

RELAZIONE TECNICA

Descrizione delle attività di TOSCANA PROMOZIONE TURISTICA

Nel periodo dal 1 gennaio 2020 al 31 dicembre 2020

SCHEMA PROGETTUALE 2020–2023

Azioni per la linea di intervento 3.3.2
SOSTEGNO ALLA PROMOZIONE TURISTICA
Promozione del brand e valorizzazione dell'offerta turistica

Firenze novembre 2022



CUP Regione Toscana Assegnato alla Linea 3.3.2:

Denominazione soggetto beneficiario: REGIONE TOSCANA

Organismo attuatore: TOSCANA PROMOZIONE TURISTICA

Titolo del progetto: SOSTEGNO ALLA PROMOZIONE TURISTICA

Promozione del brand e valorizzazione dell'offerta turistica

Acronimo: SP05

Relazione intermedia: NUMERO 1

Primo Periodo: dal 1 gennaio 2020 al 31 dicembre 2020

Relazione finale

Data inizio progetto: 1 gennaio 2020

Indirizzo della sede operativa del progetto:

**Toscana Promozione Turistica
Villa Fabbricotti – Viale V. Emanuele II, 62-64
50100 FIRENZE**

Specificare se diversa da quella indicata in domanda: NO

Tel: 055 462801

Pec: toscanapromozione@postacert.toscana.it

E-mail: info@toscanapromozione.it





Dichiarazione del rappresentante legale:

Io, Francesco Tapinassi **rappresentante legale di TOSCANA PROMOZIONE TURISTICA** dichiaro che:

- La relazione rappresenta una descrizione precisa del lavoro svolto in questo periodo di riferimento;
- Il progetto (barrare la casella appropriata):

X ha pienamente raggiunto i suoi obiettivi per il periodo;

ha ottenuto la maggior parte dei suoi obiettivi per il periodo con scostamenti di lieve entità¹;

non è riuscito a raggiungere obiettivi e/o non è affatto in linea con il programma previsto².

- I rendiconti finanziari che vengono presentati come parte di questa relazione sono in linea con l'effettivo lavoro svolto.

Nome del rappresentante legale del soggetto attuatore (*) Francesco Tapinassi

Data: 3/11/2022

(*) La firma del rappresentante legale va apposta alla presente soltanto in forma digitale.

Persona di contatto che ha redatto la domanda di rimborso e curato la relazione tecnica:

Mail: f.tapinassi@toscanapromozione.it

¹ Se la casella è selezionata, la relazione dovrebbe riportare tali criticità e le azioni correttive adottate.

² Se la casella è selezionata, la relazione dovrebbe riportare tali criticità e le azioni correttive adottate.



1. Sintesi del progetto

L'obiettivo principale di *Toscana Promozione Turistica* è quello di contribuire all'incremento dei flussi turistici in Toscana e al rafforzamento del sistema turistico regionale. Obiettivo che, a livello di strategia generale, sarà perseguito come segue:



L'obiettivo specifico del progetto è l'accrescimento della domanda lungo tutta la filiera economica e dei servizi connessa al turismo in modo da incrementare l'impatto di tale settore nell'economia regionale, contribuendo al consolidamento, la modernizzazione e la diversificazione dei sistemi produttivi territoriali.

Gli obiettivi specifici delle attività sono:

1. Promozione integrata di risorse turistiche, culturali, ambientali, produttive e valorizzazione dei grandi attrattori;
2. Sviluppo territoriale delle destinazioni e dei prodotti turistici;
3. Posizionamento di un'offerta diversificata sui mercati nazionale ed internazionali;
4. Sviluppo del turismo digitale come modalità di supporto alla valorizzazione dell'offerta;

Il beneficiario del progetto è la Regione Toscana, Direzione Attività Produttive, Settore Promozione Economica e Turistica.

Il soggetto attuatore è Toscana Promozione Turistica.



I partecipanti al progetto, definiti stakeholder, sono le aziende turistiche toscane che partecipano attivamente all'attuazione delle azioni finanziate con la loro presenza e offerta dei prodotti turistici in occasione di manifestazioni di settore.

Sono inoltre coinvolti a vario titolo altri soggetti, definiti shareholder, economici e che partecipano alla filiera del turismo ricettivo in Toscana come gli enti, le associazioni ed i soggetti pubblici, territoriali e commerciali, i media e gli opinion leader.

