

LIVING LAB STRUTTURE RICETTIVE



UNIONE MONTANA
DEI COMUNI
DEL MUGELLO

Mugello
LA TOSCANA AUTENTICA





PERCHE'
SIAMO QUI:

Comprendere le reali esigenze del territorio e strutturare un'offerta turistica, coinvolgendo gli **operatori locali** non in qualità di osservatori ma di veri e propri attori delle scelte, contribuendo alla **progettazione e realizzazione dei prodotti turistici** e alla loro commercializzazione

A COSA
SERVONO I
LABS?

- Progettare e organizzare **esperienze, pacchetti, attività da commercializzare;**
- Progettare e realizzare **campagne di promo-commercializzazione** e direct marketing;
- Progettare e realizzare campagne di **brand building.**

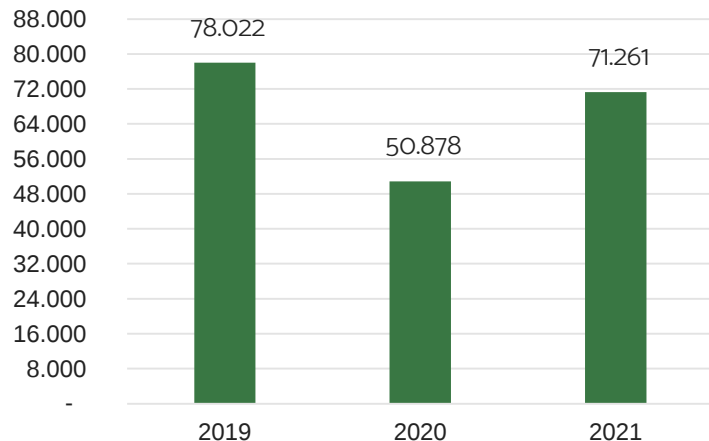


Mugello
LA TOSCANA
AUTENTICA

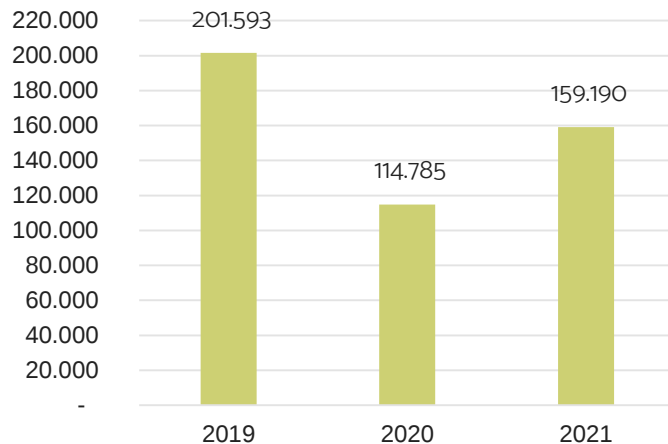
MOVIMENTI TURISTICI IN MUGELLO

ITALIANI: 2019-2021

ARRIVI ITALIANI NEL PERIODO 2019-2021



PRESENZE ITALIANI NEL PERIODO 2019-2021



Come possiamo vedere gli **arrivi** e **presenze** dell'ultimo anno di analisi sono senza dubbio cresciuti rispetto al calo causato dalla pandemia nel 2020, tuttavia **non ancora ai livelli del 2019**. Questo è particolarmente vero per i numeri relativi alle presenze, ovvero di coloro che soggiornano sul territorio.

Fonte dati: Banca dati regionale sul turismo.

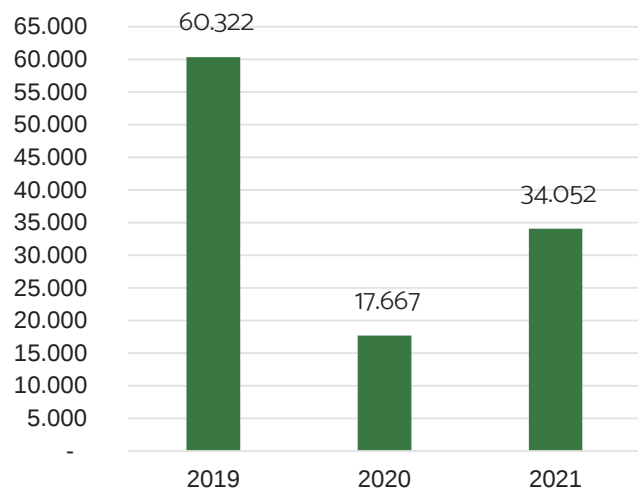


Mugello
LA TOSCANA AUTENTICA

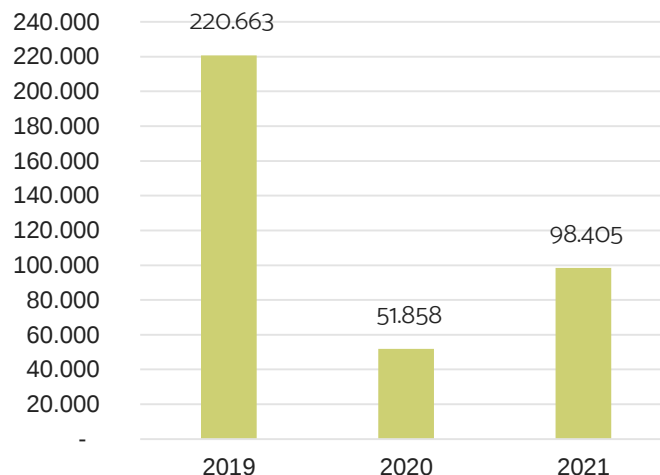
MOVIMENTI TURISTICI IN MUGELLO

STRANIERI: 2019-2021

ARRIVI STRANIERI NEL PERIODO 2019-2021



PRESENZE STRANIERI NEL PERIODO 2019-2021



Fra i turisti stranieri il calo è ancora più evidente. Sebbene si registri una ripresa nel 2021, i numeri sono ancora ben lontani da quelli pre-pandemia.

