiche per turisti 	<ul style="list-style-type: none"> • Fornitori di servizi di intrattenimento 	Implicito
7	<ul style="list-style-type: none"> • Ristoranti/enoteche con offerta di prodotti e cucina tipica locale 	<ul style="list-style-type: none"> • Fornitura del servizio in orari coerenti con lo svolgimento degli spettacoli; • Ristoranti tipici qualificati; • Prenotabilità servizi ristorativi; • Localizzazione GPS agevole; • Fondo stradale pertinente in condizioni accettabili 	<ul style="list-style-type: none"> • Fornitori di servizi ristorativi; • Fornitore servizi GPS • Ente locale di pertinenza 	4.1
8	<ul style="list-style-type: none"> • Offerta commerciale di prodotti enogastronomici tipici locali 	<ul style="list-style-type: none"> • Raggiungibilità dei punti vendita; • Proposte strutturate per la vendita combinata di prodotti tipici 	<ul style="list-style-type: none"> • Operatori del commercio; • Strada dei vini del Cantico • imprese agricole 	4.2
9	<ul style="list-style-type: none"> • Ricettività alberghiera 	<ul style="list-style-type: none"> • Esercizi alberghieri di livello qualitativo adeguato (3-4-5 Stelle) 	<ul style="list-style-type: none"> • Operatori ricettività alberghiera 	

7.8.4. INFRASTRUTTURA

PRODOTTO EVENTI CULTURALI – SPECIFICHE INFRASTRUTTURA

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • Parcheggi afferenti al centro storico 	<ul style="list-style-type: none"> • Possibilità di collegamento facilitato con sistemi di mobilità alternativa 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune; • Fornitore servizio trasporto; • Gestore parcheggi 	1.3 3.3

PRODOTTO EVENTI CULTURALI – SPECIFICHE INFRASTRUTTURA

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
2	<ul style="list-style-type: none"> • Parcheggi ed accessibilità per logistica e servizi di staff degli eventi 	<ul style="list-style-type: none"> • Facilitazioni per agevolare logistica e servizi di staff: orari accesso centro storico, parcheggio camion, montaggio palco, ... 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune; • Fornitori servizi pertinenti 	3
3	<ul style="list-style-type: none"> • Location per eventi di grande impatto 	<ul style="list-style-type: none"> • Data base di location di grande richiamo da gestire per eventi: piazze, rocca maggiore, prato Basilica S. Francesco, palazzi storici, teatro Lyric, ... 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune Assisi; • Ordini religiosi; • Fornitori di servizi organizzazione eventi 	1.2

9.8.5. IMMAGINE

PRODOTTO EVENTI CULTURALI – SPECIFICHE IMMAGINE

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • Brand Assisi; • S. Francesco; • S. Chiara; • Francescanesimo; • Pace; • Fratellanza fra i popoli; • Amore per la natura; • Ecumenismo (incontro religioni); • Arte; • Patrimonio Mondiale UNESCO dell'Umanità; • Città medioevale; 	<ul style="list-style-type: none"> • Organizzazione di eventi coerenti con i valori veicolati dall'immagine affermata di Assisi 	<ul style="list-style-type: none"> • Ordini religiosi; • Comune Assisi; • Soggetti organizzatori di eventi; • Associazione Nazionale Beni Italiani Patrimonio UNESCO; • Mibac; 	2.2

7.9. PRODOTTO "TURISMO SCOLASTICO GRUPPO" B2C

7.9.1. PROFILO

E' il turista di giovane età che visita Assisi nel corso di una tappa della cosiddetta "gita scolastica", un'esperienza culturale formativa che costituisce parte integrante dei percorsi scolastici di vario ordine e genere. L'importanza e la notorietà di Assisi la rendono infatti quasi una meta obbligata di un viaggio in Umbria e più in generale nel centro Italia. Il turismo scolastico si muove in gruppi organizzati, con una permanenza media piuttosto breve (1-2, max. 3 notti), che risulta

particolarmente sensibile alla variabile prezzo, dal momento che il contenimento del costo del viaggio rappresenta un obiettivo primario per garantire la più ampia partecipazione degli studenti. Per questo target di domanda con motivazione prevalente di tipo storico-culturale, diventa sempre più interessante la possibilità di affiancare anche esperienze di carattere naturalistico e sportivo. Assisi rappresenta dunque la possibilità di soddisfare ampiamente queste esigenze, grazie alle sue numerose risorse di varia natura ed a condizioni di contesto favorevoli, (tranquillità, sicurezza, disponibilità di ricettività alberghiera a prezzi contenuti, ...) che rendono altamente competitivo il prodotto per il turismo scolastico.

Turismo scolastico - gruppo B2C- Obiettivi		
#	Obiettivo	Tipologia
1	Visitare il patrimonio monumentale artistico - religioso	P
2	Salvaguardare il rapporto qualità-prezzo	P
3	Visitare l'Assisi romana	P
4	Visitare una destinazione d'immagine qualificata	S
5	Possibilità di fare escursioni all'interno del Parco Naturale M. Subasio	S
6	Realizzare una visita di tipo esperienziale (coinvolgente)	S

7.9.2. ATTRATTORI

PRODOTTO TURISMO SCOLASTICO - SPECIFICHE ATTRATTORI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • Basilica S. Francesco • S. Chiara; • Basilica S. Maria degli Angeli; • Cattedrale S. Rufino; • museo foro romano; • domus romane • rocca maggiore 	<ul style="list-style-type: none"> • Selezione visita di attrattori (numero e tempi di visita) legata alla durata della permanenza; • Orari di apertura ampi delle chiese; • Orari più ampi di visita domus romane 	<ul style="list-style-type: none"> • Ordini religiosi; • Diocesi; • Comune Assisi; • Fornitori servizio agenzia di viaggio; • Servizio tour operating 	1.1, 3.1, 5
2	<ul style="list-style-type: none"> • Eremo delle carceri; • S. Damiano 	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi pubblici di trasporto per collegamento dei siti periferici 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune Assisi; • Fornitori di servizi di trasporto 	5
3	<ul style="list-style-type: none"> • Parco naturale monte Subasio; • Bosco di S. Francesco 	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi di trasporto di collegamento con parco M. S. per partenza sentieri 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune Assisi; • Comunità del Parco del M. Subasio; • FAI 	Implicito

7.9.3. SERVIZI

PRODOTTO TURISMO SCOLASTICO - SPECIFICHE SERVIZI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Guide turistiche 	<ul style="list-style-type: none"> Servizi prevalentemente in lingua italiana 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi guida turistica 	1.4, 3.3
2	<ul style="list-style-type: none"> Guide escursionistiche naturalistiche 	<ul style="list-style-type: none"> Servizio per consentire la pratica di escursioni di gruppo in bici, a piedi o a cavallo 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi guida escursionistica naturalistica 	5.1
3	<ul style="list-style-type: none"> Pratica di attività sportive outdoor 	<ul style="list-style-type: none"> Sentieri ben segnalati (tempi e difficoltà) per passeggiate a piedi o in bici da parte di studenti; tracciatura GPS dei sentieri; sicurezza e manutenzione dei sentieri; monitoraggio periodico dello stato dei percorsi 		5.2
4	<ul style="list-style-type: none"> Attività didattiche laboratoriali 	<ul style="list-style-type: none"> Offerta strutturata per diversi livelli scolastici 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore di servizi di laboratori didattici; Coopculture 	6.1
5	<ul style="list-style-type: none"> Alloggio alberghiero 	<ul style="list-style-type: none"> Servizi ricettivi di livello qualitativo adeguato (3 Stelle) e di dimensione idonea per ospitare gruppi 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ricettivi alberghieri 	
6	<ul style="list-style-type: none"> Bar ed esercizi di ristoro 	<ul style="list-style-type: none"> Proposte di menù e prodotti a prezzi contenuti; esercizi localizzati lungo le principali vie di transito turistico 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitori servizi di bar e ristoro 	2.3
7	<ul style="list-style-type: none"> Offerta di souvenir 	<ul style="list-style-type: none"> Punti vendita localizzati lungo le principali vie di transito turistico; Ampia gamma di offerta di souvenir per clientela con capacità di spesa differenziata 	<ul style="list-style-type: none"> Imprese commerciali 	2.4
8	<ul style="list-style-type: none"> Forme di intrattenimento e di relax 	<ul style="list-style-type: none"> Gamma di servizi di intrattenimento e di relax adeguate per pubblico di giovani; Sicurezza dell'ambiente; Servizi conciliabili con esigenze di altri target di clientela (rumore, orari, ...) 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitori di servizi di intrattenimento e relax 	6.2

	<i>PROGETTO DESTINAZIONE ASSISI CATALOGO PRODOTTI</i>	<i>R1 febbraio 2019</i>
---	---	-------------------------

7.9.4. INFRASTRUTTURA

PRODOTTO TURISMO SCOLASTICO - SPECIFICHE INFRASTRUTTURA				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	Parcheggi e strade per bus	<ul style="list-style-type: none"> • Piazzole sosta adeguate per bus; • spazi di manovra adeguati per bus 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune Assisi; • Fornitori servizi di parcheggio; • altri enti di competenza 	1.2
2	Spazi per ritrovarsi in gruppo (es. per consumo pranzo al sacco)	<ul style="list-style-type: none"> • Aree relax per sosta e ristoro libero attrezzate e controllate • Localizzazione in almeno tre punti del centro storico e in un punto a S. Maria degli Angeli; • Attrezzatura con tavoli, panche, servizi igienici, fontanelle; • verde pubblico curato 	<ul style="list-style-type: none"> • Comune Assisi; • Fornitori servizi pertinenti 	1.3
3	Servizi igienici pubblici	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi igienici diffusi, accessibili ed efficienti gratuiti/prezzi contenuti 	Comune Assisi;	2.2

7.9.5. IMMAGINE

PRODOTTO TURISMO SCOLASTICO - SPECIFICHE IMMAGINE				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • Sito UNESCO Patrimonio Mondiale Umanità; • S. Francesco; • Affreschi Giotto; • città d'arte; • foro romano; • domus romane; • città natale di Properzio; • natura e paesaggio di elevata qualità; • attività sportive outdoor; • cammino La Via di Francesco; 	Individuare opportunità associate al segmento	<ul style="list-style-type: none"> • Mibac; • Ordini francescani; • Comunità del Parco M. Subasio; • Consorzio Francesco's Way; • Ufficio IAT; • Guide escursionistiche naturalistiche 	4

7.10. PUNTI DI FORZA E DEBOLEZZA

La linea di prodotto TURISMO CULTURALE presenta i punti di forza e di debolezza illustrati nella tabella seguente.

PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
<ul style="list-style-type: none"> • Bellezza e qualità del centro storico e del patrimonio culturale; • Importanza e varietà degli attrattori culturali; • Immagine affermata a livello internazionale di Assisi legata al turismo religioso e culturale; • Iscrizione di Assisi nella Lista del Patrimonio Mondiale UNESCO; • Localizzazione della città lungo la direttrice di collegamento delle grandi città d'arte italiane meta di turismo internazionale (Roma-Firenze-Venezia); • Posizione centrale rispetto alla regione Umbria e buona viabilità; • Elevata dotazione infrastrutturale di parcheggi per bus e auto; • Sistema ricettivo e ristorativo capillarmente diffuso e tipologicamente differenziato; • Servizi ricettivi adeguati sia per turismo di gruppo che individuale; • Presenza diffusa di ristorazione di qualità con proposta di prodotti enogastronomici tipici locali; • Punti vendita e degustazione di prodotti enogastronomici tipici di qualità; • Qualità del tessuto sociale e sicurezza; • Possibilità, date le caratteristiche degli attrattori, di strutturare prodotti di nicchia con effetti positivi legati alla "coda lunga" 	<ul style="list-style-type: none"> • Bassa permanenza media dei turisti (turismo "mordi e fuggi"); • Elevata presenza di flussi escursionistici di visitatori; • Città meta di turismo organizzato di massa, con gli effetti negativi connessi, almeno in alcuni periodi dell'anno; • Tessuto sociale rarefatto; • Processo di spiazzamento in atto da parte del turismo di numerose attività economiche tradizionali; • Carenza di collegamenti ferroviari ed aeroportuali; • Prodotto turistico culturale di tipo "tradizionale", con limitata profondità della linea di prodotto; • Carenza di servizi specializzati e di taglio esperienziale per il turismo culturale; • Offerta limitata di eventi di richiamo ed inefficienza della tempistica di programmazione; • Carenza di informazioni sul prodotto targettizzate; • Limitata capacità di promozione integrata; • Carenza di informazioni organiche ed affidabili per il turista per consentire il <i>self packaging</i> della propria esperienza di visita della città; • Presenza limitata/assenza di forme strutturate di collaborazione con enti territoriali locali con offerta di reperti di epoca romana; • Limitata disponibilità/carenza di materiale informativo <i>on line</i> e <i>off line</i> di supporto per la visita del patrimonio culturale (depliant, audio-guide, qr code, app) • Possibilità di fruizione con orari limitati di alcuni importanti siti culturali (es. domus romane);

PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
	<ul style="list-style-type: none"> • Carenza di collegamento di linea per accesso ai siti francescani periferici (S. Damiano, Eremo Carceri, santuario Rivotorto ...); • Dotazione inefficiente di servizi igienici pubblici gratuiti e quantitativamente/qualitativamente adeguati per i flussi turistici (orari di apertura, turni di pulizia legati al livello di utilizzo,...); • Dotazione di spazi adeguati per sosta di gruppi (es. consumo pranzo al sacco, riparo in caso di condizioni meteo avverse,)

L'analisi svolta ha evidenziato alcune criticità che si ritiene debbano essere affrontate per sviluppare le grandi potenzialità proprie della linea di prodotto "turismo culturale" ad Assisi. Tra queste in particolare è da segnalare la necessità di **allungare la permanenza media** del turista, cercando in primo luogo di trasformare i visitatori a carattere escursionistico in turisti, ed allungare il soggiorno di coloro che già pernottano nelle strutture ricettive della città e del suo territorio. Al riguardo si ritiene che tale obiettivo prioritario sia conseguibile non tanto in termini di competitività di prezzo, quanto basandosi sulla differenziazione dell'offerta. La ricchezza e la varietà degli attrattori culturali di Assisi, più volte sottolineata in questa sede, rappresenta l'elemento forte su cui puntare per la proposta di offerte di valore rivolte ai diversi segmenti di domanda profilati in cui può articolarsi il turismo culturale.

