

#TUSCANYTOGETHER



Il piano di promozione 2022

Firenze, 5 aprile 2022 - *Regione e Comuni: insieme per una nuova stagione del turismo in Toscana*

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE
visittuscany.com



A partire dalla cornice strategica del **PRS**, l'atto programmatico di riferimento per la strategia complessiva e gli interventi per l'anno 2022 è il **Documento di Economia e Finanza Regionale (DEFR)**.

Le strategie e le attività per il 2022 riepilogate nel documento Bilancio Preventivo, sono dettagliatamente descritte nel documento "Programma Operativo 2022" e sono formulate -ai sensi dell'art. 6 bis della Legge Regionale n. 22/2016 e in coerenza e attuazione della L.R. 86/2016 "Testo Unico in materia di turismo"- a partire dalle indicazioni contenute nella **delibera GR 1111 del 26-10-2020** relativa a «Approvazione degli **indirizzi** per la formulazione del Programma Operativo per l'anno 2021 con proiezione pluriennale di Toscana Promozione Turistica» e nella **delibera GR n. 502 del 10/05/2021** che prevede ulteriori indicazioni e relative risorse per specifici progetti, come la gestione di Vetrina Toscana, dei Centri Commerciali Naturali e dell'Osservatorio Turistico Digitale.

L'agenzia ha provveduto ad inviare la proposta di Piano promozionale 2022, approvato con specifica delibera dalla Regione n. 151 del 21/02/2022.

link : <http://www.toscanapromozione.it/content/69/Piano-Operativo-2022>

La Visione di sviluppo turistico della Toscana è la **creazione di valore**, mediante la **partecipazione e condivisione degli attori locali, pubblici e privati**, affinché la Regione Toscana mantenga la posizione di leadership attraverso i seguenti orientamenti:

- Porre al centro dello sviluppo turistico della Toscana, un **modello di Sviluppo sostenibile**, durevole, condiviso e partecipato con la finalità produrre benessere economico e sociale diffuso;
- Stimolare lo sviluppo turistico delle destinazioni emergenti, attraverso la **valorizzazione dell'identità e dei capitali territoriali**, in larga parte ancora da scoprire, ma ricche di esperienze da raccontare;
- **Valorizzare i grandi attrattori** come **punto di partenza**, e non di arrivo dei turisti in Toscana.

Questa visione ha orientato il lavoro dell'Agenzia degli ultimi tre anni e, anche alla luce della particolare situazione attuale, è in grado di orientare anche il prossimo triennio in una prospettiva di medio-lungo periodo, in **4 direzioni**:

l'accompagnamento ai territori della Toscana verso una specializzazione produttiva, ovvero speciali "vocazioni" turistiche e proposte di valore da lanciare al mercato, e la qualificazione dei servizi pubblici di informazione e accoglienza

il rinnovamento del posizionamento del brand Toscana in chiave più contemporanea, favorendo le associazioni con trend più innovativi della domanda

l'aumento del grado di collaborazione pubblico-privato in una ottica di promo-commercializzazione dell'offerta turistica territoriale

la misurazione dell'efficacia delle iniziative attivate sia a livello territoriale che di promozione regionale

Questo orientamento strategico si articola nel seguente quadro di obiettivi organizzativi e di competitività (per rafforzare i fattori di competitività delle destinazioni e dei prodotti turistici).

Il piano operativo 2022 utilizza come base la campagna “Toscana, Rinascimento senza fine”, considerato il successo e l’efficacia riscontrata, rafforzandone la diffusione con partnership con i principali gruppi editoriali e radiofonici italiani e una grande campagna di affissione nei principali centri urbani italiani. Inoltre la comunicazione BtoC e BtoB , ottimizzando la medesima creatività, punta a generare nuovi momenti di presentazione dell’offerta toscana con iniziative internazionali, nuove fiere (Parigi e Napoli) , azioni di costruzioni di conoscenza del territorio con press trip e edoctour proposti da Toscana Promozione turistica

La programmazione degli eventi btb, sia online che offline prevede alcuni importanti cambiamenti di metodo con il maggiore coinvolgimento delle imprese, il perfezionamento delle azioni di informazione e ingaggio degli operatori della offerta, la qualificazione dei post tour e dei tour territoriali, dedicati alla stampa e agli operatori della domanda con eventi all’estero di incontro dei tour operator locali, con la creazione di specifica unità organizzativa in agenzia.