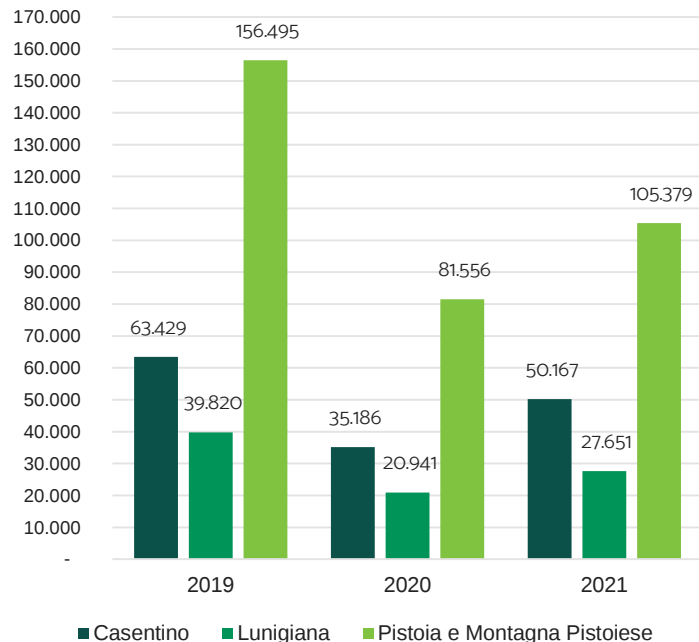
Fonte dati: Banca dati regionale sul turismo.



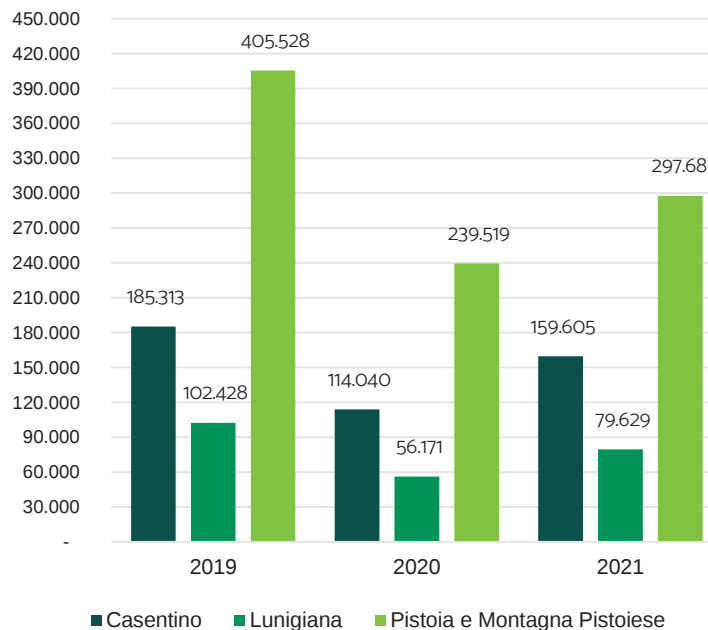
Mugello
LA TOSCANA AUTENTICA

MOVIMENTI TURISTICI IN ALTRI AMBITI LUNGO L'APPENNINO (2019-2021)

DIFFERENZE NEGLI **ARRIVI** TURISTICI DAL 2019 AL 2021



DIFFERENZE NELLE **PRESENZE** TURISTICHE DAL 2019 AL
2021



Se compariamo alcuni altri ambiti turistici sull'Appennino tosco-emiliano con il Mugello, possiamo osservare come la tendenza relativamente sia agli arrivi che alle presenze sia stata simile negli anni dal 2019 al 2021. La differenza più significativa, tuttavia, si può osservare per l'ambito di Pistoia e Montagna pistoiese.

Fonte dati: Banca dati regionale sul turismo.



Mugello
LA TOSCANA
AUTENTICA

LE STRUTTURE RICETTIVE IN MUGELLO

COMPARTO ALBERGHIERO ED EXTRA-ALBERGHIERO

2019-2022

TOTALE STRUTTURE
ALBERGHIERE

2019 > 2022



TOTALE STRUTTURE
EXTRA-ALBERGHIERE

2019 > 2020 > 2021 > 2022



Per quanto riguarda il **numero totale di strutture ricettive**, notiamo anzitutto la **differenza** tra quelle alberghiere (solo 35 in tutto il territorio) e quelle invece extra-alberghiere.