La possibilità di strutturare offerte per specifiche **nicchie** di consumatori, ad oggi scarsamente sviluppata, può inoltre favorire la riduzione della **stagionalità** del turismo ad Assisi, incidendo in tal modo positivamente sulla sostenibilità economica, ambientale e sociale del turismo nella città.

Accanto alle proposte più tradizionali potranno dunque affiancarsi prodotti per target mirati di clientela, diversificando l'offerta e ampliando la domanda potenziale. Per puntare in questa direzione è però necessario intervenire con la predisposizione di una serie di **servizi special interest** correlati con gli interessi specifici del target, che ad oggi, da quanto emerge dall'analisi svolta, risultano ancora scarsamente presenti nei pacchetti proposti ai turisti.

8. LINEA DI PRODOTTO “TURISMO RELIGIOSO”

8.1. INTRODUZIONE

La linea di prodotto “Turismo religioso”, nella sua articolazione complessiva, intende rispondere ai requisiti che caratterizzano il macrosegmento “Turismo religioso” che profila i turisti che raggiungono il territorio di Assisi per motivi religiosi.

Il macrosegmento Turismo Religioso comprende turisti (pellegrini) che raggiungono Assisi per una motivazione prevalentemente religiosa. A questa caratterizzazione (B2C) vanno aggiunti anche organizzazioni di vario genere (diocesi, movimenti, tour operator ...) che fungono da promotori e/o organizzatori che configurano rapporti di tipo B2B.

La religione di riferimento è quella cristiana cattolica ma sono presenti anche cristiani di diversa confessione. Va inoltre notato che Assisi esercita una forte attrattività spirituale anche verso i praticanti di religioni non cristiane oltre che non credenti.

Sono stati individuati 9 segmenti B2C e 2 segmenti B2B. Alcuni dei segmenti B2C, come espressamente dichiarato nelle rispettive descrizioni, risultano associabili a quelli B2B.

PROFILI B2C

1. **pellegrino standard - gruppo;**
2. **pellegrino standard - individuale**
3. **pellegrino esperienziale;**
4. **pellegrino esperienziale comunitario strutturato;**
5. **pellegrino esperienziale appartenente ad associazioni religiose;**
6. **giovane in vacanza formativa organizzata da enti religiosi;**
7. **pellegrino esperienziale partecipante proposte locali;**
8. **pellegrino partecipante ad eventi religiosi ordinari;**
9. **pellegrino partecipante ad eventi religiosi straordinari.**

PROFILI B2B

1. **Agenzia di viaggi/tour operator;**
2. **Associazione religiosa non profit.**

	PROGETTO DESTINAZIONE ASSISI CATALOGO PRODOTTI	<i>R1 febbraio 2019</i>
---	---	-------------------------

8.2. PRODOTTO “PELLEGRINAGGIO STANDARD - GRUPPO”

8.2.1. PROFILO

Il **Pellegrino standard – gruppo B2C**, è il pellegrino che visita la destinazione Assisi principalmente, in gruppo, per una breve esperienza religiosa. Tipicamente permane ad Assisi

- per meno di una giornata (escursionista)
- per circa 2 giornate (un solo pernottamento).

Al segmento in oggetto è di norma associato uno dei profili B2B sopra elencati in quanto organizzatore. Esso tipicamente prenota il pernottamento dei partecipanti, di norma con trattamento HB e, nel caso degli escursionisti, anche solo pasti presso pubblici esercizi (pub, ristoranti ...).

Il profilo individua 4 obiettivi di cui 2 classificabili come principali (P) e 2 come secondari (S).

Pellegrino standard – Gruppo B2C - Obiettivi		
#	Obiettivo	Tipologia
1	Vivere un'esperienza di pellegrinaggio in gruppo in terra francescana	P
2	Salvaguardare il rapporto qualità/prezzo	P
3	Vivere una giornata di relax	S
4	Vivere alcune brevi esperienze di fede e devozione personale	S

8.2.2. ATTRATTORI

PRODOTTO PELLEGRINAGGIO STANDARD GRUPPO – SPECIFICHE ATTRATTORI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • Basilica S. Francesco, S. Chiara e S. Maria degli Angeli 	<ul style="list-style-type: none"> • Basiliche e santuari francescani accessibili con ampi orari di apertura • Celebrazioni programmate e condivise con i pellegrini • Visite guidate (religiosi/e) • Benedizioni speciali (persone/situazioni/oggetti) • Ricevere il sacramento della penitenza 	<ul style="list-style-type: none"> • Famiglie francescane custodi delle basiliche francescane 	1.4, 1.5, 1.6, 1.7, 3

PRODOTTO PELLEGRINAGGIO STANDARD GRUPPO – SPECIFICHE ATTRATTORI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
2	<ul style="list-style-type: none"> Altri luoghi/testimonianze francescane 	<ul style="list-style-type: none"> Santuari francescani accessibili con ampi orari di apertura Brevi incontri di catechesi Visite guidate (religiosi/e) Benedizioni speciali (persone/situazioni/oggetti) 	<ul style="list-style-type: none"> Famiglie francescane custodi dei luoghi e testimonianze francescane 	1.4, 1.5, 1.7, 3.1
3	<ul style="list-style-type: none"> Famiglie religiose francescane 	<ul style="list-style-type: none"> Brevi incontri di catechesi Visite guidate (religiosi/e) Benedizioni speciali (persone/situazioni/oggetti) 	<ul style="list-style-type: none"> Famiglie francescane 	1.5, 3.1

8.2.3. SERVIZI

PRODOTTO PELLEGRINAGGIO STANDARD GRUPPO – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Visite guidate (religiose e laiche) ad attrattori religioso-culturali 	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologie a supporto delle visite guidate 	<ul style="list-style-type: none"> Famiglie francescane Fornitore servizi guida 	1.7, 4.6
2	<ul style="list-style-type: none"> Bar esercizi di ristorazione 	<ul style="list-style-type: none"> Localizzazione diffusa Ampia gamma d'offerta per tipologia di esercizio Ampia gamma d'offerta per formule di servizio (tipologie di menù, confezioni da asporto, prenotabilità ...) 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitori servizi di ristorazione 	2.1

PRODOTTO PELLEGRINAGGIO STANDARD GRUPPO – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
3	<ul style="list-style-type: none"> Bar esercizi di ristorazione – servizi complementari 	<ul style="list-style-type: none"> Servizi igienici standard adeguati Fasciatoi Punti ricarica dispositivi elettronici (smartphone, tablet ...) 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitori servizi di ristorazione 	2.3

8.2.4. INFRASTRUTTURA

PRODOTTO PELLEGRINAGGIO STANDARD GRUPPO – SPECIFICHE INFRASTRUTTURA

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Vie di accesso a luoghi e testimonianze francescane con bus 	<ul style="list-style-type: none"> Localizzazione GPS agevole Strade pertinenti scorrevoli Fondo stradale pertinente in condizioni accettabili 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi GPS Famiglie francescane custodi dei luoghi e testimonianze francescane Ente locale di pertinenza 	1.1
2	<ul style="list-style-type: none"> Parcheggi presso luoghi e testimonianze francescane 	<ul style="list-style-type: none"> Piazzole sosta adeguate per bus Spazi di manovra adeguati per bus 	<ul style="list-style-type: none"> Ente locale di pertinenza Fornitori servizi parcheggio 	1.3
3	<ul style="list-style-type: none"> Servizi complementari ai parcheggi presso luoghi e testimonianze francescane 	<ul style="list-style-type: none"> Servizio navetta (auto elettriche ...) parcheggio-attrattore per persone con esigenze specifiche (disabili ...) 	<ul style="list-style-type: none"> Ente locale di pertinenza Fornitori servizi parcheggio Fornitori servizi pertinenti 	1.2, 1.3

PRODOTTO PELLEGRINAGGIO STANDARD GRUPPO – SPECIFICHE INFRASTRUTTURA

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
3	Servizi complementari ai parcheggi presso luoghi e testimonianze francescane	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi igienici standard e per persone con esigenze specifiche (disabili ...) • Fasciatoi • Punti ricarica dispositivi elettronici (smartphone, tablet ...) • Spazi punti attesa discesa/salita riparati da agenti atmosferici (pioggia, sole, vento ...) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ente locale di pertinenza • Fornitori servizi parcheggio • Fornitori servizi pertinenti 	1.2, 1.3
4	<ul style="list-style-type: none"> • Aree relax per sosta e ristoro libero attrezzate e controllate 	<ul style="list-style-type: none"> • Localizzazione in almeno tre punti del centro storico (Pincio, Centro, Basilica S. Francesco) e in un punto a S. Maria degli Angeli • Attrezzatura con tavoli, panche, servizi igienici, fasciatoi, fontanelle) • Verde pubblico curato 	<ul style="list-style-type: none"> • Ente locale di pertinenza • Fornitori servizi parcheggio • Fornitori servizi pertinenti 	1.2, 4.1, 4.5

PRODOTTO PELLEGRINAGGIO STANDARD GRUPPO – SPECIFICHE INFRASTRUTTURA

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
5	<ul style="list-style-type: none"> Servizi di igiene urbana adeguati 	<ul style="list-style-type: none"> Modalità e tempi di esercizio adeguati alla frequenza/consistenza dei flussi turistici 	<ul style="list-style-type: none"> Ente locale di pertinenza Fornitori servizi pertinenti 	4.1.
6	<ul style="list-style-type: none"> Servizi igienici pubblici 	<ul style="list-style-type: none"> Servizi igienici diffusi, accessibili a tutti (disabilità, persone anziane ...) ed efficienti 	<ul style="list-style-type: none"> Ente locale di pertinenza Fornitori servizi pertinenti 	2.3
7	<ul style="list-style-type: none"> Segnaletica affidabile 	<ul style="list-style-type: none"> Segnaletica turistica statica aggiornata e mantenuta Segnaletica turistica dinamica aggiornata in tempo reale 	<ul style="list-style-type: none"> Ente locale di pertinenza 	4.3
8	<ul style="list-style-type: none"> Popolazione residente accogliente 	<ul style="list-style-type: none"> Comportamenti educati e ragionevolmente tolleranti verso i turisti Prontezza nel prestare soccorso e/o dare indicazioni Attenzione e cura verso i beni pubblici (segnalazione disagi ...) 	<ul style="list-style-type: none"> Ente locale di pertinenza Istituzioni educative Associazioni profit e non profit Associazioni di categoria 	4.2
9	<ul style="list-style-type: none"> Negozi 	<ul style="list-style-type: none"> Souvenir a prezzi contenuti e facilmente trasportabili 	<ul style="list-style-type: none"> Operatori commerciali Associazioni di categoria 	2.2

	<i>PROGETTO DESTINAZIONE ASSISI CATALOGO PRODOTTI</i>	<i>R1 febbraio 2019</i>
---	---	-------------------------

8.2.5. IMMAGINE

PRODOTTO PELLEGRINAGGIO STANDARD GRUPPO – SPECIFICHE IMMAGINE				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> S. Francesco S. Chiara Francescanesimo Perdono – Indulgenza plenaria 	<ul style="list-style-type: none"> Individuare opportunità associate al segmento 	<ul style="list-style-type: none"> Famiglie francescane Ente locale di pertinenza Popolazione residente Fornitore servizi ospitalità Fornitore servizi ristorativi Fornitori servizi pertinenti locali Operatori commerciali Associazioni di categoria 	Implicito

8.3. PRODOTTO “PELLEGRINAGGIO STANDARD - INDIVIDUALE” B2C

8.3.1. PROFILO

Il **Pellegrino standard – Individuale B2C**, è il pellegrino che visita la destinazione Assisi, da solo, in gruppo o con amici, principalmente per una esperienza religiosa della durata inferiore alla giornata o al massimo di 2 giornate (un solo pernottamento). Di norma è un cliente diretto o è intermediato per il solo servizio di pernottamento da un’OTA.

Il profilo è molto simile a quello del sopracitato Pellegrino standard – Gruppi ma se ne differenzia per numero componenti e per modalità di fruizione di attrattori e servizi turistici.

Il profilo individua 4 obiettivi di cui 2 classificabili come principali (P) e 2 come secondari (S).

Pellegrino standard – Individuale B2C - Obiettivi		
#	Obiettivo	Tipologia
1	Vivere un’esperienza di pellegrinaggio, con famiglia e/o piccolo gruppo di amici, in terra francescana	P
2	Salvaguardare il rapporto qualità/prezzo	P
3	Vivere una giornata di relax	S
4	Vivere alcune brevi esperienze di fede e devozione personale	S

	<i>PROGETTO DESTINAZIONE ASSISI CATALOGO PRODOTTI</i>	<i>R1 febbraio 2019</i>
---	---	-------------------------

Come appena segnalato il prodotto risulta sostanzialmente identico a “Pellegrinaggio Standard Gruppo” tranne alcuni dettagli.

