




REGIONI E COMUNI ALL'OPERA

NOTE E STRUMENTI PER IL TURISMO IN TOSCANA

mercoledì 4 febbraio 2026 / Firenze  Teatro Niccolini

SESSIONE 3: Destination Management System (Sistema di Gestione della Destinazione turistica): cosa è, come funziona, lo stato di avanzamento delle piattaforme.

report

SESSIONE 3: Destination Management System (Sistema di Gestione della Destinazione turistica): cosa è, come funziona, lo stato di avanzamento delle piattaforme

A cura di Fondazione Sistema Toscana con il Direttore Francesco Palumbo e Costanza Giovannini.

c/o Palazzo Medici Riccardi

premessa

La sessione di lavoro dedicata al tema del *Destination Management System* (DMS) ha rappresentato un momento di confronto strutturato tra il livello istituzionale e quello tecnico-operativo. L'incontro non è stato soltanto un'occasione di presentazione del *Destination Management System* regionale, ma anche uno spazio di dialogo qualificato e di confronto costruttivo, finalizzato a raccogliere contributi utili al suo sviluppo evolutivo e a favorire un'adozione più efficace e consapevole da parte dei territori.

I lavori si sono aperti con una presentazione di carattere generale a cura del Direttore di Fondazione Sistema Toscana, Francesco Palumbo, cui è seguito un approfondimento tecnico-operativo, a cura di Costanza Giovannini e Stefano Cannas. A questa prima fase è seguita una sessione di dibattito aperto, caratterizzata da una partecipazione attiva e qualificata dei presenti, supportata anche dall'utilizzo di strumenti interattivi come *Mentimeter*, che hanno consentito di stimolare il confronto, raccogliere riflessioni strutturate e acquisire valutazioni puntuali sui temi affrontati.

CONTENUTI PRINCIPALI DELLA PRESENTAZIONE DI FONDAZIONE SISTEMA TOSCANA

Nel corso della presentazione, Fondazione Sistema Toscana ha inquadrato il **DMS come elemento centrale dell'ecosistema digitale regionale per la promozione turistica**, sottolineandone il ruolo di unica porta di accesso ai servizi promozionali regionali e di raccordo operativo tra VisitTuscany.com, la rete degli uffici IAT (uffici di informazione e accoglienza turistica), le Comunità di ambito turistico (Ambiti) e gli operatori turistici.

È stato evidenziato come l'ecosistema VisitTuscany abbia raggiunto risultati significativi in termini di visibilità, accessi e interazioni, confermandosi un canale strategico per il racconto della destinazione Toscana e per l'intercettazione dei flussi di domanda turistica. In questo quadro, Make è stato presentato come una infrastruttura abilitante, capace di raccogliere, organizzare e valorizzare un volume crescente di dati e contenuti, ampliando progressivamente la platea dei soggetti coinvolti nella promozione regionale.

Un passaggio centrale ha riguardato il tema della profilazione guidata, intesa come leva fondamentale per aumentare la qualità dei contenuti, la visibilità delle attività e la capacità del sistema di generare opportunità mirate: la completezza e l'accuratezza delle informazioni inserite sono state ribadite come fattori determinanti per il funzionamento efficace del DMS.

A seguito della presentazione introduttiva, sono state realizzate alcune simulazioni operative, finalizzate a illustrare in modo concreto le principali funzionalità della piattaforma e le modalità di accesso e utilizzo del **DMS Make** da parte dei diversi profili di utenti, favorendo una comprensione più immediata delle potenzialità e delle logiche di funzionamento del sistema.

La presentazione si è infine soffermata sulle evoluzioni future del DMS, con particolare riferimento all'integrazione di Make come punto di accesso a *Tuscany Together* e allo sviluppo di funzionalità dedicate al monitoraggio e all'analisi delle performance, rafforzando il ruolo della piattaforma come strumento di supporto alle decisioni e alla governance della promozione turistica regionale.

Infine, **Fondazione Sistema Toscana ha informato i partecipanti che saranno organizzati ulteriori webinar di approfondimento**, dedicati all'illustrazione dettagliata di tutte le funzionalità del DMS e delle principali novità del sistema, **con l'obiettivo di supportarne una conoscenza più completa e un utilizzo sempre più consapevole da parte dei territori** e degli operatori.