In secondo luogo, se le **strutture alberghiere non sono variate in numero** negli anni dal 2019 al 2022, quelle **extra-alberghiere** invece hanno presentato un **calo** negli anni 2020-2021, per poi vedere un **forte incremento nel 2022**, tale da superare la quota pre-pandemica.

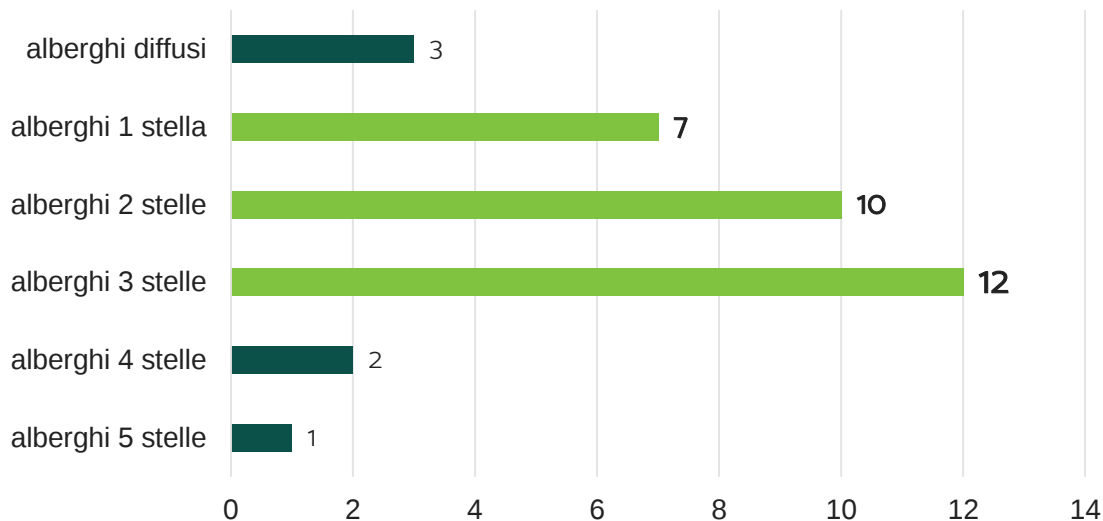
Fonte dati: Nota redatta dall'Ufficio Statistica Associato – Ambito Turistico Mugello



Mugello
LA TOSCANA AUTENTICA

LE STRUTTURE RICETTIVE IN MUGELLO

LE STRUTTURE ALBERGHIERE NEL 2022



La situazione al 2022 vede tra le strutture ricettive più numerose alberghi a **1, 2 e 3 stelle**, con un numero invece molto basso di alberghi di alto livello (4 e 5 stelle)

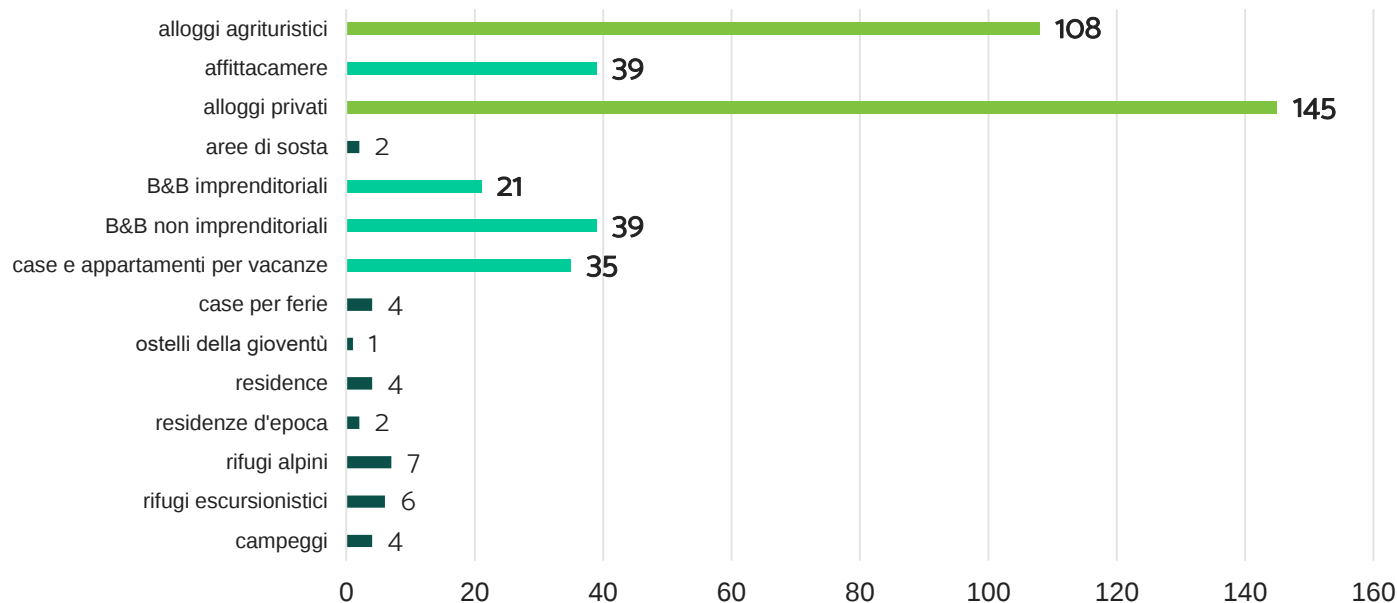
Fonte dati: Nota redatta dall'Ufficio Statistica Associato – Ambito Turistico Mugello



Mugello
LA TOSCANA
AUTENTICA

LE STRUTTURE RICETTIVE IN MUGELLO

LE STRUTTURE EXTRA-ALBERGHIERE NEL 2022



Tra le strutture ricettive extra-alberghiere, fra le più numerose possiamo segnalare **agriturismi e alloggi privati**, seguiti da **affittacamere, B&B e case/appartamenti per vacanze**.