8.3.2. ATTRATTORI

PRODOTTO PELLEGRINAGGIO STANDARD INDIVIDUALE – SPECIFICHE ATTRATTORI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Basilica S. Francesco, S. Chiara e S. Maria degli Angeli 	<ul style="list-style-type: none"> Basiliche e santuari francescani accessibili con ampi orari di apertura Celebrazioni programmate e condivise con i pellegrini Visite guidate (religiosi/e) Benedizioni speciali (persone/situazioni/oggetti) Ricevere il sacramento della penitenza 	<ul style="list-style-type: none"> Famiglie francescane custodi delle basiliche francescane 	1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 3
2	<ul style="list-style-type: none"> Altri luoghi/testimonianze francescane 	<ul style="list-style-type: none"> Santuari francescani accessibili con ampi orari di apertura Brevi incontri di catechesi Visite guidate (religiosi/e) Benedizioni speciali (persone/situazioni/oggetti) 	<ul style="list-style-type: none"> Famiglie francescane custodi dei luoghi e testimonianze francescane 	1.1, 1.2, 1.3, 3.1
3	<ul style="list-style-type: none"> Famiglie religiose francescane 	<ul style="list-style-type: none"> Brevi incontri di catechesi Visite guidate (religiosi/e) Benedizioni speciali (persone/situazioni/oggetti) 	<ul style="list-style-type: none"> Famiglie francescane 	1.2, 3.1

8.3.3. SERVIZI

PRODOTTO PELLEGRINAGGIO STANDARD INDIVIDUALE – SPECIFICHE SERVIZI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Visite guidate (religiose e laiche) ad attrattori religioso-culturali 	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologie a supporto delle visite guidate 	<ul style="list-style-type: none"> Famiglie francescane Fornitore servizi guida 	1.4, 4.6

PRODOTTO PELLEGRINAGGIO STANDARD INDIVIDUALE – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
2	<ul style="list-style-type: none"> Bar esercizi di ristorazione 	<ul style="list-style-type: none"> Localizzazione diffusa Ampia gamma d'offerta per tipologia di esercizio Ampia gamma d'offerta per formule di servizio (tipologie di menù, confezioni da asporto, prenotabilità ...) 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitori servizi di ristorazione 	2.1
3	<ul style="list-style-type: none"> Bar esercizi di ristorazione – servizi complementari 	<ul style="list-style-type: none"> Servizi igienici standard adeguati Fasciatoi Punti ricarica dispositivi elettronici (smartphone, tablet ...) 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitori servizi di ristorazione 	2.3

8.3.4. INFRASTRUTTURA

PRODOTTO PELLEGRINAGGIO STANDARD INDIVIDUALE – SPECIFICHE INFRASTRUTTURA

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Vie di accesso a luoghi e testimonianze francescane con auto 	<ul style="list-style-type: none"> Localizzazione GPS agevole Strade pertinenti scorrevoli Fondo stradale pertinente in condizioni accettabili 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi GPS Famiglie francescane custodi dei luoghi e testimonianze francescane Ente locale di pertinenza 	1.1

PRODOTTO PELLEGRINAGGIO STANDARD INDIVIDUALE – SPECIFICHE INFRASTRUTTURA

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
2	<ul style="list-style-type: none"> • Parcheggi presso luoghi e testimonianze francescane 	<ul style="list-style-type: none"> • Parcheggi auto standard 	<ul style="list-style-type: none"> • Ente locale di pertinenza • Fornitori servizi parcheggio 	Implicito
3	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi complementari ai parcheggi presso luoghi e testimonianze francescane 	<ul style="list-style-type: none"> • Servizio navetta auto elettriche ...) • parcheggio-attrattore per persone con esigenze specifiche (disabili ...) • Servizi igienici standard e per persone con esigenze specifiche (disabili ...) • Fasciatoi • Punti ricarica dispositivi elettronici (smartphone, tablet ...) • Spazi punti attesa discesa/salita riparati da agenti atmosferici (pioggia, sole, vento ...) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ente locale di pertinenza • Fornitori servizi parcheggio • Fornitori servizi pertinenti 	Implicito
4	<ul style="list-style-type: none"> • Aree relax per sosta e ristoro libero attrezzate e controllate 	<ul style="list-style-type: none"> • Localizzazione in almeno tre punti del centro storico (Pincio, Centro, Basilica S. Francesco) e in un punto a S. Maria degli Angeli 	<ul style="list-style-type: none"> • Ente locale di pertinenza • Fornitori servizi parcheggio • Fornitori servizi pertinenti 	4.1, 4.5

PRODOTTO PELLEGRINAGGIO STANDARD INDIVIDUALE – SPECIFICHE INFRASTRUTTURA

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
4	<ul style="list-style-type: none"> • Aree relax per sosta e ristoro libero attrezzate e controllate 	<ul style="list-style-type: none"> • Attrezzatura con tavoli, panche, servizi igienici, fasciatoi, fontanelle) • Verde pubblico curato 	<ul style="list-style-type: none"> • Ente locale di pertinenza • Fornitori servizi parcheggio • Fornitori servizi pertinenti 	4.1, 4.5
5	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi di igiene urbana adeguati 	<ul style="list-style-type: none"> • Modalità e tempi di esercizio adeguati alla frequenza/consistenza dei flussi turistici 	<ul style="list-style-type: none"> • Ente locale di pertinenza • Fornitori servizi pertinenti 	4.1.
6	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi igienici pubblici 	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi igienici diffusi, accessibili a tutti (disabilità, persone anziane ...) ed efficienti 	<ul style="list-style-type: none"> • Ente locale di pertinenza • Fornitori servizi pertinenti 	2.3
7	<ul style="list-style-type: none"> • Segnaletica affidabile 	<ul style="list-style-type: none"> • Segnaletica turistica statica aggiornata e mantenuta • Segnaletica turistica dinamica aggiornata in tempo reale 	<ul style="list-style-type: none"> • Ente locale di pertinenza 	4.3
8	<ul style="list-style-type: none"> • Popolazione residente accogliente 	<ul style="list-style-type: none"> • Comportamenti educati e ragionevolmente tolleranti verso i turisti • Prontezza nel prestare soccorso e/o dare indicazioni • Attenzione e cura verso i beni pubblici (segnalazione disagi ...) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ente locale di pertinenza • Istituzioni educative • Associazioni profit e non profit • Associazioni di categoria 	4.2
9	<ul style="list-style-type: none"> • Negozi 	<ul style="list-style-type: none"> • Souvenir a prezzi contenuti e facilmente trasportabili 	<ul style="list-style-type: none"> • Operatori commerciali • Associazioni di categoria 	2.2

	<i>PROGETTO DESTINAZIONE ASSISI CATALOGO PRODOTTI</i>	<i>R1 febbraio 2019</i>
---	---	-------------------------

8.3.5. IMMAGINE

PRODOTTO PELLEGRINAGGIO STANDARD INDIVIDUALE – SPECIFICHE IMMAGINE				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • S. Francesco • S. Chiara • Francescanesimo • Perdono – Indulgenza plenaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare opportunità associate al segmento 	<ul style="list-style-type: none"> • Famiglie francescane • Ente locale di pertinenza • Popolazione residente • Fornitore servizi ospitalità • Fornitore servizi ristorativi • Fornitori servizi pertinenti locali • Operatori commerciali • Associazioni di categoria 	Implicito

8.4. PRODOTTO “PELLEGRINAGGIO ESPERIENZIALE” B2C

8.4.1. PROFILO

Il Pellegrino esperienziale è il pellegrino che giunge ad Assisi per vivere un’esperienza religiosa, permanendovi per un breve periodo (2-7 giorni), in maniera individuale o con piccoli gruppi informali non organizzati.

Assisi può essere una base per visitare i dintorni (preferibilmente raggiungibili a piedi, cammini), con identiche motivazioni. Non predilige un particolare periodo.

Il profilo include quello dei pellegrini dei cammini (Via di Francesco ...) già riferiti in dettaglio nel macrosegmento Turismi del camminare.

Il profilo individua 4 obiettivi di cui 3 classificabili come principali (P) e 1 come secondari (S).

Pellegrino esperienziale B2C - Obiettivi		
#	Obiettivo	Tipologia
1	Vivere un’esperienza religiosa, individuale o con un gruppo ristretto di persone, in terra francescana	P
2	Vivere intense esperienze di fede	P
3	Salvaguardare il rapporto qualità/prezzo	P
4	Immersi in un’atmosfera pacificata	S

8.4.2. ATTRATTORI

PRODOTTO PELLEGRINAGGIO ESPERIENZIALE – SPECIFICHE ATTRATTORI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Luoghi/testimonianze francescane 	<ul style="list-style-type: none"> Basiliche e santuari francescani accessibili con ampi orari di apertura Brevi incontri di catechesi Visite guidate (religiosi/e) Benedizioni speciali (persone/situazioni/oggetti) Celebrazioni programmate e condivise con i pellegrini Ricevimento sacramento della penitenza 	<ul style="list-style-type: none"> Famiglie francescane custodi dei luoghi e testimonianze francescane 	1
2	<ul style="list-style-type: none"> Famiglie religiose francescane 	<ul style="list-style-type: none"> Brevi incontri di catechesi Colloqui riservati con religiosi/e 	<ul style="list-style-type: none"> Famiglie francescane 	1.2, 2.2
3	<ul style="list-style-type: none"> Luoghi tranquilli 	<ul style="list-style-type: none"> Spazi di preghiera riservati Spazi outdoor tranquilli e sicuri 	<ul style="list-style-type: none"> Famiglie francescane Ente locale di pertinenza 	2.1
4	<ul style="list-style-type: none"> Atmosfere per raccoglimento e meditazione 	<ul style="list-style-type: none"> Vicoli tranquilli e sicuri Percorsi verdi tranquilli e sicuri Paesaggi integri 	<ul style="list-style-type: none"> Ente locale di pertinenza 	4

8.4.3. SERVIZI

PRODOTTO PELLEGRINAGGIO ESPERIENZIALE – SPECIFICHE SERVIZI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Alloggi standard 	<ul style="list-style-type: none"> Tranquillità Preferenza per case di accoglienza religiosa 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità 	Implicito

PRODOTTO PELLEGRINAGGIO ESPERIENZIALE – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
2	<ul style="list-style-type: none"> Bar esercizi di ristorazione 	<ul style="list-style-type: none"> Ampia gamma d'offerta per tipologia di esercizio Ampia gamma d'offerta per formule di servizio (tipologie di menù, confezioni da asporto ...) 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitori servizi di ristorazione 	3.1

8.4.4. INFRASTRUTTURA

PRODOTTO PELLEGRINAGGIO ESPERIENZIALE – SPECIFICHE INFRASTRUTTURA

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Parcheggi presso luoghi e testimonianze francescane 	<ul style="list-style-type: none"> Parcheggi auto standard 	<ul style="list-style-type: none"> Ente locale di pertinenza Fornitori servizi parcheggio 	Implicito
2	<ul style="list-style-type: none"> Aree relax per sosta e ristoro libero attrezzate e controllate 	<ul style="list-style-type: none"> Localizzazione in almeno tre punti del centro storico (Pincio, Centro, Basilica S. Francesco) e in un punto a S. Maria degli Angeli Attrezzatura con tavoli, panche, servizi igienici, fontanelle Verde pubblico curato 	<ul style="list-style-type: none"> Ente locale di pertinenza Fornitori servizi parcheggio Fornitori servizi pertinenti 	Implicito
3	<ul style="list-style-type: none"> Servizi igienici pubblici 	<ul style="list-style-type: none"> Servizi igienici diffusi, accessibili a tutti (disabilità, persone anziane ...) ed efficienti 	<ul style="list-style-type: none"> Ente locale di pertinenza Fornitori servizi pertinenti 	3.3
4	<ul style="list-style-type: none"> Negozi 	<ul style="list-style-type: none"> Souvenir qualificati Libri qualificati 	<ul style="list-style-type: none"> Operatori commerciali Associazioni di categoria 	2.3

	<i>PROGETTO DESTINAZIONE ASSISI CATALOGO PRODOTTI</i>	<i>R1 febbraio 2019</i>
---	---	-------------------------

8.4.5. IMMAGINE

PRODOTTO PELLEGRINAGGIO ESPERIENZIALE – SPECIFICHE IMMAGINE				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • S. Francesco • S. Chiara • Francescanesimo • Perdono – Indulgenza plenaria • Pace • Natura salvaguardata 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare opportunità associate al segmento 	<ul style="list-style-type: none"> • Famiglie francescane • Ente locale di pertinenza • Popolazione residente • Fornitore servizi ospitalità • Fornitore servizi ristorativi • Fornitori servizi pertinenti locali • Operatori commerciali • Associazioni di categoria 	Implicito

8.5. PRODOTTO “PELLEGRINAGGIO ESPERIENZIALE COMUNITARIO STRUTTURATO” B2C

8.5.1. PROFILO

Il **Pellegrino esperienziale comunitario strutturato**, è il pellegrino che giunge ad Assisi, permanendovi per un breve periodo (2-7 gg), in gruppo per un’esperienza religiosa strutturata in autonomia.

Sceglie preferibilmente case accoglienza o comunque luoghi in grado di disporre con libertà di sale riunioni e possibilmente cappelle per celebrazioni comunitarie. Predilige periodi poco affollati.

Assisi può essere una base per visitare i dintorni (preferibilmente raggiungibili a piedi, cammini), con identiche motivazioni.

Il profilo individua 4 obiettivi di cui 3 classificabili come principali (P) e 1 come secondario (S).