Prosegue il lavoro di **“Vetrina Toscana”**, in stretta collaborazione con il settore agricoltura e il sistema camerale, per la valorizzazione della rete delle imprese che offrano esperienze legate al gusto, sono previste specifiche azioni di promozione e conoscenza delle eccellenze agroalimentari della regione, sia in Italia che nei paesi target del piano 2022. Importante l’integrazione della promozione turistica con quella del commercio e dell’artigianato, in particolare favorendo l’innovazione dei centri commerciali naturali e di forme di aggregazione dell’offerta di produzione regionale di qualità.



• TUTTO IL BUONO DELLA REGIONE •

www.vetrina.toscana.it

L'articolazione delle iniziative all'interno degli **Assi e Aree di attività** del Piano 2022 e per il triennio 2022-24, si adegua alla articolazione delle iniziative degli Ambiti, in modo da rendere maggiormente coerente e leggibile il programma operativo da tutti gli attori della Governance.

1. MANAGEMENT

- Area di attività: Organizzazione della destinazione.
- Area di attività: Valorizzazione dell'offerta turistica territoriale.
- Area di attività: Audit della destinazione - Osservatorio turistico digitale.

2. COIN VOLIGMENTO DEGLI OPERATORI (B2B)

- Area di attività: Attività di promozione business to business

3. PROMOZIONE B2C

- Area di attività: Promozione BtoC del brand-set Toscana, on e off line.

Gli **strumenti di promozione** messi in campo spaziano da quelli più **classici**, a quelli che sfruttano le potenzialità offerte dalle **tecnologie digitali**: scouting e targeting opportunità, eventi, fiere, matching B2B e workshop, press-tour e fam-trip piattaforme web e altri tools innovativi, azioni di comunicazione settoriale e di prodotto.

Tuscany Together (la toscana insieme)
non è una piattaforma informatica , è un
modo di co-progettare la promozione della
nostra regione

dal ~~CONTRO~~ al CON

la redazione del piano di promozione
tiene conto delle indicazioni che provengono
dagli ambiti turistici, sia nell'individuare
i prodotti organizzati che le singole
iniziative promozionali

Destination nature

Buy Tuscany (Lucca, Livorno)

Bit

Press e eductour

Gruppi di lavoro (vacanze scolastiche ,
viaggi per le donne)

Osservatorio turistico (Fondazione Arezzo Intour)

Atlante dei Cammini

Atlante del bike

L'organizzazione attuale prevede 5 gruppi di lavoro , oltre la direzione, per un totale di 23 persone di staff

Direzione

Affari
generali

ICT

Territori

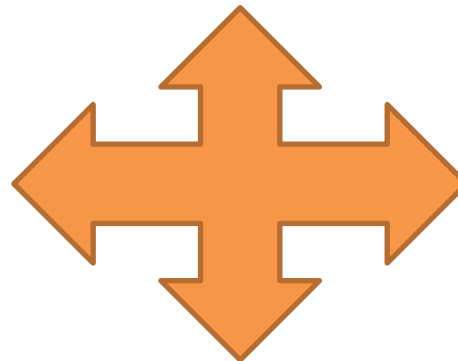
BtoB

Promozione

La convenzione

Il lavoro sui
prodotti, bike,
wedding,
cammini

Start up e
consolidamento



Ufficio Territori

- Sandra Tafi (PO)
- Daniela Burrini
- Giulia Gambacciani
- Michela Pasellini

La piattaforma di
collaborazione
Tuscany Together

Insieme agli
appuntamenti
nazionali e
internazionali



WEDDING

Stampa e Wedding Planner dai mercati target UK, Svizzera Germania

CAMMINI

Via Francigena , Via Lauretana, Via Matildica del Volto Santo, Via Romea Germanica, Via Romea Strata, Via Romea Sanese, Via di Francesco.