La totalità di questa tipologia di strutture rimane comunque più alta nel 2022 rispetto a quelle alberghiere per lo stesso anno.

Fonte dati: Nota redatta dall'Ufficio Statistica Associato – Ambito Turistico Mugello



Mugello
LA TOSCANA AUTENTICA

MOVIMENTI TURISTICI IN MUGELLO

FOCUS GENNAIO – OTTOBRE 2022

Arrivi e presenze (gennaio - ottobre) - valori assoluti e variazione annuale %

Anno	Arrivi	Presenze	Var% Arrivi	Var% Presenze
2019	128.360	394.280	-	-
2020	65.510	157.581	-49,0	-60,0
2021	96.364	230.955	47,1	46,6
2022	111.277	301.535	15,5	30,6

Dai dati dei primi 10 mesi del 2022, notiamo come sia stato un **anno di ulteriore ripresa**, con un **aumento delle presenze** nell'ambito Mugello rispetto all'analogo periodo del 2021 del **30,6%** e **degli arrivi del +15,5%**. Tuttavia, non si sono ancora recuperati pienamente i livelli pre-covid.

ARRIVI STRANIERI

+57%

PRESENZE STRANIERI

+72%

ARRIVI ITALIANI

+0,6%

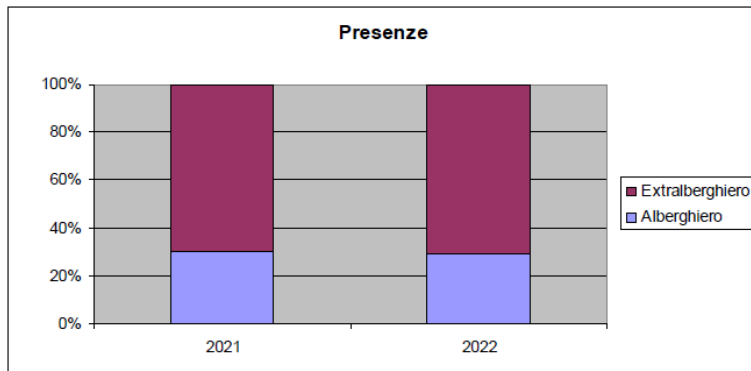
PRESENZE ITALIANI

+8,3%

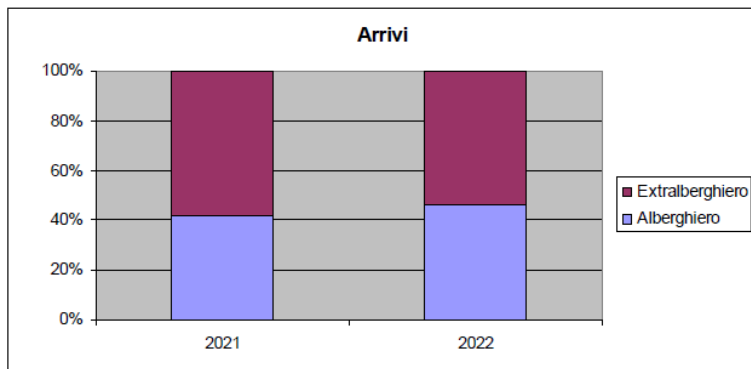
L'incremento registrato nei primi dieci mesi del 2022 rispetto allo stesso periodo del 2021 appare **originato prevalentemente dalla componente estera**, mentre la **componente italiana** ha registrato una sostanziale **stabilità sugli arrivi** ed un **incremento relativamente modesto nelle presenze**.

MOVIMENTI TURISTICI IN MUGELLO

FOCUS GENNAIO – OTTOBRE 2022



L'incremento della componente estera rafforza ulteriormente le presenze nelle strutture extra alberghiere; oltre il 70% delle presenze totali si registrano per questa tipologia di struttura, già preferita da molti turisti dopo la pandemia in quanto consente una maggiore privacy e contatti ridotti con altri fruitori della stessa struttura.



Nel 2022 tuttavia si registra una **prima lieve controtendenza a favore delle strutture alberghiere** per quanto riguarda gli arrivi, che hanno rappresentato il **46,3% del totale** rispetto al 41,8% registrato nel 2021, probabilmente sostenuta anche da una maggior presenza di turisti che utilizzano il Mugello come base per la visita di Firenze.