Pellegrino esperienziale comunitario strutturato B2C - Obiettivi		
#	Obiettivo	Tipologia
1	Vivere un’esperienza religiosa con un gruppo di persone medio-piccolo (≈30 pax) in terra francescana	P
2	Rafforzare e approfondire i rapporti comunitari	P
3	Salvaguardare il rapporto qualità/prezzo	P
4	Disporre di servizi speciali orientati alle famiglie con bambini	S

8.5.2. ATTRATTORI

PRODOTTO PELLEGRINAGGIO ESPERIENZIALE COMUNITARIO STRUTTURATO – SPECIFICHE ATTRATTORI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Luoghi/testimonianze francescane 	<ul style="list-style-type: none"> Basiliche e santuari francescani accessibili con ampi orari di apertura Celebrazioni programmate e condivise con i pellegrini 	<ul style="list-style-type: none"> Famiglie francescane custodi dei luoghi e testimonianze francescane 	1
2	<ul style="list-style-type: none"> Famiglie religiose francescane 	<ul style="list-style-type: none"> Brevi incontri di catechesi 	<ul style="list-style-type: none"> Famiglie francescane 	1.2, 2.2
3	<ul style="list-style-type: none"> Sale per incontri riservati 	<ul style="list-style-type: none"> Capienza ≈ 30-50 pax Sale disponibili continuativamente ed esclusivamente per l'intera durata del soggiorno 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità 	2.1
4	<ul style="list-style-type: none"> Spazi di preghiera 	<ul style="list-style-type: none"> Cappelle 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità 	2.2
5	<ul style="list-style-type: none"> Spazi out door riservati 	<ul style="list-style-type: none"> Spazi silenziosi Spazi all'aperto (parchi, giardini ...) Spazi attrezzati (panche, tavoli ...) 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità 	2.3
6	<ul style="list-style-type: none"> Spazi per i pasti riservati 	<ul style="list-style-type: none"> Capienza ≈ 30-50 pax 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità 	2.4

8.5.3. SERVIZI

PRODOTTO PELLEGRINAGGIO ESPERIENZIALE COMUNITARIO STRUTTURATO – SPECIFICHE SERVIZI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Alloggi standard 	<ul style="list-style-type: none"> Tranquillità Preferenza per case di accoglienza religiosa Prezzi contenuti 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità 	3.1
2	<ul style="list-style-type: none"> Pasti standard 	<ul style="list-style-type: none"> Orari comuni Prezzi contenuti 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità 	3.1
3	<ul style="list-style-type: none"> Spazi e servizi speciali famiglie con bambini 	<ul style="list-style-type: none"> Spazi riservati per bambini Spazi, supporti e servizi alloggio specifici Supporti e servizi ristorativi per famiglie con bambini 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità 	4

8.5.4. INFRASTRUTTURA

PRODOTTO PELLEGRINAGGIO ESPERIENZIALE COMUNITARIO STRUTTURATO – SPECIFICHE SERVIZI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Parcheggi presso luoghi e testimonianze francescane 	<ul style="list-style-type: none"> Parcheggi auto standard 	<ul style="list-style-type: none"> Ente locale di pertinenza Fornitori servizi parcheggio 	Implicito
2	<ul style="list-style-type: none"> Parcheggi presso alloggio 	<ul style="list-style-type: none"> Parcheggi auto standard 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità 	Implicito

	<p style="text-align: center;"><i>PROGETTO DESTINAZIONE ASSISI</i> <i>CATALOGO PRODOTTI</i></p>	<p style="text-align: right;"><i>R1 febbraio 2019</i></p>
---	---	---

8.5.5. IMMAGINE

PRODOTTO PELLEGRINAGGIO ESPERIENZIALE COMUNITARIO STRUTTURATO – SPECIFICHE SERVIZI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • S. Francesco • S. Chiara • Francescanesimo • Perdono – Indulgenza plenaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare opportunità associate al segmento 	<ul style="list-style-type: none"> • Famiglie francescane • Ente locale di pertinenza • Popolazione residente • Fornitore servizi ospitalità • Fornitori servizi pertinenti locali 	Implicito

8.6. PRODOTTO “PELLEGRINAGGIO ESPERIENZIALE ADULTI APPARTENENTI AD ASSOCIAZIONI RELIGIOSE” B2C

8.6.1. PROFILO

Il **Pellegrino adulto esperienziale appartenente ad associazioni religiose**, è il pellegrino che giunge ad Assisi, permanendovi per un breve periodo (2-4gg), in gruppo per un’esperienza religiosa strutturata dall’associazione. Assisi può essere una base per visitare i dintorni con identiche motivazioni.

Ordinariamente il profilo predilige week end, preferibilmente prolungati (“ponti”), l’estate o tempi liturgici cattolici quali Avvento, Natale, Quaresima.

La presenza è intermediata dall’associazione di appartenenza che sceglie indifferentemente hotel (preferibilmente prenotato in esclusiva) o case di accoglienza comunque con orari dei pasti molto rigidi. Viene richiesta la disponibilità permanente di sale riunioni.

Richiede sale congressuali capienti (ordine centinaia pax), non necessariamente presso l’alloggio, e spazi liturgici c/o chiese capienti e a volte la disponibilità permanente di sale riunioni. (B2B)

Il profilo individua 5 obiettivi di cui 3 classificabili come principali (P) e 2 come secondari (S).

Pellegrino adulto esperienziale appartenente ad associazioni religiose B2C - Obiettivi

#	Obiettivo	Tipologia
1	Vivere un'esperienza religiosa con l'associazione di appartenenza in terra francescana	P
2	Rafforzare e approfondire i rapporti associativi	P
3	Salvaguardare il rapporto qualità/prezzo	P
4	Testimoniare visibilmente la presenza dell'associazione	S
5	Disporre di servizi speciali orientati alle famiglie con bambini	S

8.6.2. ATTRATTORI

PELLEGRINAGGIO ESPERIENZIALE ADULTI APPARTENENTI AD ASSOCIAZIONI RELIGIOSE – SPECIFICHE ATTRATTORI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Luoghi/testimonianze francescane 	<ul style="list-style-type: none"> Basiliche e santuari francescani accessibili con ampi orari di apertura Celebrazioni programmate e condivise con i pellegrini 	<ul style="list-style-type: none"> Famiglie francescane custodi dei luoghi e testimonianze francescane 	1
2	<ul style="list-style-type: none"> Famiglie religiose francescane 	<ul style="list-style-type: none"> Brevi incontri di catechesi 	<ul style="list-style-type: none"> Famiglie francescane 	1.2, 2.2
3	<ul style="list-style-type: none"> Sale per incontri riservati 	<ul style="list-style-type: none"> Capienza complessiva ≈ 100 -1.000 pax Sale disponibili continuativamente ed esclusivamente per l'intera durata del soggiorno 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità Fornitore spazi MICE Famiglie francescane custodi delle Basiliche francescane 	2.2, 2.3
4	<ul style="list-style-type: none"> Spazi di preghiera 	<ul style="list-style-type: none"> Cappelle 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità 	2.4

**PELLEGRINAGGIO ESPERIENZIALE ADULTI APPARTENENTI AD ASSOCIAZIONI
RELIGIOSE – SPECIFICHE ATTRATTORI**

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
5	<ul style="list-style-type: none"> Spazi out door riservati 	<ul style="list-style-type: none"> Spazi silenziosi Spazi all'aperto (parchi, giardini ...) Spazi attrezzati (panche, tavoli ...) 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità 	2.5
6	<ul style="list-style-type: none"> Spazi per i pasti riservati 	<ul style="list-style-type: none"> Capienza variabile su più alloggi 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità 	2.6
7	<ul style="list-style-type: none"> Basiliche francescane 	<ul style="list-style-type: none"> Celebrazioni liturgiche riservate 	<ul style="list-style-type: none"> Famiglie francescane custodi delle Basiliche francescane 	2.1
8	<ul style="list-style-type: none"> Spazi pubblici per manifestazioni/spettacoli (*) 	<ul style="list-style-type: none"> Rocca, piazze centro storico, Monte frumentario ... Lyrick, Palaeventi ... 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore spazi MICE Ente locale di pertinenza 	4

(*) Data la complementarietà alla motivazione del pellegrinaggio la componente in oggetto è classificata come attrattore e non come infrastruttura.

8.6.3. SERVIZI

**PELLEGRINAGGIO ESPERIENZIALE ADULTI APPARTENENTI AD ASSOCIAZIONI
RELIGIOSE – SPECIFICHE ATTRATTORI**

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Alloggi standard 	<ul style="list-style-type: none"> Tranquillità Prezzi contenuti 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità 	3.1
2	<ul style="list-style-type: none"> Pasti standard 	<ul style="list-style-type: none"> Orari comuni Prezzi contenuti 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità 	3.1

**PELLEGRINAGGIO ESPERIENZIALE ADULTI APPARTENENTI AD ASSOCIAZIONI
RELIGIOSE – SPECIFICHE ATTRATTORI**

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
3	<ul style="list-style-type: none"> Spazi e servizi speciali famiglie con bambini 	<ul style="list-style-type: none"> Spazi riservati per bambini Spazi, supporti e servizi alloggio specifici Supporti e servizi ristorativi per famiglie con bambini 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità 	5

8.6.4. INFRASTRUTTURA

**PELLEGRINAGGIO ESPERIENZIALE ADULTI APPARTENENTI AD ASSOCIAZIONI
RELIGIOSE – SPECIFICHE INFRASTRUTTURA**

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Vie di accesso a parcheggi c/o Basiliche francescane e spazi pubblici per manifestazioni con bus 	<ul style="list-style-type: none"> Localizzazione GPS agevole Strade pertinenti scorrevoli Fondo stradale pertinente in condizioni accettabili 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi GPS Famiglie francescane custodi dei luoghi e testimonianze francescane Ente locale di pertinenza 	Implicito
2	<ul style="list-style-type: none"> Parcheggi c/o Basiliche francescane e spazi pubblici per manifestazioni con bus 	<ul style="list-style-type: none"> Piazzole sosta adeguate per bus Spazi di manovra adeguati per bus 	<ul style="list-style-type: none"> Ente locale di pertinenza Fornitori servizi parcheggio 	Implicito

	<i>PROGETTO DESTINAZIONE ASSISI CATALOGO PRODOTTI</i>	<i>R1 febbraio 2019</i>
---	---	-------------------------

8.6.5. IMMAGINE

PELLEGRINAGGIO ESPERIENZIALE ADULTI APPARTENENTI AD ASSOCIAZIONI RELIGIOSE – SPECIFICHE ATTRATTORI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • S. Francesco • S. Chiara • Francescanesimo • Perdono – Indulgenza plenaria • Tradizione grandi eventi a carattere religioso 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare opportunità associate al segmento 	<ul style="list-style-type: none"> • Famiglie francescane • Ente locale di pertinenza • Popolazione residente • Fornitore servizi ospitalità • Fornitori servizi pertinenti locali 	Implicito

8.7. PRODOTTO “VACANZA FORMATIVA PER GIOVANI ORGANIZZATA DA ENTI RELIGIOSI” B2C

8.7.1 PROFILO

Il **Giovane in vacanza formativa organizzata da enti religiosi**, è il turista, ragazzo/giovane, che giunge ad Assisi, permanendovi per il periodo di 6-7 gg, per un’esperienza di vacanza e formazione comunitaria ispirata a principi religiosi. La vacanza è organizzata da enti (parrocchie, diocesi) o associazioni.

Il gruppo è accompagnato da responsabili e formatori che guidano un’esperienza di momenti di vacanza (escursioni, giochi, attività sportive, artistiche ...) misti a momenti di riflessione personale e comunitaria (incontri, letture, celebrazioni liturgiche ...).

Assisi può essere una base per visitare i dintorni con identiche motivazioni. Il periodo privilegiato è quello estivo o tra Natale ed Epifania. Sceglie prevalentemente case di accoglienza che, di norma, costituiscono anche il contesto dell’esperienza.

Il profilo individua 4 obiettivi tutti classificabili come principali (P).

Giovane in vacanza formativa organizzata da enti religiosi B2C - Obiettivi		
#	Obiettivo	Tipologia
1	Vivere un’esperienza di vacanza educativo-religiosa con un gruppo di giovani ed educatori (40-100 pax) in terra francescana	P
2	Rafforzare e approfondire i rapporti tra partecipanti	P
3	Vivere giornate in relax/divertimento per giovani	P
4	Salvaguardare il rapporto qualità/prezzo	P

8.7.2. ATTRATTORI

PRODOTTO VACANZA FORMATIVA PER GIOVANI ORGANIZZATA DA ENTI RELIGIOSI – SPECIFICHE ATTRATTORI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Luoghi/testimonianze francescane 	<ul style="list-style-type: none"> Basiliche e santuari francescani accessibili con ampi orari di apertura Celebrazioni programmate e condivise con i pellegrini 	<ul style="list-style-type: none"> Famiglie francescane custodi dei luoghi e testimonianze francescane 	1
2	<ul style="list-style-type: none"> Famiglie religiose francescane 	<ul style="list-style-type: none"> Brevi incontri di catechesi 	<ul style="list-style-type: none"> Famiglie francescane 	1.2
3	<ul style="list-style-type: none"> Spazi in door multifunzionali per incontri / celebrazioni (*) 	<ul style="list-style-type: none"> Capienza complessiva ≈ 100 pax Spazi disponibili continuativamente ed esclusivamente per l'intera durata del soggiorno Spazi con layout facilmente riconfigurabili (sedie/tavoli per lavori di gruppo, pareti attrezzate per apporre cartelloni ...) 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità 	2.1, 2.2
4	<ul style="list-style-type: none"> Spazi di preghiera (*) 	<ul style="list-style-type: none"> Cappelle 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità 	2.3
5	<ul style="list-style-type: none"> Spazi out door riservati o ad ampia disponibilità 	<ul style="list-style-type: none"> Spazi all'aperto (parchi, giardini ...) Spazi attrezzati (panche, tavoli ...) Spazi attrezzati per attività sportive (campi calcetto, basket/volley ...) 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità 	3.2

(*) Data la complementarietà alla motivazione del pellegrinaggio la componente in oggetto è classificata come attrattore e non come servizio.