UNESCO

un viaggio attraverso la Toscana patrimonio dell'umanità, che vanta patrimoni artistici, culturali, ambientali e del rapporto tra uomo e natura

ETRUSCHI

la modernità degli etruschi seguendo la via del ferro, dell'acqua, dell'oro

GOLF

affiancare al golf visite a borghi o città d'arte, escursioni e degustazioni enogastronomiche. Una destinazione per i giocatori e per gli accompagnatori

SOSTENIBILITA'

natura, campagna, slow, cultura del cibo sano e locale per un'idea di Toscana sostenibile.

NEW WELLNESS

in Toscana per dedicarsi a sé e al proprio benessere a 360°

VETRINA TOSCANA

un modo per scoprire sapori e conoscere il territorio

Bike: come intercettare e accogliere il cicloturista

UNESCO e città d'arte: riconoscimento Unesco come driver turistico

Sostenibilità: obiettivi dell' Agenda 2030 e certificazioni

Terme: offerta innovativa e benessere a 360°

Enogastronomia: innovazione dell'offerta

Wedding: matrimoni "esperienziali"

MICE: esperienze corporate innovative e CSR

Turismo scolastico: organizzare viaggi di istruzione e viaggi studio di valore



IL SETTORE PROMOZIONE E BTOB E' PREPOSTO ALL'ORGANIZZAZIONE DI TUTTE LE AZIONI PROMOZIONALI CHE METTONO IN CONTATTO DIRETTO LA DOMANDA TURISTICA NAZIONALE ED INTERNAZIONALE CON L'OFFERTA TURISTICA TOSCANA ATTRAVERSO INCONTRI COMMERCIALI MIRATI (BTOB) E L'ORGANIZZAZIONE DI FAMILIARISATION TRIP (FAMTRIP) PER FAR SCOPRIRE, CONSOLIDARE O AGGIORNARE LA CONOSCENZA DI TERRITORI, SERVIZI ED ESPERIENZE AGLI OPERATORI INTERESSATI A NUOVE OPPORTUNITA' DI BUSINESS

Marta Javarone (PO)
Francesca Grassi
Costanza Battistelli
Nicole Mascia



Discovering New
BUSINESS
Opportunities

ADVENTURE TRAVEL WORLD SUMMIT



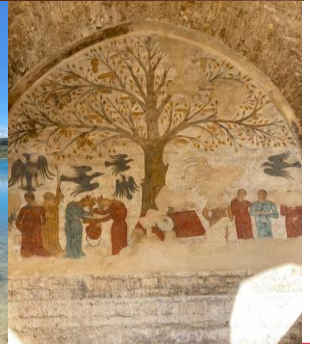
ORGANIZZIAMO LA PARTECIPAZIONE DEGLI OPERATORI TOSCANI A WORKSHOP IN MODALITA' BTOB SIA IN TOSCANA CHE IN TUTTO IL MONDO. COLLABORIAMO CON ENTI ORGANIZZATORI ED ASSOCIAZIONI INTERNAZIONALI QUALI USTOA, ETOA ED ATTA. NEL 2022 E' PREVISTA L'ORGANIZZAZIONE DI CIRCA 15 BTOB SIA IN PRESENZA CHE ON LINE. L'EVENTO PIU' IMPORTANTE E CENTRALE PER L'OFFERTA TOSCANA RIMANE COMUNQUE IL BUY TUSCANY / SHARING TUSCANY DUE GIORNATE DEDICATE AGLI INCONTRI COMMERCIALI DI CUI UNA PER I BUYER INTERNAZIONALI ED UNA PER I BUYER NAZIONALI, QUEST'ULTIMA PREVEDE DUE SESSIONI DI AGGIORNAMENTO SUI PRODOTTI TURISTICI DELLA TOSCANA