Fonte dati: Nota redatta dall'Ufficio Statistica Associato – Ambito Turistico Mugello



Mugello
LA TOSCANA AUTENTICA



FIERE DI SETTORE: INCONTRO TRA DOMANDA E OFFERTA

Incontri, contatti e insight sulle
esigenze del turista



UNIONE MONTANA
DEI COMUNI
DEL MUGELLO

Mugello
LA TOSCANA
AUTENTICA

INCONTRO TRA DOMANDA E OFFERTA: LE RICHIESTE PERVENUTE NELLE FIERE DI SETTORE



L'Ambito Mugello ha preso parte a numerose fiere quest'anno presentando storia, cultura e tradizione, connotandole in un'offerta turistica concreta. Accesa la curiosità anche tra coloro che già conoscevano il territorio, in particolare verso strutture ricettive di livello e attività tipiche e particolari.

LE FIERE ALLE QUALI L'AMBITO HA PARTECIPATO DURANTE L'ANNO:

- **DESTINATIONS NATURE** (PARIGI)
17-20 MARZO
- **BMT** (NAPOLI) > 18-20 MARZO
- **BIT** (MILANO) > 8-12 APRILE
- **IBF** (MISANO ADRIATICO) > 9-11
SETTEMBRE
- **IFTM TOP RESA** (PARIGI)
22-24 SETTEMBRE
- **BUY & SHARING TUSCANY**
(LIVORNO)
29-30 SETTEMBRE
- **POST TOUR BUY TUSCANY**
1-2 OTTOBRE
- **TTG** (RIMINI) > 12-14 OTTOBRE
- **WTM** (LONDRA) > 7-9 NOVEMBRE



UNIONE MONTANA
DEI COMUNI
DEL MUGELLO

Mugello
LA TOSCANA AUTENTICA

LE TIPOLOGIE DI BUYER INCONTRATI DURANTE LE FIERE:

Alcuni esempi

VACANZE RURALI

Stay Local (Danimarca)

Il Tour Operator organizza e vende viaggi in destinazioni rurali italiane, con temi di viaggio quali: *vacanze self-drive in Toscana, viaggi in vigna, vacanze sostenibili, agriturismo, vacanze attive...*

Local Living (Danimarca)

Specializzati in alcune regioni italiane, tra le quali la Toscana. Forniscono in particolare strutture ricettive in zone rurali e organizzano vacanze per famiglie e piccoli gruppi. L'attenzione è data alla possibilità di vivere un'esperienza nelle destinazioni vivendo come i locali, al fine di comprendere al meglio stile di vita e tradizioni.

SEGMENTO LUSO

Gemini Travel Gems (Belgio)

Dedicati soprattutto al segmento MICE per aziende e per privati del segmento lusso. Forniscono servizi di alto livello al cliente, pensando ad ogni dettaglio del viaggio da inizio a fine.

Vacanza In (Norvegia)

Organizzano viaggi per una clientela esigente e alto spendente. Si specializzano nella destinazione Italia, offrendo servizi e pacchetti su misura con: ville in affitto, servizi di noleggio mezzi, esperienze in SPA, organizzazione di matrimoni...

VACANZE ESPERIENZIALI

&Olives Travel (Paesi Bassi)

Il tour operator si occupa di vacanze a tema, dedicate soprattutto a destinazioni e strutture ricettive su piccola scala, tour ed esperienze che permettono di vivere le tradizioni locali, tour enogastronomici.

Arena Travel (Regno Unito)

Tour operator inglese con clientela soprattutto *senior*. Necessitano dunque di servizi che siano adatti a loro. I viaggi sono di natura culturale e sono previsitati servizi di livello. Offrono tour artistici, dedicati alla storia dell'arte e a tema, dove sono previste anche attività da fruire in prima persona

OUTDOOR

Bike Expedition (Brasile)

Tour operator con sede in Brasile dal 2001, dedicato al segmento bike. Lavorano con molti operatori europei per organizzare viaggi a tema per appassionati, nel nostro continente. Si occupano sia di viaggiatori individuali che di piccoli gruppi, aggiungendo altri servizi per tour speciali su richiesta: visite guidate, viaggi in barca+bici, itinerari avventura...

Outdoor Travel (Australia)

Specializzati in vacanze attive e outdoor, anche in Europa. Organizzano tour per singoli e piccoli gruppi, anche con guida.



UNIONE MONTANA
DEI COMUNI
DEL MUGELLO

Mugello
LA TOSCANA
AUTENTICA

LE TIPOLOGIE DI BUYER INCONTRATI DURANTE LE FIERE:

Alcuni esempi

WEDDING

On View (Italia)

Specializzato nel settore Esperienze, Tours, Eventi artistici, culturali, e matrimoni... per clientela straniera (soprattutto americani ed inglesi).

Roberta Buccheri Events (Regno Unito)

Agenzia con sede nel Regno Unito, creata da un'italiana, che organizza eventi e matrimoni all'estero, Italia compresa. I pacchetti differiscono per tipologia di prodotti e servizi inclusi.

VACANZE ENOGASTRONOMICHE

Oda's Italia –

Viaggi da Gustare (Olanda)

Realizzano viaggi a tema enogastronomico in Italia. La destinazione Toscana è fra le più gettonare, con tour delle cantine, cooking class, raccolta di tartufo e altro.

Le strutture ricettive richieste sono soprattutto quelle localizzate in campagna, come ville, agriturismo, relais e simili.

Tastes Travel (Regno Unito)

Viaggi enogastronomici in varie destinazioni europee, tra cui l'Italia. Sviluppano l'offerta anche su richiesta del cliente. Le esperienze offerte sono altamente immersive e rappresentative dell'identità locale.