	<i>PROGETTO DESTINAZIONE ASSISI CATALOGO PRODOTTI</i>	<i>R1 febbraio 2019</i>
---	---	-------------------------

8.7.3. SERVIZI

PRODOTTO VACANZA FORMATIVA PER GIOVANI ORGANIZZATA DA ENTI RELIGIOSI – SPECIFICHE ATTRATTORI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Alloggi standard 	<ul style="list-style-type: none"> Camere triple/quadruple Prezzi contenuti 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità 	4.1
2	<ul style="list-style-type: none"> Pasti standard 	<ul style="list-style-type: none"> Orari comuni Prezzi contenuti 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità 	4.1
3	<ul style="list-style-type: none"> Negozi 	<ul style="list-style-type: none"> Souvenir a prezzi contenuti e facilmente trasportabili 	<ul style="list-style-type: none"> Operatori commerciali Associazioni di categoria 	4.2

8.7.4. INFRASTRUTTURA

PRODOTTO VACANZA FORMATIVA PER GIOVANI ORGANIZZATA DA ENTI RELIGIOSI – SPECIFICHE ATTRATTORI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Luoghi e percorsi sicure ed evocativi per escursioni di gruppo a piedi (*) 	<ul style="list-style-type: none"> Parco del Subasio S. Damiano, Rivortorto Bosco S. Francesco 	<ul style="list-style-type: none"> Ente locale di pertinenza 	3.1

8.7.5. IMMAGINE

PRODOTTO VACANZA FORMATIVA PER GIOVANI ORGANIZZATA DA ENTI RELIGIOSI – SPECIFICHE ATTRATTORI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> S. Francesco S. Chiara Francescanesimo Perdono – Indulgenza plenaria 	<ul style="list-style-type: none"> Individuare opportunità associate al segmento 	<ul style="list-style-type: none"> Famiglie francescane Ente locale di pertinenza Popolazione residente Fornitore servizi ospitalità Fornitori servizi pertinenti locali 	Implicito

8.8. PRODOTTO “ESERCIZI SPIRITUALI” B2C

8.8.1. PROFILO

Il **pellegrino esperienziale partecipante proposte locali**, è il pellegrino che giunge ad Assisi, permanendovi per un breve periodo (3-6 gg), per un’esperienza religiosa strutturata proposta da un ente religioso locale (tipicamente famiglie francescane). Assisi può essere una base per visitare i dintorni con identiche motivazioni. Preferisce week end e ponti, estate o tempi di Avvento, Natale, Quaresima. Sceglie prevalentemente case di accoglienza che, di norma, sono anche il contesto dell’esperienza.

Il profilo individua 4 obiettivi di cui 3 classificabili come principali (P) e 1 come secondario (S).

Pellegrino esperienziale partecipante proposte locali B2C- Obiettivi		
#	Obiettivo	Tipologia
1	Vivere una verifica religiosa di vita in terra francescana	P
2	Vivere un’esperienza religiosa di condivisione	P
3	Salvaguardare il rapporto qualità/prezzo	P
4	Servizi speciali orientati alle famiglie con bambini	S

8.8.2. ATTRATTORI

PRODOTTO ESERCIZI SPIRITUALI – SPECIFICHE ATTRATTORI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Luoghi/testimonianze francescane 	<ul style="list-style-type: none"> Basiliche e santuari francescani accessibili con ampi orari di apertura Celebrazioni programmate e condivise con i pellegrini Celebrazioni liturgiche riservate Ricevimento sacramento della penitenza 	<ul style="list-style-type: none"> Famiglie francescane custodi dei luoghi e testimonianze francescane 	1
2	<ul style="list-style-type: none"> Famiglie religiose francescane 	<ul style="list-style-type: none"> Programma di attività strutturato con religiosi/e francescani/e permanentemente presenti 	<ul style="list-style-type: none"> Famiglie francescane 	1.2

PRODOTTO ESERCIZI SPIRITUALI – SPECIFICHE ATTRATTORI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
3	<ul style="list-style-type: none"> Sale per incontri riservati 	<ul style="list-style-type: none"> Capienza ≈ 50-500 pax Sale disponibili continuativamente ed esclusivamente per l'intera durata del soggiorno 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità 	2.1
4	<ul style="list-style-type: none"> Spazi di preghiera 	<ul style="list-style-type: none"> Cappelle 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità 	2.2
5	<ul style="list-style-type: none"> Spazi out door riservati 	<ul style="list-style-type: none"> Spazi silenziosi Spazi all'aperto (parchi, giardini ...) Spazi attrezzati (panche, tavoli ...) 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità 	2.3
6	<ul style="list-style-type: none"> Spazi per i pasti riservati 	<ul style="list-style-type: none"> Capienza ≈ 50-500 pax 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità 	2.4

8.8.3. SERVIZI

PRODOTTO ESERCIZI SPIRITUALI – SPECIFICHE SERVIZI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Alloggi standard 	<ul style="list-style-type: none"> Tranquillità Preferenza per case di accoglienza religiosa Prezzi contenuti 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità 	3
2	<ul style="list-style-type: none"> Pasti standard 	<ul style="list-style-type: none"> Orari comuni Prezzi contenuti 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità 	3
3	<ul style="list-style-type: none"> Spazi e servizi speciali famiglie con bambini 	<ul style="list-style-type: none"> Spazi riservati per bambini Spazi, supporti e servizi alloggio specifici Supporti e servizi ristorativi per famiglie con bambini 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità 	4

	<i>PROGETTO DESTINAZIONE ASSISI CATALOGO PRODOTTI</i>	<i>R1 febbraio 2019</i>
---	---	-------------------------

8.8.4. INFRASTRUTTURA

PRODOTTO ESERCIZI SPIRITUALI – SPECIFICHE SERVIZI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • Parcheggi presso alloggio 	<ul style="list-style-type: none"> • Parcheggi auto standard 	<ul style="list-style-type: none"> • Fornitore servizi ospitalità 	Implicito
2	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi trasporto di linea 	<ul style="list-style-type: none"> • Treni • Bus 	<ul style="list-style-type: none"> • Fornitore servizi pertinenti 	Implicito

8.8.5. IMMAGINE

PRODOTTO ESERCIZI SPIRITUALI – SPECIFICHE SERVIZI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • S. Francesco • S. Chiara • Francescanesimo • Perdono – Indulgenza plenaria • Atmosfere di raccoglimento e meditazione • Natura salvaguardata 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare opportunità associate al segmento 	<ul style="list-style-type: none"> • Famiglie francescane • Ente locale di pertinenza • Popolazione residente • Fornitore servizi ospitalità • Fornitori servizi pertinenti locali 	Implicito

8.9. PRODOTTO “PELLEGRINAGGIO EVENTI RELIGIOSI ORDINARI” B2C

8.9.1 PROFILO

Il **Pellegrino partecipante ad eventi religiosi ordinari**, è il pellegrino che giunge ad Assisi, permanendovi per un breve periodo (2-4gg), sia individualmente che in gruppi informali. Assisi può essere una base per visitare i dintorni con identiche motivazioni.

Di norma sceglie i periodi associati al calendario liturgico cattolico (Avvento, Natale, Pasqua). Sceglie indifferentemente hotel o case di accoglienza. La motivazione religiosa è importante ma non esclusiva.

È un profilo simile al **Pellegrino standard – individuale** ma se ne differenzia per durata del soggiorno, per l'assenza d'intermediazione (limitata di norma al servizio alloggio) e per una maggiore propensione alla spesa.

Il profilo individua 4 obiettivi di cui 1 classificabile come principale (P) e 3 come secondari (S).

Pellegrino partecipante ad eventi religiosi ordinari B2C - Obiettivi

#	Obiettivo	Tipologia
1	Vivere un'esperienza di pellegrinaggio, con famiglia e/o piccolo gruppo di amici, in terra francescana	P
2	Vivere una periodo di relax	S
3	Salvaguardare il rapporto qualità/prezzo	S
4	Vivere alcune brevi esperienze di fede e devozione personale	S

8.9.2. ATTRATTORI

**PRODOTTO PELLEGRINAGGIO EVENTI RELIGIOSI ORDINARI –
SPECIFICHE ATTRATTORI**

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Basilica S. Francesco, S. Chiara e S. Maria degli Angeli 	<ul style="list-style-type: none"> Basiliche e santuari francescani accessibili con ampi orari di apertura Celebrazioni programmate e condivise con i pellegrini Visite guidate (religiosi/e) Ricevere il sacramento della penitenza 	<ul style="list-style-type: none"> Famiglie francescane custodi delle basiliche francescane 	1, 3
2	<ul style="list-style-type: none"> Altri luoghi/testimonianze francescane 	<ul style="list-style-type: none"> Santuari francescani accessibili con ampi orari di apertura Brevi incontri di catechesi Visite guidate (religiosi/e) 	<ul style="list-style-type: none"> Famiglie francescane custodi dei luoghi e testimonianze francescane 	1, 3
3	<ul style="list-style-type: none"> Famiglie religiose francescane 	<ul style="list-style-type: none"> Brevi incontri di catechesi Visite guidate (religiosi/e) Benedizioni speciali (persone/situazioni/oggetti) 	<ul style="list-style-type: none"> Famiglie francescane 	1.2, 3
4	<ul style="list-style-type: none"> Celebrazioni specifiche periodo liturgico 	<ul style="list-style-type: none"> Liturgie Immacolata Liturgie natalizie Liturgie quaresimali Liturgie Pasquali Liturgie ricorrenze francescane 	<ul style="list-style-type: none"> Famiglie religiose Diocesi Parrocchie 	1

8.9.3. SERVIZI

PELLEGRINAGGIO EVENTI RELIGIOSI ORDINARI – SPECIFICHE SERVIZI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Visite guidate (religiose e laiche) ad attrattori religioso-culturali 	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologie a supporto delle visite guidate 	<ul style="list-style-type: none"> Famiglie francescane Fornitore servizi guida 	1.4, 2.6
2	<ul style="list-style-type: none"> Bar esercizi di ristorazione 	<ul style="list-style-type: none"> Localizzazione diffusa Ampia gamma d'offerta per tipologia di esercizio Ampia gamma d'offerta per formule di servizio (tipologie di menù, confezioni da asporto, prenotabilità ...) Offerta degustazioni tipiche 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitori servizi di ristorazione 	4.3
3	<ul style="list-style-type: none"> Bar esercizi di ristorazione – servizi complementari 	<ul style="list-style-type: none"> Servizi igienici standard adeguati Fasciatoi Punti ricarica dispositivi elettronici (smartphone, tablet ...) 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitori servizi di ristorazione 	2.1
4	<ul style="list-style-type: none"> Alloggi 	<ul style="list-style-type: none"> Camere e servizi standard Camere e servizi upgrade 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitori servizi di ospitalità 	4.1

8.9.4. INFRASTRUTTURA

PELLEGRINAGGIO EVENTI RELIGIOSI ORDINARI – SPECIFICHE INFRASTRUTTURA				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Vie di accesso a luoghi e testimonianze francescane con auto 	<ul style="list-style-type: none"> Localizzazione GPS agevole Strade pertinenti scorrevoli Fondo stradale pertinente in condizioni accettabili 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi GPS Famiglie francescane custodi dei luoghi e testimonianze francescane Ente locale di pertinenza 	Implicito

PELLEGRINAGGIO EVENTI RELIGIOSI ORDINARI – SPECIFICHE INFRASTRUTTURA

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
2	<ul style="list-style-type: none"> • Parcheggi presso luoghi e testimonianze francescane 	<ul style="list-style-type: none"> • Parcheggi auto standard 	<ul style="list-style-type: none"> • Ente locale di pertinenza • Fornitori servizi parcheggio 	Implicito
3	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi complementari ai parcheggi presso luoghi e testimonianze francescane 	<ul style="list-style-type: none"> • Servizio navetta auto elettriche ...) • parcheggio-attrattore per persone con esigenze specifiche (disabili ...) • Servizi igienici standard e per persone con esigenze specifiche (disabili ...) • Fasciatoi • Punti ricarica dispositivi elettronici (smartphone, tablet ...) • Spazi punti attesa discesa/salita riparati da agenti atmosferici (pioggia, sole, vento ...) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ente locale di pertinenza • Fornitori servizi parcheggio • Fornitori servizi pertinenti 	Implicito
5	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi di igiene urbana adeguati 	<ul style="list-style-type: none"> • Modalità e tempi di esercizio adeguati alla frequenza/consistenza dei flussi turistici 	<ul style="list-style-type: none"> • Ente locale di pertinenza • Fornitori servizi pertinenti 	2.1.
6	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi igienici pubblici 	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi igienici diffusi, accessibili a tutti (disabilità, persone anziane ...) ed efficienti 	<ul style="list-style-type: none"> • Ente locale di pertinenza • Fornitori servizi pertinenti 	2.1
7	<ul style="list-style-type: none"> • Segnaletica affidabile 	<ul style="list-style-type: none"> • Segnaletica turistica statica aggiornata e mantenuta • Segnaletica turistica dinamica aggiornata in tempo reale 	<ul style="list-style-type: none"> • Ente locale di pertinenza 	2.3

PELLEGRINAGGIO EVENTI RELIGIOSI ORDINARI – SPECIFICHE INFRASTRUTTURA

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
8	<ul style="list-style-type: none"> Popolazione residente accogliente 	<ul style="list-style-type: none"> Comportamenti educati e ragionevolmente tolleranti verso i turisti Prontezza nel prestare soccorso e/o dare indicazioni Attenzione e cura verso i beni pubblici (segnalazione disagi ...) 	<ul style="list-style-type: none"> Ente locale di pertinenza Istituzioni educative Associazioni profit e non profit Associazioni di categoria 	2.2
9	<ul style="list-style-type: none"> Negozi 	<ul style="list-style-type: none"> Souvenir a prezzi contenuti e facilmente trasportabili Prodotti tipici anche pregiati 	<ul style="list-style-type: none"> Operatori commerciali Associazioni di categoria 	4.2

8.9.5. IMMAGINE

PELLEGRINAGGIO EVENTI RELIGIOSI ORDINARI – SPECIFICHE IMMAGINE

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> S. Francesco S. Chiara Francescanesimo Perdono – Indulgenza plenaria Atmosfera del periodo liturgico 	<ul style="list-style-type: none"> Individuare opportunità associate al segmento 	<ul style="list-style-type: none"> Famiglie francescane Ente locale di pertinenza Popolazione residente Fornitore servizi ospitalità Fornitore servizi ristorativi Fornitori servizi pertinenti locali Operatori commerciali Associazioni di categoria 	Implicito

8.10. PRODOTTO “PELEGRINAGGIO EVENTI RELIGIOSI STRAORDINARI” B2C

8.10.1. PROFILO

Il **Pellegrino partecipante ad eventi religiosi straordinari**, è il pellegrino che giunge ad Assisi esclusivamente per partecipare/assistere ad eventi religiosi straordinari (visita del papa o altre autorità religiose, celebrazioni speciali ...) permanendovi per un brevissimo periodo (escursionista o 1-2gg), sia individualmente che in gruppi (informali o organizzati). Per l'eventuale alloggio sceglie indifferentemente hotel o case di accoglienza.