Questi shareholder sono di volta in volta coinvolti come fornitori di caratteristici servizi turistici rappresentativi di specifici segmenti nelle attività di progetto e in altre occasioni potranno essere coinvolti come partecipanti delle azioni realizzate.

a) Le AZIONI

Gli obiettivi precedentemente definiti sono realizzati attraverso una pluralità di attività previste dal Programma Operativo Regionale riferito all'Azione 3.3.2 in coerenza con il Piano delle attività promozionali approvate per l'agenzia nelle annualità 2020, 2021 e 2022.

Le attività generano un effetto incentivante al fine di consolidare, rafforzare, modernizzare e diversificare i sistemi produttivi territoriali del sistema turistico, hanno caratteristiche di addizionalità ed innovazione e contribuiscono alla ricaduta economica indiretta su imprese e stakeholders della filiera turistica che beneficino del posizionamento e del rafforzamento del brand toscano sui mercati

Tali attività comprendono:

- a) Attività di destination marketing
- b) Promozione dell'offerta turistica toscana e dei suoi prodotti turistici
- c) Campagne promozionali

Le attività di marketing turistico di destinazione, finalizzate al raggiungimento dei suddetti obiettivi, accompagnano la promozione e la commercializzazione dell'offerta delle imprese turistiche toscane sui mercati nazionale ed internazionale, rafforzano ed arricchiscono il brand di destinazione toscano, promuovono la conoscenza di specifici segmenti di offerta turistica e valorizzano le diverse destinazioni territoriali.

Le attività sono volte a consolidare e rafforzare la conoscenza e la divulgazione della destinazione nel suo insieme sui mercati e al tempo stesso ad approfondire specifiche tematiche, peculiarità territoriali e dei prodotti turistici promuovendone l'innovazione, la creatività e l'originalità dei contenuti finalizzata ad aumentare la competitività delle offerte turistiche e la rispondenza alle motivazioni di viaggio e alle caratteristiche dei vari mercati che vengono analizzate attraverso studi, dati statistici e ricerche specifiche.

Le azioni di comunicazione e promozione turistica sono finalizzate al potenziamento e all'articolazione del brand toscano nell'immaginario collettivo, alla definizione di identità competitive territoriali e di prodotto e alla divulgazione degli stessi in occasione di eventi con ampia partecipazione di pubblico, operatori di settore, opinion leader e portatori di interesse, attraverso strumenti on e off-line, allestimenti fieristici, presentazioni della destinazione turistica toscana, delle sue risorse e dei suoi prodotti turistici.

Le azioni realizzate intendono attuare un metodo di lavoro strutturato di cooperazione con gli EELL appartenenti ai 28 Ambiti Turistici della Toscana finalizzato alla costruzione della promozione delle destinazioni e dei prodotti turistici territoriali favorendo nuove aggregazioni e nuove strategie di valorizzazione di prodotti turistici e territori sui vari mercati target.



Le attività si concentrano su azioni promozionali e di comunicazione straordinarie, soprattutto sul mercato interno, per rispondere efficacemente alla situazione post-pandemia Covid-19 e ai nuovi scenari della domanda nazionale ed internazionale, per aggiornare la tradizionale immagine percepita della destinazione turistica toscana facendo leva sui valori fondanti della sua storia e della sua reputazione connessa al viaggio focalizzandosi particolarmente sui temi di bellezza diffusa, benessere psico-fisico, comportamenti responsabili ed sostenibili.

Le azioni sono finalizzate all'innovazione dei prodotti turistici, ad aumentare il coinvolgimento della filiera turistica pubblica e privata, allo sviluppo della percezione della Toscana come destinazione contemporanea, all'aumento dei turisti che evocano la Toscana come destinazione di viaggio. La realizzazione delle azioni si propone di raggiungere un target che ha propensione al viaggio che utilizza i siti internet di destinazione ed i canali social ad essi collegati pertanto la campagna promozionale on e offline è diretta al consumatore finale in coordinamento con le attività di Fondazione Sistema Toscana inerenti alla promozione dell'immagine complessiva delle attività produttive e turistiche.