PRINCIPALI TEMI EMERSI NEL DIBATTITO

La seconda parte dell'incontro è stata dedicata al confronto con i partecipanti, che hanno formulato domande, segnalato criticità e proposto spunti di miglioramento. Il dibattito ha toccato diversi ambiti, mettendo in evidenza l'interesse verso lo strumento e alcune esigenze operative tuttora presenti. I temi affrontati sono stati:

Visibilità dei territori e gestione dei contenuti - Una delle prime questioni emerse ha riguardato le modalità di visualizzazione degli itinerari e, più in generale, il tema della visibilità dei territori all'interno del DMS. I partecipanti hanno chiesto come rendere maggiormente riconoscibili e attrattivi i propri territori. È stato chiarito che la visibilità è fortemente legata alla qualità, completezza e aggiornamento dei contenuti, e che il ruolo delle Comunità di ambito è centrale non solo nella produzione dei contenuti, ma anche nel loro aggiornamento nel tempo.

Ruolo del DMS e chiarimento sul tema della commercializzazione - Nel corso del dibattito è stata posta una domanda in merito alla possibilità di effettuare vendite dirette tramite il DMS. Su questo punto è stato chiarito che il DMS è concepito come strumento vetrina e di promozione, non come canale di vendita. Il sistema consente di tracciare l'interesse e il contatto, ma l'acquisto avviene su canali esterni.

Profilazione e valore dei dati - Un tema trasversale a molti interventi è stato quello della profilazione. È stato più volte sottolineato che un maggiore livello di dettaglio nei profili consente al sistema di restituire informazioni più pertinenti e opportunità più mirate. Al contrario, dati incompleti o generici riducono l'efficacia complessiva del DMS, sia in termini di visibilità sia di capacità di analisi.

Gestione dei contatti e integrazione con il CRM - Un altro tema rilevante ha riguardato i contatti provenienti da eventi/fiere di settore (follow-up) e sulla possibilità che questi siano inseriti nel DMS. Attualmente tali informazioni sono gestite da Toscana Promozione Turistica, che ne detiene la titolarità (tali informazioni vengono trasmesse dalle DMC delle Comunità di Ambito che partecipano alle fiere di settore). Nel confronto è emersa l'ipotesi e la richiesta che questi contatti siano, in prospettiva, integrati nel CRM. A tale proposito devono essere fatti passaggi strutturati e condivisi tra i diversi soggetti coinvolti.

Dati dei buyer e limiti legati alla privacy - È stata posta una domanda in merito alla possibilità di estrarre i dati dei buyer. Al riguardo, è stato chiarito che, allo stato attuale, tali dati non sono scaricabili, anche in considerazione dei vincoli normativi in materia di tutela della privacy che ne regolano l'utilizzo e la diffusione.

Dati provenienti dagli IAT - Particolare attenzione è stata dedicata al tema dei dati provenienti dagli IAT, a seguito di una domanda specifica posta dai partecipanti. Fondazione Sistema Toscana ha chiarito che in alcuni casi, le informazioni caricate risultano incomplete, e pertanto i dati sono inutilizzabili. Da questo confronto è emersa la necessità di definire criteri e paletti più chiari rispetto alle informazioni realmente utili da raccogliere, nonché la necessità di individuare soluzioni operative adeguate per i periodi di alta stagione, durante i quali gli operatori incontrano maggiori difficoltà nel garantire l'inserimento di dati completi e aggiornati.

Intelligenza artificiale e sviluppi futuri - Nel dibattito è stato toccato anche il tema dell'intelligenza artificiale, considerata una possibile area di sviluppo futuro del DMS. Fondazione Sistema Toscana ha menzionato l'ipotesi di introdurre strumenti quali ad esempio le chatbot.

Integrazione con Vetrina Toscana - È stata posta una domanda specifica sull'integrazione tra DMS e Vetrina Toscana. È stato chiarito che Vetrina Toscana dispone di un proprio back office, ma che il profilo sarà integrato con VisitTuscany, rafforzando la coerenza dell'ecosistema digitale regionale.