AGGREGATORI DI HOTEL ED ESPERIENZE

Amami Viaggi (Italia)

Tour Operator specializzato soprattutto in aggregazione e rivendita di proposte di soggiorno in strutture ricettive in Italia.

Wonder Group (Italia)

Fanno parte del gruppo: *Wonder Box, Viva Box e Regal Box*. Creano e vendono cofanetti regalo con viaggi ed esperienze. Interessati alla destinazione Toscana poiché molto richiesta e per la produzione di nuove proposte.

MICE

Crescent Associates (Regno Unito)

Organizzano programmi Incentive sia a lungo che a corto raggio per i loro clienti aziendali del Regno Unito.

Event Encounter (Italia)

Specialisti del settore MICE, forniscono soluzioni per eventi su misura principalmente per la clientela di lingua russa e inglese. Costantemente alla ricerca di nuovi prodotti e idee fuori dagli schemi, nonché interessati a trovare nuovi fornitori e contatti commerciali.



UNIONE MONTANA
DEI COMUNI
DEL MUGELLO

Mugello
LA TOSCANA
AUTENTICA



RICHIESTE PERVENUTE IN FIERA



ESPERIENZE INDIMENTICABILI

Esperienze e attività uniche,
indimenticabili.

Molti chiedono attività rappresentative
dell'identità e cultura locale, illustrate
da esperti e abitanti del luogo.



I PRODOTTI ENOGASTRONOMICI COME CHIAVE DI COMPrensIONE DEL TERRITORIO

Offerta legata al settore
enogastronomico, per scoprire le
tradizioni culinarie autentiche, visitare
aziende agricole, cooking classes,
raccolta di prodotti particolari...



ESPERIENZE E SERVIZI D'ALTO LIVELLO

Prodotti e servizi di alto livello, per una
clientela esigente.



CHARME

Location e strutture ricettive di charme,
dall'atmosfera ricercata. Si tratta spesso di
strutture antiche, ma con i comfort più moderni.



Mugello
LA TOSCANA
AUTENTICA

STRUTTURE RICETTIVE: SITUAZIONE ATTUALE E OCCASIONI DI SVILUPPO



CASTELLI E RESIDENZE D'EPOCA

I castelli e le residenze d'epoca come ville e palazzi, presenti in grande numero nel territorio del Mugello, destano da lungo tempo grande interesse sia per le potenzialità ricettive, sia come location di eventi. Da ricercare quelle realtà che sono meno note dei protagonisti del settore, ma che siano comunque di alto livello e con un'offerta di servizi accessori per chi vi soggiorna.



BORGHİ

I piccoli borghi storici sono in talune occasioni trasformati in vere e proprie strutture ricettive di livello, permettendo così di salvaguardare il luogo dandogli nuova utilità. Particolarmente richieste le strutture che si avvicinino al concetto di 'relais', e che si presentano come 'piccoli villaggi', dove il turista potrebbe potenzialmente trascorre l'intera vacanza.



Mugello
LA TOSCANA AUTENTICA

LABORATORI DI CO-PROGETTAZIONE (1)

1 Quali sono stati i cambiamenti, se ve ne sono stati, all'interno delle vostre strutture ricettive per rispondere alle mutate esigenze del mercato?

2 Che tipologia di campagne commerciali pensate sia più efficace per questo tipo di prodotto?

3 Quali necessità di coordinamento ritenete più opportune rafforzare tra operatori e Ambito?



LABORATORI DI CO-PROGETTAZIONE (2)

LAVORIAMO INSIEME PER RAGGIUNGERE I
SEGUENTI OBIETTIVI:

1

INDIVIDUARE LE **STRUTTURE RICETTIVE
DI CHARME** CHERISPONDONO ALLE
RICHIESTE DELLA DOMANDA E CAPIRE
COME STRUTTURARE AL MEGLIO
L'OFFERTA

2

CREARE **SINERGIE** TRA
OPERATORI LOCALI PER
DEFINIRE LA NOSTRA **OFFERTA
TURISTICA**



Mugello
LA TOSCANA AUTENTICA

CREAZIONE DELL'OFFERTA TURISTICA: TARGETING

(1946-1964)

(1964-1980)

BABY BOOMER

- Si tratta di viaggiatori che hanno ben chiaro cosa scegliere.
- Budget alto/medio-alto
- Hanno tempo, poiché molti di loro sono già in pensione
- Amano i viaggi culturali e di approfondimento delle tradizioni locali
- Il turismo enogastronomico è il driver più importante per loro: cercano esperienze uniche, particolari e rappresentative.

GENERAZIONE X

- Viaggiano meno delle altre generazioni e quando lo fanno si concentrano sulle opzioni adatte alle famiglie;
- Hanno una buona capacità di spesa ma poco tempo (favoriscono i soggiorni brevi)
- Scelgono soggiorni improntati al relax e benessere, ma anche culturali.



Fonte dati: Skift



Mugello
LA TOSCANA AUTENTICA

CREARE DI UN'OFFERTA TURISTICA DI VALORE

Come lavorare sulla propria offerta per rispondere alle richieste del mercato.
Alcuni suggerimenti ed esempi concreti:

COME CREARE UN'OFFERTA DI VALORE

INNOVAZIONE/DIFFERENZIAZIONE:

Ovvero partire dalla propria **unique selling propositions**, che vi rende unici. Essa può essere la location, la tipologia di struttura, il tema o altro ancora.