La promozione del progetto e la diffusione dei risultati è realizzata attraverso il sito internet dell'agenzia www.toscanapromozione.it

2. Descrizione sintetica delle attività del progetto

Si chiede la descrizione sintetica delle attività in base ai principi generali ed ai criteri di selezione, denominati "criteri e metodologia di selezione delle operazioni dell'azione 3.3.2 del POR CREO FESR 2014-2020 in attuazione dei principi guida individuati nel POR" come segue:

CRITERIO	DESCRIZIONE ATTIVITA' REALIZZATE	DESCRIZIONE RISULTATI
Coerenza con il PRS 2016-2020 <input type="checkbox"/>	Tutte le attività sono state realizzate in base alla rispondenza con quanto previsto dal Programma Regionale di Sviluppo 2016-2020	Integrazione e valorizzazione di destinazioni turistiche e attrattori culturali Posizionamento di un'offerta diversificata sui mercati nazionale ed internazionali
Coerenza con il Piano di Promozione Turistica annuale	Tutte le azioni corrispondono con quanto previsto dai piani di promozione turistica annuali approvati dalla Giunta Regionale	Piano di promozione turistica annuali approvati dalla Giunta Regionale Programma Operativo delle attività di promozione turistica 2020 approvato con Del. G.R. 33 del 20/01/2020
Qualità delle operazioni	Le attività realizzate sono finalizzate allo sviluppo di prodotti e servizi e alla valorizzazione di identificati attrattori culturali e naturali del territorio regionale nel suo complesso, nonché dei sistemi turistici territoriali per ambiti diversificati	Miglioramento della conoscenza della destinazione, del suo brand e dei territori coinvolti. Definizione di brand territoriali orientati alla valorizzazione di identificati attrattori culturali e naturali del territorio regionale nel suo complesso, nonché dei sistemi turistici territoriali per ambiti diversificati
Livello di coinvolgimento delle destinazioni turistiche, ivi compreso il sistema delle imprese (OTD)	Realizzazione di iniziative promozionali e di comunicazione che accompagnano il posizionamento dell'offerta turistica per il miglioramento della sua competitività del mercato turistico toscano rispetto ai mercati concorrenti	Miglioramento della competitività dell'offerta turistica toscana orientata alle motivazioni di viaggio e ai gruppi di interesse sui mercati turistici

Livello di coinvolgimento del sistema integrato di promozione territoriale o di prodotto, ivi compreso il sistema delle imprese	Diversificazione e ampliamento dell'offerta turistica toscana e dei suoi territori anche attraverso il sostegno di forme di offerta aggregata di prodotti e servizi in un'ottica di miglioramento della competitività del sistema economico connesso al turismo	Descrizione delle offerte aggregate di prodotti e servizi in un'ottica di miglioramento della competitività del sistema economico connesso al turismo Valorizzazione degli attrattori turistici noti e meno noti
Grado di innovazione (organizzativa istituzionale metodologica) degli interventi	Sviluppo di contenuti specialistici, analisi, mappature e approfondimenti finalizzati ad attività che favoriscono l'incremento dell'offerta di servizi innovativi, la rilettura di tematiche consolidati, la diversificazione dei sistemi turistici, all'utilizzazione di tecnologie digitali (Turismo 4.0) e a forme di partenariato pubblico/privato	Aumento della differenziazione dei prodotti, sviluppo e promozione di prodotti e percorsi innovativi, modernizzazione e diversificazione dei sistemi turistici, anche attraverso la diffusione di nuove tecnologie digitali (Turismo 4.0) e forme di partenariato pubblico/privato. Miglioramento della conoscenza dell'offerta territoriale

3. Obiettivi operativi e risultati ottenuti

Elencare gli obiettivi operativi previsti dalle schede progettuali e per ciascuno di essi, rispetto al periodo di riferimento coperto dalla presente relazione, compilare una tabella come quella sotto riportata, fornendo le informazioni richieste.