Per coinvolgere i partecipanti il facilitatore ha utilizzato anche lo strumento Mentimeter. Qui di seguito gli esiti e in allegato i risultati in PDF.

https://ancitoscana.it/wp-content/uploads/2026/03/anci_toscana_all_sessione_3.pdf

ANALISI DEI RISULTATI MENTIMETER

I risultati raccolti tramite *Mentimeter* hanno consentito una lettura chiara, strutturata e condivisa delle percezioni dei partecipanti, contribuendo in modo significativo alla qualità del confronto. L'utilizzo dello strumento ha favorito una partecipazione attiva e inclusiva dell'intera platea, permettendo a tutti i presenti di interagire in tempo reale e di esprimere valutazioni, priorità e suggerimenti in maniera immediata e ordinata. Questo approccio ha rafforzato l'efficacia della fase di ascolto, trasformando il dibattito in un momento di raccolta di evidenze utili e orientate all'azione.

Dalle risposte è emerso con chiarezza come la promozione digitale su *VisitTuscany.com* sia stata individuata come la funzionalità ritenuta maggiormente utile, a conferma del valore riconosciuto al canale regionale come strumento di visibilità e di posizionamento dell'offerta turistica. A seguire, sono state particolarmente apprezzate le opportunità di networking con altri operatori regionali, considerate strategiche per favorire relazioni, collaborazioni e sviluppo di nuove progettualità. Anche l'integrazione con *Make IAT* ha ottenuto valutazioni molto positive, evidenziando l'importanza del collegamento tra dimensione digitale e presidio territoriale. *Tuscany Together*, pur riconosciuto come uno strumento di interesse, è stato invece percepito come ancora in una fase di consolidamento, con potenzialità da sviluppare ulteriormente.

Le valutazioni sull'efficacia complessiva delle funzionalità del DMS si attestano su livelli mediamente elevati, confermando un interesse diffuso verso la piattaforma e un riconoscimento del suo potenziale strategico. Al tempo stesso, le risposte raccolte evidenziano in modo chiaro la consapevolezza della necessità di proseguire nel percorso di sviluppo, affinamento e ottimizzazione del sistema, sia sul piano funzionale sia su quello dell'esperienza utente.

Tra **le principali proposte emerse grazie al confronto facilitato da *Mentimeter***, si segnalano in particolare la richiesta di maggiore attenzione al trade, il rafforzamento del coinvolgimento degli operatori territoriali e l'ottimizzazione del front end lato cliente finale, anche attraverso l'integrazione di API che rendano più fluide, efficaci e avanzate le ricerche sull'offerta turistica. Nel complesso, i contributi raccolti restituiscono un quadro articolato, utile a orientare le future evoluzioni del DMS in una logica di miglioramento continuo e di maggiore rispondenza alle esigenze dei territori e degli operatori.

CONCLUSIONI E SPUNTI DI RIFLESSIONE FINALI

Nel suo complesso, l'incontro ha restituito un quadro articolato, evidenziando il valore del confronto come elemento centrale per l'evoluzione del *Destination Management System*. **La discussione ha permesso di andare oltre una presentazione dello strumento, facendo emergere in modo chiaro percezioni, aspettative e bisogni operativi dei soggetti che quotidianamente sono chiamati a utilizzare il DMS e ad alimentarne i contenuti.**

Il contributo dei partecipanti si è rivelato particolarmente significativo nel mettere in luce sia i punti di forza già riconosciuti del sistema sia le aree che richiedono ulteriori attenzioni e interventi. Le domande, le osservazioni e le proposte emerse hanno consentito di raccogliere indicazioni concrete sul funzionamento del DMS nella pratica, offrendo una base informativa preziosa per orientare le scelte future in termini di sviluppo funzionale, accompagnamento degli utenti e definizione di regole condivise. In questo senso, **il confronto ha rappresentato un momento di ascolto strutturato, capace di restituire una lettura aderente alle dinamiche reali dei territori.**

Il confronto, arricchito anche dall'utilizzo di strumenti interattivi come *Mentimeter*, ha infine dimostrato l'efficacia di approcci partecipativi. Dall'insieme dei contributi è emersa con chiarezza la necessità di consolidare un utilizzo del DMS sempre più consapevole e orientato alla qualità, in cui la completezza dei dati, il coordinamento tra i diversi livelli di governance e il coinvolgimento attivo degli operatori assumano un ruolo centrale.

C'è stato un totale apprezzamento della giornata e di questa modalità partecipativa dei Comuni attraverso anche i momenti di approfondimento del pomeriggio.

Partecipanti (sold out): 35 tra Assessori, Dirigenti comunali, personale e consulenti dei Comuni.