GOOD
PRACTICE

LE TRE VASELLE RESORT(UMBRIA)

L'Hotel Le Tre Vasselle Resort & SPA offre diverse esperienze legate al vino. Partendo dalle degustazioni delle Linee Classica e Alta Langarotti nella Cantina Medievale, si arriva ad un elemento distintivo: il bagno caldo nel vino Sangiovese in vasca Barriquee. E ancora: tisana alla vite rossa (VINOTERAPIA) o i vari menu a tema con piatti abbinati.



Mugello
LA TOSCANA AUTENTICA

CREARE DI UN'OFFERTA TURISTICA DI VALORE

Come lavorare sulla propria offerta per rispondere alle richieste del mercato.
Alcuni suggerimenti ed esempi concreti:

COME CREARE UN'OFFERTA DI VALORE

VALORE DEL PRODOTTO:

Focalizzarsi sui bisogni del cliente e sull'esperienza e non sul prezzo.

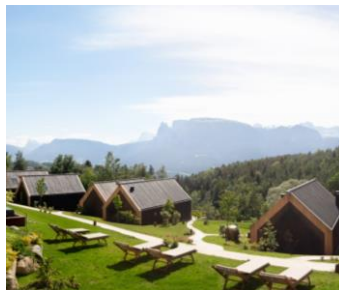
GOOD
PRACTICE

ADLER LODGE RITTEN (ALTO ADIGE)

La struttura si identifica come un luogo dove rigenerarsi e rilassarsi, anche semplicemente godendosi l'ambiente esterno.

La struttura offre servizi di lusso, ma in un ambiente rilassato e relativamente informale. L'obiettivo è dar un rifugio al cliente.

Tra i servizi disponibili vi sono: lezioni di yoga e fitness, passeggiate in campagna con lama e alpaca, degustazioni di miele, spa...



Ogni servizio è pensato per rispondere alle necessità di riposo e ritrovato benessere del cliente; l'offerta culinaria non è da meno: materie prime di qualità, del territorio, preparate da mani esperte.

La produzione è a km 0, salvo alcuni casi in cui comunque il prodotto è locale.

La struttura crea vari pacchetti dedicati al benessere psico-fisico, come weekend alla spa, esperienze guidate da maestri di yoga e molto altro.



Mugello
LA TOSCANA AUTENTICA

CREARE DI UN'OFFERTA TURISTICA DI VALORE

Come lavorare sulla propria offerta per rispondere alle richieste del mercato.
Alcuni suggerimenti ed esempi concreti:

COME CREARE UN'OFFERTA DI VALORE

COMUNICAZIONE:

Ogni prodotto di valore necessita di una buona comunicazione per raggiungere l'utente target.

GOOD
PRACTICE

MIRTILLO ROSSO FAMILY HOTEL (PIEMONTE)

La struttura si presenta come un family hotel dove 'è sempre Natale'.

Perché si è scelto il Natale come tema? Perché il Natale è famiglia, stare insieme, dedicare tempo ai nostri cari... il tutto in un ambiente montano ma dotato di ogni comfort.

La comunicazione è dettagliata e rassicurante. L'obiettivo è mettere a disposizione delle famiglie ogni dettaglio per convincersi a prenotare.



La struttura sottolinea anche le proprie azioni a favore della sostenibilità, conscia dell'importanza data da molti turisti alla ricerca di una destinazione di viaggio.

Infine, attenzione particolare anche ai servizi differenziati per bambini e genitori, in quanto ognuno di essi ha aspettative e necessità differenti.



Mugello
LA TOSCANA AUTENTICA

CREARE DI UN'OFFERTA TURISTICA DI VALORE

COME CREARE UN'OFFERTA DI VALORE

TARGET:

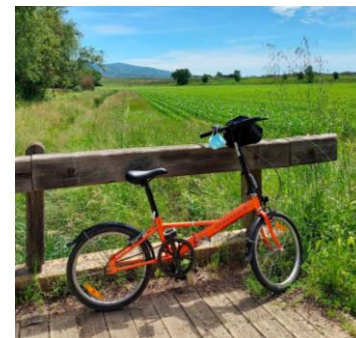
Individuare un target specifico/*personas* e relative motivazioni di viaggio.

GOOD
PRACTICE

SMART HOTEL BARTOLINI (TOSCANA)

L'hotel si dedica al target dei *cicloturisti*, offrendo servizi appositi come depositi per biciclette, ricariche per e-bike, armadietti e spazi adibiti alla cura della bici post-viaggio.

Ciò permette anche alla struttura di differenziarsi dalle altre sulla destinazione, dove l'offerta ricettiva è molto ampia e con un target o totalmente differente, o non ben definito.



CREARE DI UN'OFFERTA TURISTICA DI VALORE

COME CREARE UN'OFFERTA DI VALORE

STORYTELLING:

Avere un tema/raccontare una storia già in fase di costruzione prodotto non solo comunicazione. Linguaggio coinvolgente che metta il viaggiatore nel ruolo di protagonista.

GOOD
PRACTICE

PINETA ECO RESORT (TRENTINO)

La struttura si presenta come un eco-hotel, attirando una clientela attenta alla sostenibilità quando sceglie la propria vacanza.