Pellegrino partecipante ad eventi religiosi straordinari B2C - Obiettivi		
#	Obiettivo	Tipologia
1	Assistere/partecipare ad un evento religioso speciale	P
2	Salvaguardare il rapporto qualità/prezzo	P

8.10.2. ATTRATTORI

PRODOTTO PELEGRINAGGIO EVENTI RELIGIOSI STRAORDINARI – SPECIFICHE ATTRATTORI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Evento religioso straordinario 	<ul style="list-style-type: none"> Pellegrinaggio Papa Pellegrinaggi straordinari Celebrazioni centenari francescani Manifestazioni religiose 	<ul style="list-style-type: none"> Famiglie francescane Diocesi Comitato organizzatore 	Implicito

8.10.3. SERVIZI

PRODOTTO PELEGRINAGGIO EVENTI RELIGIOSI STRAORDINARI – SPECIFICHE SERVIZI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Servizi di trasporto ad hoc 	<ul style="list-style-type: none"> Navette di collegamento da centri intermodali ai luoghi dell'evento 	<ul style="list-style-type: none"> Ente locale di pertinenza Comitato organizzatore 	1.3
2	<ul style="list-style-type: none"> Parcheggi bus/auto ad hoc 	<ul style="list-style-type: none"> Piazzole sosta adeguate per bus Spazi di manovra adeguati per bus 	<ul style="list-style-type: none"> Ente locale di pertinenza Comitato organizzatore 	1.1, 1.2

PRODOTTO PELLEGRINAGGIO EVENTI RELIGIOSI STRAORDINARI – SPECIFICHE SERVIZI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
3	<ul style="list-style-type: none"> Bar esercizi di ristorazione 	<ul style="list-style-type: none"> Localizzazione diffusa Ampia gamma d'offerta per tipologia di esercizio Ampia gamma d'offerta per formule di servizio (tipologie di menù, confezioni da asporto, prenotabilità ...) 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitori servizi di ristorazione 	2.2
3	<ul style="list-style-type: none"> Bar esercizi di ristorazione – servizi complementari 	<ul style="list-style-type: none"> Servizi igienici standard adeguati Fasciatoi Punti ricarica dispositivi elettronici (smartphone, tablet ...) 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitori servizi di ristorazione 	2.2

8.10.4. INFRASTRUTTURA

PRODOTTO PELLEGRINAGGIO EVENTI RELIGIOSI STRAORDINARI – SPECIFICHE INFRASTRUTTURA				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Vie di accesso a parcheggi (ad hoc e standard) con bus 	<ul style="list-style-type: none"> Localizzazione GPS agevole Strade pertinenti scorrevoli Fondo stradale pertinente in condizioni accettabili 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi GPS Ente locale di pertinenza Comitato organizzatore 	1.1
2	<ul style="list-style-type: none"> Parcheggi standard 	<ul style="list-style-type: none"> Piazzole sosta adeguate per bus Spazi di manovra adeguati per bus 	<ul style="list-style-type: none"> Ente locale di pertinenza Fornitori servizi parcheggio 	1.2

**PRODOTTO PELLEGRINAGGIO EVENTI RELIGIOSI STRAORDINARI –
SPECIFICHE INFRASTRUTTURA**

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
3	Servizi complementari ai parcheggi standard	<ul style="list-style-type: none"> • Servizio navetta auto elettriche ...) • parcheggio-attrattore per persone con esigenze specifiche (disabili ...) • Servizi igienici standard e per persone con esigenze specifiche (disabili ...) • Fasciatoi • Punti ricarica dispositivi elettronici (smartphone, tablet ...) • Spazi punti attesa discesa/salita riparati da agenti atmosferici (pioggia, sole, vento ...) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ente locale di pertinenza • Fornitori servizi parcheggio • Fornitori servizi pertinenti 	1.2
4	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi di igiene urbana adeguati 	<ul style="list-style-type: none"> • Modalità e tempi di esercizio adeguati alla frequenza/consistenza dei flussi turistici 	<ul style="list-style-type: none"> • Ente locale di pertinenza • Fornitori servizi pertinenti 	1.2
5	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi igienici pubblici 	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi igienici diffusi, accessibili a tutti (disabilità, persone anziane ...) ed efficienti 	<ul style="list-style-type: none"> • Ente locale di pertinenza • Fornitori servizi pertinenti 	2.3

**PRODOTTO PELLEGRINAGGIO EVENTI RELIGIOSI STRAORDINARI –
SPECIFICHE INFRASTRUTTURA**

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
6	<ul style="list-style-type: none"> • Segnaletica affidabile 	<ul style="list-style-type: none"> • Segnaletica turistica statica aggiornata e mantenuta • Segnaletica turistica dinamica aggiornata in tempo reale 	<ul style="list-style-type: none"> • Ente locale di pertinenza 	4.3
7	<ul style="list-style-type: none"> • Popolazione residente accogliente 	<ul style="list-style-type: none"> • Comportamenti educati e ragionevolmente tolleranti verso i turisti • Prontezza nel prestare soccorso e/o dare indicazioni • Attenzione e cura verso i beni pubblici (segnalazione disagi ...) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ente locale di pertinenza • Istituzioni educative • Associazioni profit e non profit • Associazioni di categoria 	4.2
8	<ul style="list-style-type: none"> • Negozi 	<ul style="list-style-type: none"> • Souvenir a prezzi contenuti e facilmente trasportabili • Souvenir evento straordinario 	<ul style="list-style-type: none"> • Operatori commerciali • Associazioni di categoria 	2.2

8.10.5. IMMAGINE

**PRODOTTO PELLEGRINAGGIO EVENTI RELIGIOSI STRAORDINARI –
SPECIFICHE IMMAGINE**

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • S. Francesco • S. Chiara • Francescanesimo • Basiliche papali • Tradizione grandi eventi a carattere religioso 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare opportunità associate al segmento 	<ul style="list-style-type: none"> • Famiglie francescane • Ente locale di pertinenza • Popolazione residente • Fornitore servizi ospitalità • Fornitore servizi ristorativi • Fornitori servizi pertinenti locali • Operatori commerciali • Associazioni di categoria 	Implicito

8.11. PUNTI DI FORZA E DEBOLEZZA

La linea di prodotto TURISMO RELIGIOSO presenta i punti di forza e di debolezza illustrati nella tabella seguente.

LINEA DI PRODOTTO "TURISMO RELIGIOSO"	
Punti di forza	Punti di debolezza
<ul style="list-style-type: none"> • Le famiglie francescane stakeholder chiave: svolgono in maniera ottima la loro missione e costituiscono un punto di forza assoluto della destinazione. • L'immagine di Assisi legata a S. Francesco è letteralmente globale (incluse aree asiatiche), solida e di altissima positività. • La viabilità/mobilità bus è ottimale, parcheggi inclusi. • L'offerta ristorativa è estremamente ampia e completa, in grado di soddisfare turisti con diversa propensione alla spesa. • I servizi igienici presso i parcheggi sono adeguati e pienamente fruibili. Identico discorso per quelli in Piazza S. Francesco e a S. Maria degli Angeli. 	<ul style="list-style-type: none"> • Talvolta qualche componente dell'amministrazione ha mostrato scarsa sensibilità e consapevolezza verso l'anima francescana e religiosa della città. • L'amministrazione dovrebbe mostrare maggiore collaborazione con le iniziative delle famiglie francescane. • La raggiungibilità a costi contenuti dei santuari di S. Damiano e Carceri è insufficiente. Occorre rivalutare il ripristino dei servizi di linea. • I turisti, soprattutto gruppi low cost, non hanno aree attrezzate dove sostare, riposare, consumare un pasto al sacco. Assisi dovrebbe fornire questi servizi, presidiati, nei pressi di tre punti nevralgici: Piazza Matteotti, Piazza del Comune, Piazza S. Francesco/S. Pietro. Il Pincio potrebbe essere candidato per il primo punto. • Non esistono risposte strutturate a disabilità diffusa (p.e. circa gli anziani). Spesso vengono richieste sedie a ruote presso i parcheggi e devono essere prenotate ad hoc. • Le Basiliche hanno orari di apertura limitati. • Le lingue delle confessioni sono limitate a quelle europee • La trasparenza tariffaria dei taxi è insufficiente. Occorre maggiore regolamentazione e controllo. L'impiego obbligato dei taxi per raggiungere S. Damiano e le Carceri è problematico. • I vigili urbani non posseggono un'adeguata dimestichezza con le lingue (almeno le più diffuse). • Nei periodi ad alta intensità di flussi l'accesso alle Basiliche è caotico. • Spesso i pubblici esercizi mostrano scarsa trasparenza tariffaria applicando prezzi diversi tra residenti e turisti.

LINEA DI PRODOTTO “TURISMO RELIGIOSO”	
Punti di forza	Punti di debolezza
	<ul style="list-style-type: none"> • Occorre un ridisegno complessivo del sistema informativo turistico: le richieste dei turisti sono sempre più specifiche e selettive. • Gli alti affitti dei negozi provoca un effetto di desertificazione della città: Un problema grave che deve essere affrontato. • I servizi igienici pubblici, soprattutto in centro e segnatamente in occasioni di eventi, sono inadeguati. La chiusura alle 19 è troppo limitante. La stessa frequenza di pulizia deve essere correlata all'intensità dei flussi turistici. • L'attuale segnaletica turistica statica, monolingue, è inadeguata (anche per collocazione). • Alcune strade, soprattutto riferite a strutture ricettive periferiche, presentano gravi problemi di manutenzione e risultano percorribili con difficoltà.

Complessivamente la linea di prodotto in oggetto presenta un livello di maturità abbastanza avanzato e comunque elevata attrattività. L'immagine di Assisi collegata a S. Francesco è solidissima. Viabilità/mobilità dei bus risulta adeguata anche in alcuni aspetti complementari (qualità dei servizi igienici).

Le maggiori criticità sono rappresentate dalla carente accoglienza semplice per il turismo di gruppo low cost, dalla trasparenza tariffaria degli esercizi commerciali (taxi inclusi) e dalla raggiungibilità scarsamente agevole dei santuari di S. Damiano e delle Carceri. Un problema segnalato è quello degli affitti elevati che impediscono l'apertura e lo sviluppo degli esercizi commerciali.

9. MACROSEGMENTO RELAX & BENESSERE

9.1. INTRODUZIONE

Il macrosegmento Relax & Benessere comprende turisti che raggiungono il territorio di Assisi per motivazioni prevalentemente legate alla necessità di prendersi una pausa dalle ordinarie attività e di rigenerarsi nel riposo e nella cura del proprio corpo.

Di norma i turisti appartenenti ai suddetti segmenti sono intermediati solo per quanto concerne il servizio alloggio per cui in questa sezione sono presenti solo profili B2C.

PROFILI B2C

1. **Turista del relax in villa;**
2. **Turista del benessere;**
3. **Turista del relax rurale.**

9.2. PRODOTTO “RELAX IN VILLA” B2C

9.2.1. PROFILO

Il **Turista del relax in villa**, è un turista che predilige i dintorni rurali di Assisi, alloggiando in ville o agriturismi qualificati, piuttosto che i centri abitati del territorio. Viaggia in coppia, in famiglia o con pochi amici, tra aprile e ottobre trattenendosi per una settimana circa. Lo scopo del soggiorno è il relax ricercato in luoghi appartati, poco frequentati, immersi nel verde, con viste panoramiche. Trascorre gran parte del tempo all’interno della struttura, di norma, chiede la disponibilità della piscina e ama orari di servizio flessibili.

Mostra una buona propensione alla spesa e talvolta raggiunge il centro storico per brevi e qualificati shopping, degustazioni enogastronomiche ed eventi.

Il profilo individua 4 obiettivi di cui 1 classificabile come principale (P) e 3 come secondari (S).