I FAMTRIP SONO UNA OCCASIONE PER ESPLORARE IL TERRITORIO, PRESENTARE E PROMUOVERE L'OFFERTA TURISTICA LOCALE IN TUTTE LE SUE SFACCETTATURE, EFFICACI QUANDO SEGUONO O PRECEDONO INCONTRI BTOB PERCHÉ SONO IL CONSOLIDAMENTO DEI RAPPORTI E DELLA CONOSCENZA DEL TERRITORIO E DELLE SUE OPPORTUNITÀ DI BUSINESS. PER ESEMPIO PER DUCO ED IL BUY TUSCANY ABBIAMO SEMPRE ORGANIZZATO NUMEROSI FAMTRIP (6 PER DUCO E 16 PER IL BUY TUSCANY / SHARING TUSCANY) COSÌ COME DISCOVER ITALY A CUI NE SEGUIRANNO 4. INOLTRE ORGANIZZIAMO EDUCTOUR PER BUYER SELEZIONATI, SU SPECIFICI PRODOTTI O PER SPECIFICHE AREE STRATEGICHE O RICHIESTE DA ALCUNI MERCATI DI RIFERIMENTO I NOSTRI TOUR SONO E SARANNO SEMPRE DI PIÙ ORGANIZZATI IN STRETTA. COLLABORAZIONE CON GLI AMBITI TURISTICI





FIERE E MANIFESTAZIONI DI SETTORE
EVENTI PROMOZIONALI
PROGETTI TEMATICI
ASSISTENZA MEDIA
PRESS TOUR
CAMPAGNE PROMOZIONALI

Leila Pruneti (PO)
Gherardo Noferi
Ilaria Crescioli
Silvia Aglietti
Eleonora Falchi

FIERE E MANIFESTAZIONI DI SETTORE

BIT - Milano 10-12 aprile

tutti i segmenti di offerta

TTG – Rimini 12-14 ottobre

WTM – Londra 7-9 dicembre

ILTM – Cannes 5-8 dicembre

per specifici segmenti di offerta

DIDACTA – Firenze 20-22 maggio

WTE – Verona 15-17 settembre

IGTM – Roma 17-20 ottobre

Ski Pass – Modena 29 ottobre -1 novembre

EVENTI PROMOZIONALI

Eruzioni del gusto – Napoli

BMTA – Paestum

Eventi regionali sul territorio: Arcobaleno d'estate

PROGETTI TEMATICI

VETRINA TOSCANA

UNESCO

ETRUSCHI

TOSCANA CONTEMPORANEA



ASSISTENZA MEDIA NAZIONALE ED INTERNAZIONALI PRESS TOUR

Marketing di destinazione:

Orientamento/suggerimenti

Assistenza alla programmazione/Contatti/servizi di accoglienza

Divulgazione contenuti ed informazione turistiche

Promozione del sito visttuscany.com e siti istituzionali di riferimenti varie tematiche

Organizzazione di press tour varie tematiche su invito:

Collaborazione con uffici stampa e media di settore

Programmazione e organizzazione dei tour in collaborazione con AT/Tuscany Together



«Toskania jest jednym z najchętniej odwiedzanych przez turystów regionów Włoch. Nie należy się temu dziwić – wszak znajdziemy w niej wspomnie zabytki sztuki renesansowej, urokliwe, średniowieczne miasteczka, zachwycające krajobrazy i wyborne wino. Każdy powinien więc być zadowolony z wizyty tutaj. Toskania to także serce kultury Italii – stąd pochodzili Dante Alighieri, Francesco Petrarca i Giovanni Boccaccio, ówczesny język włoskiego, który wywodzi się z dialektu właśnie tego regionu.»