Denominazione Obiettivo operativo 1: Promozione integrata di risorse turistiche, culturali, ambientali, produttive e valorizzazione dei grandi attrattori
Attività realizzate
<p>La valorizzazione dei grandi attrattori turistici e la promozione integrata delle risorse turistiche, culturali e ambientali si realizza con il consolidamento del brand toscano e della sua notorietà attraverso la campagna promozionale "Toscana Rinascimento senza fine" con le seguenti attività:</p> <p>Area di attività 3 Engagement – Attività di branding e campagne di comunicazione - Promozione BtoC del brand-set Toscana on e off line – campagna promozionale della destinazione e dei suoi prodotti turistici</p> <p>La campagna promozionale "Toscana Rinascimento senza fine" 2020 ha visto la pianificazione di un media mix che ha offerto la possibilità di raggiungere un target nazionale con prevalenza delle regioni di centro-nord, tenuto conto degli effetti della pandemia nella contrazione dei mercati internazionali e l'incremento del mercato italiano. La programmazione è stata ideata per garantire e ampliare non solo la copertura di strumenti e territori ma anche un'attenta progettazione della calendarizzazione, al fine di accrescere il numero di contatti che il singolo visitatore ha avuto con la campagna pubblicitaria e il suo messaggio.</p> <p>I mezzi utilizzati per la campagna promozionale sono stati: OOH out of home (cartellonistica stradale, stazioni e metropolitana nel nord Italia e Roma) stampa (principali media generalisti e periodici a grande diffusione), radio.</p> <p>Il periodo si è concentrato tra metà giugno e metà luglio in considerazione della riapertura post lockdown e la conseguente possibilità di viaggiare sul territorio nazionale confermata all'inizio di giugno 2020.</p> <p>La campagna si è articolata sulla promozione dei seguenti soggetti visual dedicati ai prodotti turistici della Toscana presenti sul sito di destinazione: città d'arte, mare, outdoor/turismo all'aria aperta/turismo</p>

attivo, terme e benessere, Toscana contemporanea

La scelta è stata orientata a supportare l'offerta turistica che rispondeva alle esigenze dei consumer nel periodo post-pandemico sul mercato interno e a promuovere destinazioni meno note innovando il brand.

Le operazioni portate a finanziamento fanno parte della suddetta campagna e si riferiscono in particolare alla campagna OOH nel centro-nord Italia attraverso:

- spazi digital nelle metropolitane e pannellistica luminosa nelle stazioni ferroviarie (Roma, Milano e Torino)
- grande led alla stazione di Roma Termini
- banner nelle aree dei treni ad alta velocità delle stazioni (Milano, Firenze, Torino, Verona, Bologna, Roma e Napoli)
- affissioni urbane nei luoghi di grande passaggio /Milano, Torino, Brescia, Verona, Roma)
- progetti editoriali, produzioni di immagini, video e campagne social
- campagne stampa dedicata ai prodotti turistici tematici

Area di attività 2 – Product - **Valorizzazione dell'offerta turistica territoriale – progetto editoriale Tuscany Biotour**

Realizzazione di progetti editoriali che ampliano e diversificano l'offerta turistica in particolare è stata realizzata una mappatura della filiera delle produzioni biologiche e una mappa turistica tematica dei percorsi di turismo sostenibile alla scoperta della cultura enogastronomica, del cibo biologico in Toscana e delle risorse turistiche correlate.

Consulenze e servizi esterni

Indicare quali sono stati i servizi esterni utilizzati per la realizzazione delle attività descritte sopra:

- Spese per comunicazione e pubblicità on e off-line
- Realizzazione materiali promozionali, pubblicazioni, progetti editoriali

Risorse umane

Descrivere l'impegno del personale rendicontato nell'ambito delle attività realizzate descritte sopra

Non applicabile.

Missioni/Viaggi del personale interno

Descrivere la motivazione del viaggio e il nominativo del personale interno oggetto del rendicontato

Non applicabile.

Risultati raggiunti

Riportare i risultati conseguiti con particolare riferimento ai risultati descritti nella scheda progettuale.

Descrivere in maniera puntuale qui di seguito le eventuali difformità fra i risultati attesi e i risultati conseguiti e proporre le conseguenti azioni correttive.

I risultati sono in linea con il target previsto.

Denominazione Obiettivo operativo 2:

Sviluppo territoriale delle destinazioni e dei prodotti turistici

Attività realizzate

Lo sviluppo territoriale delle destinazioni e dei loro prodotti turistici si realizza attraverso un processo di coinvolgimento della filiera turistica pubblica e privata finalizzato allo sviluppo di un'offerta competitiva e sostenibile con le seguenti attività:

Area di attività 4: Management - **Marketing team per supporto tecnico agli Ambiti Turistici della Toscana** - Azioni orientate a migliorare l'organizzazione del sistema turistico regionale ed il grado di collaborazione tra gli operatori pubblici e privati

In attuazione della LR 86/2016 Toscana Promozione Turistica accompagna gli ambiti territoriali costituiti nel processo operativo e collaborativo che coinvolge operatori pubblici e privati.