Turista del relax in villa B2C - Obiettivi		
#	Obiettivo	Tipologia
1	Vivere un’esperienza di relax in coppia, famiglia e amici in contesti rurali	P
2	Degustare enogastronomia tipica c/o l’alloggio	S
3	Effettuare semplici escursioni nei dintorni e/o centro storico	S
4	Fare shopping, degustazioni, assistere ad eventi	S

9.2.2. ATTRATTORI

PRODOTTO RELAX IN VILLA – SPECIFICHE ATTRATTORI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Contesto rurale di qualità 	<ul style="list-style-type: none"> Tranquillità Sicurezza (security/safety) Percorsi verdi per semplici passeggiate Viste panoramiche 	<ul style="list-style-type: none"> Ente locale di pertinenza Popolazione residente Forze di ordine pubblico 	1.6, 1.7
2	<ul style="list-style-type: none"> Alloggio tipico, confortevole e di pregio 	<ul style="list-style-type: none"> Immobili rurali tipici e di pregio Unità abitative ampie preferibilmente autonome Parco/giardino riservati Spazi in/out door discreti Piscina ampia e ombreggiata 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità 	1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 1.5
3	<ul style="list-style-type: none"> Enogastronomia tipica c/o alloggio 	<ul style="list-style-type: none"> Preparazioni enogastronomiche tipiche Preparazioni casalinghe (anche parziali) Collaborare alla preparazione dei cibi 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi ospitalità 	2
4	<ul style="list-style-type: none"> Centri storici accoglienti e di qualità 	<ul style="list-style-type: none"> Centro storico di Assisi e altre località tipiche limitrofe (Spello, Bevagna ...) 	<ul style="list-style-type: none"> Ente locale di competenza 	Implicito

9.2.3. SERVIZI

PRODOTTO RELAX IN VILLA – SPECIFICHE SERVIZI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Informazioni specifiche su centri storici 	<ul style="list-style-type: none"> Percorsi slow panoramici Percorsi di interesse naturalistico 	<ul style="list-style-type: none"> Servizi IAT Fornitore servizi ospitalità 	2.1

PRODOTTO RELAX IN VILLA – SPECIFICHE SERVIZI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
2	<ul style="list-style-type: none"> Autonoleggi 	<ul style="list-style-type: none"> Noleggio auto standard Noleggio auto con conducente 	<ul style="list-style-type: none"> Servizi autonoleggio 	2.2
3	<ul style="list-style-type: none"> Guide ad attrattori culturali, paesaggistici e naturalistici 	<ul style="list-style-type: none"> Guide turistiche standard Guide turistiche specializzate 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi guida turistica 	2.3
4	<ul style="list-style-type: none"> Servizi ristorativi qualificati 	<ul style="list-style-type: none"> Enotecche Cantine Ristoranti tipici 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitori servizi di competenza Fornitori servizi ristorativi 	3.3, 3.4

9.2.4. INFRASTRUTTURA

PRODOTTO RELAX IN VILLA – SPECIFICHE INFRASTRUTTURA				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Servizi cura della persona 	<ul style="list-style-type: none"> Servizi estetici Servizi parrucchieria 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitori servizi di competenza Fornitore servizi ristorativi Associazioni di categoria 	3.2
2	<ul style="list-style-type: none"> Negozi qualificati 	<ul style="list-style-type: none"> Artigianato artistico Studi d'arte Prodotti floreali Prodotti tipici enogastronomici Tessuti Abbigliamento 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitori servizi di competenza Associazioni di categoria 	3

PRODOTTO RELAX IN VILLA – SPECIFICHE INFRASTRUTTURA

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
3	<ul style="list-style-type: none"> • Eventi qualificati 	<ul style="list-style-type: none"> • Spettacoli folkloristici • Mostre/esposizioni • Conferenze 	<ul style="list-style-type: none"> • Fornitori servizi di competenza 	4.5
4	<ul style="list-style-type: none"> • Coltivazioni tipiche 	<ul style="list-style-type: none"> • Vigneti • Oliveti • Lavandeti • Roseti 	<ul style="list-style-type: none"> • Coltivatori di competenza • Associazioni di categoria 	4.5

9.2.5. IMMAGINE

PRODOTTO RELAX IN VILLA – SPECIFICHE IMMAGINE

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • Natura antropizzata e salvaguardata • Paesaggio agricolo • Paesaggio collinare • Borghi • Vita semplice e naturale • Alimentazione tipica • Tranquillità • Sicurezza 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare opportunità associate al segmento 	<ul style="list-style-type: none"> • Coltivatori di competenza • Associazioni di categoria • Ente locale di competenza • Popolazione residente • Associazioni culturali • Associazioni sportive • Fornitore servizi ristorativi • Fornitore servizi noleggio auto • Operatori commerciali • Fornitore servizi alloggio 	Implicito

9.3. PRODOTTO “TURISTA DEL BENESSERE” B2C

9.3.1. PROFILO

Il **Turista del benessere**, è un turista che sceglie un centro benessere per il proprio relax e rigenerazione. Viaggia in coppia o con pochi amici, in ogni periodo dell’anno anche se preferibilmente tra marzo e ottobre trattenendosi per periodi di 2-7 giorni.

	<i>PROGETTO DESTINAZIONE ASSISI CATALOGO PRODOTTI</i>	<i>R1 febbraio 2019</i>
---	---	-------------------------

Mostra una buona propensione alla spesa e talvolta raggiunge il centro storico per brevi e qualificati shopping, degustazioni enogastronomiche ed eventi.

Turista del benessere B2C- Obiettivi		
#	Obiettivo	Tipologia
1	Vivere un'esperienza di relax psicofisico in coppia o con amici in un centro benessere	P
2	Effettuare escursioni nei dintorni e/o centro storico	S
3	Fare shopping, degustazioni, assistere ad eventi	S

9.3.2. ATTRATTORI

PRODOTTO BENESSERE – SPECIFICHE ATTRATTORI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • Centro benessere 	<ul style="list-style-type: none"> • Varietà trattamenti • Tranquillità • Sicurezza (security/safety) • Riservatezza 	<ul style="list-style-type: none"> • Fornitore servizi benessere 	1.1
2	<ul style="list-style-type: none"> • Alloggio tipico, confortevole e di pregio 	<ul style="list-style-type: none"> • Immobili tipici e di pregio • Unità abitative ampie preferibilmente autonome • Parco/giardino riservati • Spazi in/out door discreti • Viste panoramiche 	<ul style="list-style-type: none"> • Fornitore servizi ospitalità 	1.2, 1.3, 1.4, 1.5, 1.6
4	<ul style="list-style-type: none"> • Centri storici accoglienti e di qualità 	<ul style="list-style-type: none"> • Centro storico di Assisi e altre località tipiche limitrofe (Spello, Bevagna ...) 	<ul style="list-style-type: none"> • Fornitore servizi ospitalità • Servizi IAT 	2.1

9.3.3. SERVIZI

PRODOTTO BENESSERE – SPECIFICHE SERVIZI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • Informazioni specifiche su centri storici e turismo rurale 	<ul style="list-style-type: none"> • Percorsi slow panoramici • Percorsi di interesse naturalistico 	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi IAT • Fornitore servizi ospitalità 	2.1

PRODOTTO BENESSERE – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
2	<ul style="list-style-type: none"> Autonoleggi 	<ul style="list-style-type: none"> Noleggio auto standard Noleggio auto con conducente 	<ul style="list-style-type: none"> Servizi autonoleggio 	2.2
3	<ul style="list-style-type: none"> Guide ad attrattori culturali, paesaggistici e naturalistici 	<ul style="list-style-type: none"> Guide turistiche standard Guide turistiche specializzate 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi guida turistica 	2.3
4	<ul style="list-style-type: none"> Servizi ristorativi qualificati 	<ul style="list-style-type: none"> Enotecche Cantine Ristoranti tipici 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitori servizi di competenza Fornitori servizi ristorativi 	3.3, 3.4

9.3.4. INFRASTRUTTURA

PRODOTTO BENESSERE – SPECIFICHE INFRASTRUTTURA

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Servizi cura della persona 	<ul style="list-style-type: none"> Servizi estetici Servizi parrucchieria 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitori servizi di competenza Fornitore servizi ristorativi Associazioni di categoria 	3.2
2	<ul style="list-style-type: none"> Negozi qualificati 	<ul style="list-style-type: none"> Artigianato artistico Studi d'arte Prodotti floreali Prodotti tipici enogastronomici Tessuti Abbigliamento 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitori servizi di competenza Associazioni di categoria 	3.1

PRODOTTO BENESSERE – SPECIFICHE INFRASTRUTTURA

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
3	<ul style="list-style-type: none"> • Eventi qualificati 	<ul style="list-style-type: none"> • Spettacoli folkloristici • Mostre/esposizioni • Conferenze 	<ul style="list-style-type: none"> • Fornitori servizi di competenza 	3.5
4	<ul style="list-style-type: none"> • Coltivazioni tipiche 	<ul style="list-style-type: none"> • Vigneti • Oliveti • Lavandeti • Roseti 	<ul style="list-style-type: none"> • Coltivatori di competenza • Associazioni di categoria 	3.5

9.3.5. IMMAGINE

PRODOTTO BENESSERE – SPECIFICHE IMMAGINE

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> • Natura antropizzata e salvaguardata • Paesaggio agricolo • Paesaggio collinare • Borghi • Vita semplice e naturale • Alimentazione tipica • Tranquillità • Sicurezza 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare opportunità associate al segmento 	<ul style="list-style-type: none"> • Coltivatori di competenza • Associazioni di categoria • Ente locale di competenza • Popolazione residente • Associazioni culturali • Associazioni sportive • Fornitore servizi ristorativi • Fornitore servizi noleggio auto • Operatori commerciali • Fornitore servizi alloggio 	Implicito

9.4. PRODOTTO “RELAX RURALE” B2C

9.4.1 PROFILO

Il **Turista del relax rurale**, è un turista che predilige i dintorni di campagna/collina di Assisi, alloggiando in ville o agriturismi, piuttosto che i centri abitati del territorio. Viaggia in coppia, in famiglia o con pochi amici, tra aprile e ottobre trattenendosi per una settimana circa. Lo scopo del soggiorno è il relax ricercato sia soggiornando in luoghi immersi nel verde, con viste panoramiche

ma anche effettuando escursioni, non impegnative, a piedi o in bici in luoghi facilmente raggiungibili dalla struttura.

Ama passeggiare nei centri storici ma anche raggiungere borghi o luoghi dove è possibile godere del paesaggio e dell'immersione nella natura antropizzata.

Apprezza l'enogastronomia locale sia nella struttura che presso ristoranti.

Il profilo individua 5 obiettivi di cui 4 classificabili come principali (P) e 1 come secondario (S).

Turista del relax rurale B2C - Obiettivi		
#	Obiettivo	Tipologia
1	Alloggiare in coppia, famiglia e amici in contesti rurali	P
2	Effettuare escursioni in contesti naturali circostanti	P
3	Effettuare escursioni nei borghi circostanti	P
4	Degustare enogastronomia tipica	P
5	Fare shopping, degustazioni, assistere ad eventi	S

9.4.2. ATTRATTORI

PRODOTTO RELAX RURALE – SPECIFICHE ATTRATTORI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Contesto rurale di qualità 	<ul style="list-style-type: none"> Tranquillità Sicurezza (security/safety) Viste panoramiche 	<ul style="list-style-type: none"> Ente locale di pertinenza Popolazione residente Forze di ordine pubblico 	1
2	<ul style="list-style-type: none"> Percorsi naturalistici sentieristica per escursioni a piedi/in bici 	<ul style="list-style-type: none"> Sentieri Parco Subasio Sentieri pianeggianti Sentieri collinari 	<ul style="list-style-type: none"> Ente locale di pertinenza Ente Parco 	2.1
3	<ul style="list-style-type: none"> Centri storici accoglienti e di qualità 	<ul style="list-style-type: none"> Centro storico di Assisi e altre località tipiche limitrofe (Spello, Bevagna ...) 	<ul style="list-style-type: none"> Ente locale di competenza 	Implicito

9.4.3. SERVIZI

PRODOTTO RELAX RURALE – SPECIFICHE SERVIZI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Informazioni specifiche su centri storici 	<ul style="list-style-type: none"> Percorsi slow panoramici Percorsi di interesse naturalistico 	<ul style="list-style-type: none"> Servizi IAT Fornitore servizi ospitalità 	3.1
2	<ul style="list-style-type: none"> Autonoleggi 	<ul style="list-style-type: none"> Noleggio auto standard Noleggio auto con conducente 	<ul style="list-style-type: none"> Servizi autonoleggio 	3.2
3	<ul style="list-style-type: none"> Guide ad attrattori culturali, paesaggistici e naturalistici 	<ul style="list-style-type: none"> Guide turistiche standard Guide turistiche specializzate 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi guida turistica 	3.3
4	<ul style="list-style-type: none"> Servizi ristorativi qualificati 	<ul style="list-style-type: none"> Enotecche Cantine Ristoranti tipici 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitori servizi di competenza Fornitori servizi ristorativi 	4
5	<ul style="list-style-type: none"> Informazioni specifiche su percorsi naturalistici 	<ul style="list-style-type: none"> Percorsi slow panoramici piedi/bici Percorsi di interesse naturalistico piedi/bici 	<ul style="list-style-type: none"> Servizi IAT Fornitore servizi ospitalità 	2.2
6	<ul style="list-style-type: none"> Servizi ristorativi da asporto 	<ul style="list-style-type: none"> Panini Cestini escursioni 	<ul style="list-style-type: none"> Bar Enotecche Fornitori servizi ristorativi 	2.3
7	<ul style="list-style-type: none"> Noleggio bici 	<ul style="list-style-type: none"> Noleggio bici standard 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore servizi noleggio bici 	2.4

9.4.4. INFRASTRUTTURA

PRODOTTO RELAX RURALE – SPECIFICHE INFRASTRUTTURA				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Servizi cura della persona 	<ul style="list-style-type: none"> Servizi estetici Servizi parrucchieria 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitori servizi di competenza Fornitore servizi ristorativi Associazioni di categoria 	3.2
2	<ul style="list-style-type: none"> Negozi qualificati 	<ul style="list-style-type: none"> Artigianato artistico Studi d'arte Prodotti floreali Prodotti tipici enogastronomici Tessuti Abbigliamento 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitori servizi di competenza Associazioni di categoria 	3
3	<ul style="list-style-type: none"> Eventi qualificati 	<ul style="list-style-type: none"> Spettacoli folkloristici Mostre/esposizioni Conferenze 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitori servizi di competenza 	4.5
4	<ul style="list-style-type: none"> Coltivazioni tipiche 	<ul style="list-style-type: none"> Vigneti Oliveti Lavandeti Roseti 	<ul style="list-style-type: none"> Coltivatori di competenza Associazioni di categoria 	4.5

9.4.5. IMMAGINE

PRODOTTO RURALE – SPECIFICHE IMMAGINE				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisito
1	<ul style="list-style-type: none"> Natura antropizzata e salvaguardata Paesaggio agricolo Paesaggio collinare Borghi Vita semplice e naturale Alimentazione tipica Tranquillità Sicurezza 	<ul style="list-style-type: none"> Individuare opportunità associate al segmento 	<ul style="list-style-type: none"> Coltivatori di competenza Associazioni di categoria Ente locale di competenza Popolazione residente Associazioni culturali Associazioni sportive 	Implicito

9.5. PUNTI DI FORZA E DEBOLEZZA

La linea di prodotto RELAX & BENESSERE presenta i punti di forza e di debolezza illustrati nella tabella seguente.