La comunicazione è improntata su di un linguaggio propositivo e fortemente identitario, e le parole chiave utilizzate rispondono ad una ricerca di vacanza a vocazione *wellness* e *slow*.



UNA VACANZA
MEMORABILE NON
LASCIA
L'IMPRONTA



VOGLIO UNA VACANZA A IMPATTO 0



Mugello
LA TOSCANA AUTENTICA

CREARE DI UN'OFFERTA TURISTICA DI VALORE

ELEMENTI PER CREARE VALORE

ATTRATTORI:

Differenzino l'offerta della concorrenza

GOOD
PRACTICE

HOTEL SAINT LUIS (ALTO ADIGE)

La struttura ha dei piccoli chalet sugli alberi, affacciati sul lago della tenuta.

Molte strutture della zona possono privilegiarsi di essere immerse in una natura incontaminata, o ancora di essere rappresentative dell'elemento naturale e delle tradizioni locali.

Questo hotel ha scelto di differenziare la sua offerta creando strutture ricettive che seguono il trend delle abitazioni o piccoli chalet sugli alberi, già molto note all'estero.



CREARE DI UN'OFFERTA TURISTICA DI VALORE

ELEMENTI PER CREARE VALORE

ESPERIENZE UNICHE:

Come ad esempio, attività *hands-on*, laboratori, visite esclusive, ecc...

GOOD
PRACTICE

OASY HOTEL – DYNAMO CAMP (TOSCANA)

Oasyhotel è un progetto di ospitalità che nasce all'interno di *Oasi Dynamo*, riserva naturale sulla montagna pistoiese. L'azienda si occupa di gestire e conservare la biodiversità dell'oasi affiliata WWF di Limestre, attraverso attività di agricoltura, allevamento e ricerca scientifica.

Molte sono le esperienze fruibili dagli ospiti: corsi di cucina, orienteering, equitazione, giornate in fattoria e laboratori per bambini.



La struttura consente una permanenza adatta sia alle coppie che alle famiglie con bambini, i quali possono vivere le attività tipiche della vita di montagna in una struttura ricettiva che offre servizi di alto livello.



Mugello
LA TOSCANA AUTENTICA

SINERGIE TRA OPERATORI LOCALI: come arricchire l'offerta

CERAMICHE ARTISTICHE

‘Alice Gori, arte ceramica’ è il laboratorio di una giovane artista e restauratrice, con sede a Borgo San Lorenzo. Oltre alla produzione quotidiana di ceramiche si artistiche che per uso quotidiano, realizza corsi per adulti e bambini sia in Italiano che in Inglese, che si terranno nel suo laboratorio della campagna mugellana.



PRODUZIONI ARTIGIANALI LOCALI

Coltelleria Fontani è una delle più giovani botteghe artigiane di Scarperia, da sempre famosa per la produzione di ferri taglienti. Qui, Jacopo e Alessandro portano avanti la tradizione, realizzando oggetti di grande pregio.

La loro produzione viaggia tra tradizione e voglia di innovare, dunque è sicuramente capace di stare al passo con i tempi e al contempo trasmettere le agli interessati i segreti di quest'arte.



UNIONE MONTANA
DEI COMUNI
DEL MUGELLO

Mugello
LA TOSCANA AUTENTICA

SINERGIE TRA OPERATORI LOCALI: COME ARRICCHIRE L'OFFERTA

OFFERTA OUTDOOR: BIKE

'Bike Mood' è composta da esperti accompagnatori della Scuola nazionale dei Maestri di Mountain Bike, che propongono escursioni guidate e corsi, in Italiano o Inglese, nel territorio del Mugello con l'obiettivo di diffondere la pratica della mountain bike per appassionati e per i visitatori interessati a vivere il territorio con questo mezzo.

Propongono diverse tipologie di tour, dai più facili e adatte a neofiti e famiglie con bambini, a tour e attività per esperti.



FATTORIA DIDATTICA L'OASI

L'azienda agricola l'Oasi è disponibile per esperienze di fattoria didattiche, oltre che alla produzione e vendita dei prodotti tipici del territorio, come i marroni e le patate, o ancora il miele, l'olio...

Tra le attività e laboratori disponibili per bambini e famiglie: 'dalla farina al pane', 'tagliatelle, biscotti'; 'dalle olive all'olio', 'produzione di formaggio', 'magie di lana', 'le api: miele, cera e candele', 'piccoli Ortisti' e altre.



Mugello
LA TOSCANA AUTENTICA

DIAMO INIZIO AD UNA COLLABORAZIONE

COLLABORAZIONE

Iniziamo un dialogo aperto, avviamo delle collaborazioni tra operatori al fine di unire tutte le proposte del territorio per creare un'offerta più completa e capace di rispondere alle esigenze della domanda turistica.

PROPOSTE

L'occasione è buona per proporre nuove idee e dare avvio a nuove proposte.



GRAZIE PER L'ATTENZIONE

ROSANNA CENSABELLA

MARTINA PIRRONE

LORENZO SACCARDI

DMC@UC-MUGELLO.FI.IT



UNIONE MONTANA
DEI COMUNI
DEL MUGELLO

Mugello
LA TOSCANA AUTENTICA