CAMPAGNE PROMOZIONALI

Campagna di Brand «Toscana Rinascimento senza fine» 2022:

Sviluppo del concept creativo

Campagna radio – ooh – stampa a livello nazionale

Progetti di comunicazione promozionale sui mercati target e per offerte mirate: Busoperator/mercati lingua tedesca

Progetti editoriali:

Approfondimento contenuti sulle tematiche

Turismo enogastronomico – Vetrina Toscana

Unesco

Etruschi

Slow Tourism (bike, cammini)



Buggiano

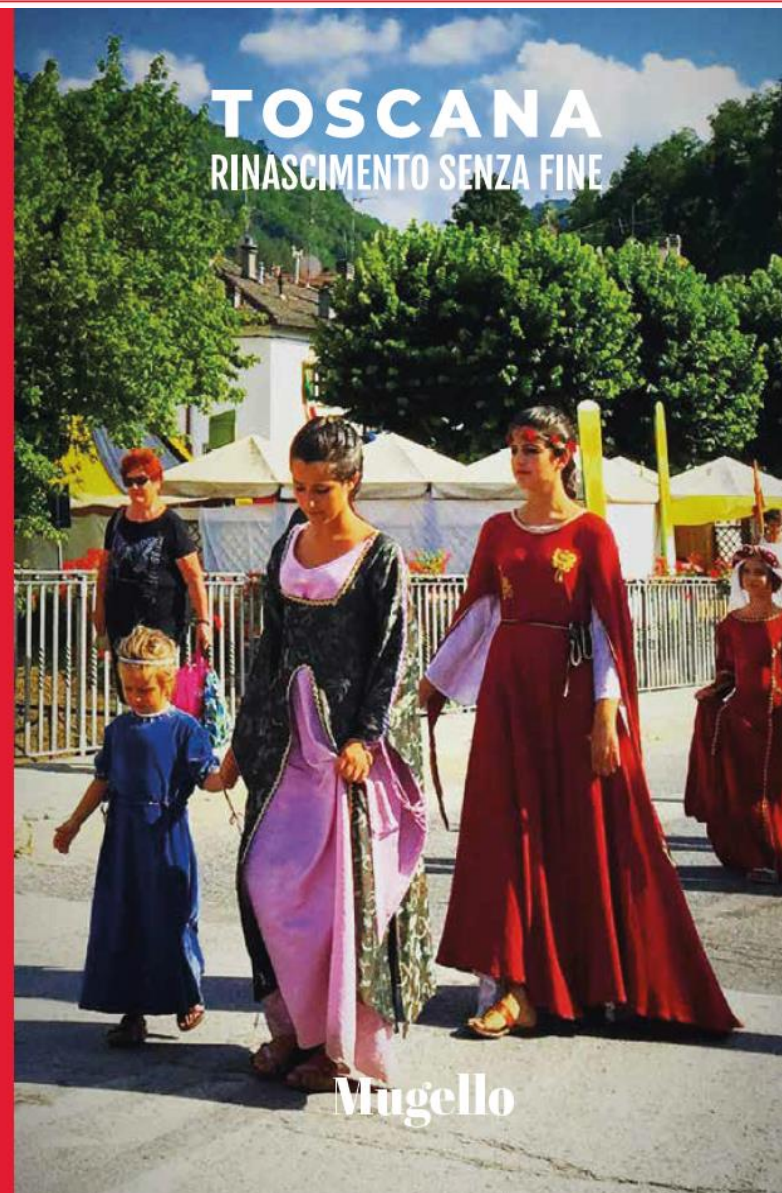
VISITTUSCANY.COM

**Lasciarsi alle spalle
la città, rifugiarsi
tra antichi borghi e
sapori senza tempo.**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE

**Scoprire una
terra che è
un eterno
palcoscenico.**

visittuscany.com
mugellotoscana.it



grazie