LINEA DI PRODOTTO "RELAX & BENESSERE"	
Punti di forza	Punti di debolezza
<ul style="list-style-type: none"> • L'immagine di Umbria cuore verde d'Italia sostiene con forza un paesaggio antropizzato e salvaguardato come quello che Assisi e dintorni possono offrire. • Robusta immagine Assisi legata ai tematismi natura, pace, armonia, tranquillità. • Il Parco del Subasio, pur comprendendo solo una parte dell'offerta complessiva del territorio, risulta una risorsa tanto preziosa quanto praticamente inespressa di cui occorre investigare sistematicamente le opportunità. • Le strutture benessere sono di grande pregio, offrono servizi di qualità presentando diversi caratteri di unicità. 	<ul style="list-style-type: none"> • I prodotti Relax & Benessere appaiono come prodotti ancora poco maturi e apparentemente marginali rispetto agli altri prodotti turistici di Assisi da tempo consolidati. • C'è difficoltà a condividere opportunità e interessi con il territorio. Sembra ci sia scarsa consapevolezza diffusa del proprio ruolo imprenditoriale e delle interazioni con il territorio che esso necessariamente comporta. • Questa potrebbe però essere solo la percezione corrente degli operatori che non hanno ancora sufficientemente focalizzato la propria offerta. • Gran parte delle strutture sono costituite da unità abitative multiple annesse all'edificio del proprietario/manager e questa caratteristica strutturale contrasta le esigenze dei segmenti di clientela desiderosi invece di completa autonomia di soggiorno. • Altra caratteristica strutturale problematica è costituita dalla piscine completamente assolate prive di zone d'ombra, caratteristica desiderata invece da segmenti che privilegiano il relax rurale.

Complessivamente la linea di prodotto in oggetto presenta uno livello di sviluppo ancora embrionale. Nel dettaglio è conveniente distinguere tra le strutture benessere e strutture più vocate al turismo del relax rurale.

Nel caso del benessere esiste un'offerta numericamente limitata ma di altissima qualità attratti con caratteri di unicità assoluta e perfettamente integrati con il contesto territoriale. Le proposte sono ben strutturate, frutto di un'attenta progettazione ed investimenti adeguati. Complessivamente un'offerta ben organizzata con ulteriori margini di crescita.

Nel caso del turismo del relax esiste un'offerta numericamente molto vasta in termini di esercizi sebbene di dimensioni contenute. Accanto ad un numero limitato di eccellenze consolidate (alcune con esperienze maturate ultradecennali) ve n'è un'ampia parte che presenta, al contrario, una consapevolezza molto relativa circa il tipo di business che esercitano che si riflette in una

	<i>PROGETTO DESTINAZIONE ASSISI CATALOGO PRODOTTI</i>	<i>R1 febbraio 2019</i>
---	---	-------------------------

insufficiente focalizzazione circa profili cliente e offerte conseguenti (e relativa capacità commerciale).

Relax & benessere è comunque una linea di prodotto da attenzionare nell'ottica di una diversificazione dell'offerta turistica della destinazione soprattutto in direzione delle nicchie.

10. PRODOTTI PER SEGMENTI B2B

10.1. INTRODUZIONE

Un approfondimento della riflessione sui 10 profili B2B individuati in sede di profilazione della domanda ha evidenziato una larga sovrapposibilità tra gli stessi e, semplificando, è possibile operarne una fondamentale riduzione, anche rispetto alle linee di prodotto, a due sole tipologie principali:

- **Profilo intermediario standard**, identificante i tradizionali intermediari generalisti (agenzie di viaggi dettaglianti e tour operator) privi di uno specifico posizionamento;
- **Profilo organizzazione special interest**, identificante organizzazioni specializzate in specifici prodotti che possono essere sia *non profit* (associazioni amatoriali, parrocchie ...) sia *profit* (di nuovo agenzie di viaggi dettaglianti e tour operator).

In seguito a tale riduzione si ritiene sufficiente delineare due sole tipologie di prodotto B2B, descritte rispettivamente nei due paragrafi successivi.

Ciascun prodotto viene preceduto da una riformulazione del profilo correlato basato sulla riduzione suddetta.

Si sottolinea che il prodotto B2B, data la natura del target (come si evince dai profili descritti nel *Portafoglio Profili Cliente*), è strutturalmente diverso dai prodotti B2C correlati. Infatti esso, in quanto cliente *business*, non acquista *solo* i prodotti turistici che intende intermediare (già descritti nei capitoli precedenti) ma anche i servizi che gli consentono di condurre a buon fine la transazione. I prodotti B2B oggetto del presente capitolo saranno dunque descritti esclusivamente in questi termini.

10.2. PRODOTTO “INTERMEDIAZIONE STANDARD” B2B

10.2.1. PROFILO

Il profilo **Intermediario standard** è un profilo di tipo B2B che descrive un’organizzazione generalista in grado di organizzare tecnicamente qualunque tipologia di viaggio e priva di specifici posizionamenti di mercato.

Il profilo individua 4 obiettivi tutti principali (P).

Intermediario standard B2B - Obiettivi

#	Obiettivi	Tipologia
1	Contrattualizzare i servizi con efficacia ed efficienza	P
2	Gestire i servizi con efficacia ed efficienza	P
3	Gestire le transazioni di back office con efficacia ed efficienza	P

10.2.2. SERVIZI

PRODOTTO INTERMEDIAZIONE STANDARD – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisiti
1	<ul style="list-style-type: none"> Informazioni strutturali relative al prodotto 	<ul style="list-style-type: none"> Schede prodotto dettagliate e complete Documentazione digitalizzata, multimediale e accessibile on/off line 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore attrattori di competenza Fornitori servizi di competenza Fornitore infrastrutturale di competenza Stakeholder immagine di competenza 	1
2	<ul style="list-style-type: none"> Informazioni relative al contratto 	<ul style="list-style-type: none"> Prezzi Formule contrattuali (allotment, release, penali ...) Formule di pagamento (anticipi, scadenze ...) Documentazione digitalizzata e accessibile on/off line 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore attrattori di competenza Fornitori servizi di competenza Fornitore infrastrutturale di competenza 	1
3	<ul style="list-style-type: none"> Servizio di prenotazione 	<ul style="list-style-type: none"> Modalità di prenotazione (on/off line) con gestione delle relative eccezioni (modifiche, cancellazioni, no show, oversale ...) 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore attrattori di competenza Fornitori servizi di competenza Fornitore infrastrutturale di competenza 	2
4	<ul style="list-style-type: none"> Controllo qualità della fornitura 	<ul style="list-style-type: none"> Rilevazione non conformità di prodotto/sistema Gestione azioni correttive Verifica efficacia azioni correttive 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore attrattori di competenza Fornitori servizi di competenza Fornitore infrastrutturale di competenza 	2

PRODOTTO INTERMEDIAZIONE STANDARD – SPECIFICHE SERVIZI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisiti
5	<ul style="list-style-type: none"> Servizi di rendicontazione e fatturazione 	<ul style="list-style-type: none"> Rendicontazione dettagliata e completa (quantità/tipologia di prodotto transate, non conformità rilevate ...) Fatturazione conforme alle norme contrattuali 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore attrattori di competenza Fornitori servizi di competenza Fornitore infrastrutturale di competenza 	3
6	<ul style="list-style-type: none"> Servizi di pagamento 	<ul style="list-style-type: none"> Pagamenti conformi alle norme contrattuali (causali, importi, modalità ...) 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore attrattori di competenza Fornitori servizi di competenza Fornitore infrastrutturale di competenza 	3

10.3. PRODOTTO “ORGANIZZAZIONE SPECIAL INTEREST” B2B

10.3.1. PROFILO

Il profilo **Organizzatore Special Interest** è un profilo di tipo B2B che descrive un’organizzazione, profit o non profit, specializzata nel servire segmenti specifici di turisti.

Il profilo individua 4 obiettivi tutti principali (P).

Organizzatore Special Interest B2B - Obiettivi		
#	Obiettivi	Tipologia
1	Contrattualizzare i servizi con efficacia ed efficienza	P
2	Gestire i servizi con efficacia ed efficienza	P
3	Gestire le transazioni di back office con efficacia ed efficienza	P
4	Immagine turistica della destinazione qualificata	P

10.3.2. SERVIZI

I servizi in oggetto sono in gran parte coincidenti con quelli del prodotto precedente e se ne differenziano solo per qualche dettaglio relativo all’obiettivo 1 e soprattutto in relazione al conseguimento dell’obiettivo 4.

PRODOTTO ORGANIZZAZIONE SPECIAL INTEREST – SPECIFICHE SERVIZI

#	Componente	Note	Responsabilità	Requisiti
1	<ul style="list-style-type: none"> Informazioni strutturali relative al prodotto 	<ul style="list-style-type: none"> Schede prodotto dettagliate e complete Documentazione digitalizzata, multimediale e accessibile on/off line 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore attrattori di competenza Fornitori servizi di competenza Fornitore infrastrutturale di competenza Stakeholder immagine di competenza 	1
2	<ul style="list-style-type: none"> Ispezioni in luogo delle specifiche di prodotto/sistema di produzione (*) 	<ul style="list-style-type: none"> Ispezioni attrattori (o di una loro selezione) Ispezioni servizi (o di una loro selezione) Ispezioni infrastruttura (o di una loro selezione) 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore attrattori di competenza Fornitori servizi di competenza Fornitore infrastrutturale di competenza 	1
3	<ul style="list-style-type: none"> Informazioni relative al contratto 	<ul style="list-style-type: none"> Prezzi Formule contrattuali (allotment, release, penali ...) Formule di pagamento (anticipi, scadenze ...) Documentazione digitalizzata e accessibile on/off line 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore attrattori di competenza Fornitori servizi di competenza Fornitore infrastrutturale di competenza 	1
4	<ul style="list-style-type: none"> Servizio di prenotazione 	<ul style="list-style-type: none"> Modalità di prenotazione (on/off line) con gestione delle relative eccezioni (modifiche, cancellazioni, no show, oversale ...) 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore attrattori di competenza Fornitori servizi di competenza Fornitore infrastrutturale di competenza 	2

(*) Oggetto, modalità e tempi delle ispezioni sono fortemente dipendenti dal tipo di *special interest*. Ad esempio per un MICE planner le ispezioni riguarderanno spazi congressuali, palazzi storici mentre per i prodotti bike riguarderanno i percorsi, la relativa dotazione, il livello di assistenza delle guide

...

PRODOTTO ORGANIZZAZIONE SPECIAL INTEREST – SPECIFICHE SERVIZI				
#	Componente	Note	Responsabilità	Requisiti
5	<ul style="list-style-type: none"> Controllo qualità della fornitura 	<ul style="list-style-type: none"> Rilevazione non conformità di prodotto/sistema Gestione azioni correttive Verifica efficacia azioni correttive 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore attrattori di competenza Fornitori servizi di competenza Fornitore infrastrutturale di competenza 	2
6	<ul style="list-style-type: none"> Servizi di rendicontazione e fatturazione 	<ul style="list-style-type: none"> Rendicontazione dettagliata e completa (quantità/tipologia di prodotto transate, non conformità rilevate ...) Fatturazione conforme alle norme contrattuali 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore attrattori di competenza Fornitori servizi di competenza Fornitore infrastrutturale di competenza 	3
7	<ul style="list-style-type: none"> Servizi di pagamento 	<ul style="list-style-type: none"> Pagamenti conformi alle norme contrattuali (causali, importi, modalità ...) 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore attrattori di competenza Fornitori servizi di competenza Fornitore infrastrutturale di competenza 	3
8	<ul style="list-style-type: none"> Immagine della destinazione (*) 	<ul style="list-style-type: none"> Indagine a distanza on/off line sull'immagine della destinazione Indagine in presenza sull'immagine della destinazione 	<ul style="list-style-type: none"> Fornitore attrattori di competenza Fornitori servizi di competenza Fornitore infrastrutturale di competenza Stakeholder immagine di competenza 	4

(*) Oggetto, modalità e tempi delle indagini sono fortemente dipendenti dal tipo di *special interest*. Ad esempio per i prodotti del turismo culturale riguarderanno musei, mostre, concerti ... mentre per i prodotti del benessere riguarderanno i trattamenti, il comfort degli ambienti ...



*PROGETTO DESTINAZIONE ASSISI
CATALOGO PRODOTTI*

R1 febbraio 2019

11. PERFORMANCE MANAGEMENT DELLA DOMANDA

Tra i diversi **KPI** candidati a misurare la performance management dei prodotti del catalogo si suggerisce la **qualità percepita dai clienti**, espressa in ambiente web, e basata su rating e recensioni on line (per le caratteristiche B2C). Per i prodotti B2B si suggerisce di fare riferimento a rilevazioni dirette e condivise dagli operatori. È preferibile rimandare l'introduzione di KPI più complessi e sofisticati nel momento in cui tali KPI dimostreranno la loro efficacia ed efficienza.

Dunque si farà riferimento alle seguenti fonti (soggette comunque a revisione periodica):

- **Rating** espressi su
 - Trivago;
 - Tripadvisor;
 - Booking.com;
 - Expedia;
 - Google.

In particolare ci si riferirà alle diverse tipologie di consumo (business, vacanza, gruppo ...), ove disponibili.

- **Sentiment** (misurato in base ad una scala personalizzata) rilevato ed interpretato dalle recensioni on line selezionate sulla base di
 - key word specifiche;
 - altri attributi (data ...).

La frequenza di rilevazione proposta è mensile.



Innovazione e Consulenza
Integrata per il Turismo

www.incipitconsulting.it

INCIPIT Consulting
Società Cooperativa
P. IVA 03389000542
www.incipitconsulting.it
info@incipitconsulting.it

Sede Legale
Via G.B. Pontani, 14
06128 Perugia
Tel. +39 075 500 8600
Fax +39 075 500 8661

Sede Operativa Perugia
Ferraia
Via dei Mastri, 1
06089 Torgiano (PG)
Tel./Fax +39 075 393 621

Sede Operativa Roma
COWALL Creatività e Cultura
Via Giuseppe Libetta, 15/c
00154 Roma
Tel. +39 347 173 5155