La redazione di Linee Guida è stata propedeutica alla realizzazione di attività quali la definizione degli standard qualitativi minimi di prodotto, la mappatura delle risorse territoriali componenti l'offerta turistica, i prodotti esperienziali e sostenibili, i processi di governance e le strategie congiunte di marketing.

Per l'accompagnamento di questo processo ad operatori pubblici e privati è stato costituito un marketing team che ha supportato Toscana Promozione Turistica, attraverso servizi di assistenza specialistica anche con la collaborazione di esperti di settore, per le seguenti attività:

- Definizione e redazione delle linee guida
- Accompagnamento alla progettazione turistica territoriale sostenibile
- Assistenza tecnica per lo sviluppo di progetti di ambito turistico e di creazione di prodotti turistici omogenei
- Accompagnamento all'organizzazione e alla gestione degli ambiti territoriali

Le relative forniture iniziano nel 2019 con la redazione delle Linee Guida per l'applicazione del Piano di destinazione degli Ambiti Turistici, le altre attività di accompagnamento vengono realizzate a partire dal gennaio 2020 attraverso una serie di incontri, workshop, webinar che coinvolgono stakeholder pubblici ed imprese turistiche.

Le operazioni finanziate con questo progetto sono calcolate per il periodo e le attività di riferimento in quota parte. Le stesse attività rispondono infatti agli obiettivi e alle finalità delle azioni realizzate con il progetto "Piano straordinario di promozione del brand e dell'offerta turistica toscana" finanziato con fondi FSC Fondo Sviluppo e Coesione – annualità 2020

Area di attività 4: Management - **Valorizzazione dell'offerta ed organizzazione del sistema turistico regionale e dei suoi prodotti turistici**

Analisi, studi, raccolta informazioni ed incontri per l'accompagnamento degli Ambiti Turistici alla progettazione di nuovi prodotti turistici del territorio regionale attraverso la mappatura della filiera turistica in particolare per i segmenti di offerta: turismo lento, attivo, enogastronomico, dei cammini e della spiritualità

Consulenze e servizi esterni

Indicare quali sono stati i servizi esterni utilizzati per la realizzazione delle attività descritte sopra:

- Analisi, ricerche, studi settoriali per il posizionamento dei prodotti turistici, dei brand territoriali e per il comportamento del consumer
- Servizi di assistenza e di informazione

Risorse umane

Descrivere l'impegno del personale rendicontato nell'ambito delle attività realizzate descritte sopra Non applicabile
Missioni/Viaggi del personale interno
Descrivere la motivazione del viaggio e il nominativo del personale interno oggetto del rendicontato Non applicabile
Risultati raggiunti
Riportare i <u>risultati conseguiti</u> con particolare riferimento ai risultati descritti nella scheda progettuale. Descrivere in maniera puntuale qui di seguito le eventuali difformità fra i risultati attesi e i risultati conseguiti e proporre le conseguenti azioni correttive.
I risultati sono in linea con il target previsto.

Denominazione Obiettivo operativo 3: Posizionamento di un'offerta diversificata sui mercati nazionale ed internazionali
Attività realizzate
Consulenze e servizi esterni
Indicare quali sono stati i servizi esterni utilizzati per la realizzazione delle attività descritte sopra:
Risorse umane
Descrivere l'impegno del personale rendicontato nell'ambito delle attività realizzate descritte sopra Non applicabile
Missioni/Viaggi del personale interno
Descrivere la motivazione del viaggio e il nominativo del personale interno oggetto del rendicontato Non applicabile
Risultati raggiunti
Riportare i <u>risultati conseguiti</u> con particolare riferimento ai risultati descritti nella scheda progettuale. Descrivere in maniera puntuale qui di seguito le eventuali difformità fra i risultati attesi e i risultati conseguiti e proporre le conseguenti azioni correttive.
I risultati sono in linea con il target previsto.

Denominazione Obiettivo operativo 4: Sviluppo del turismo digitale come modalità di supporto alla valorizzazione dell'offerta
Attività realizzate
Il supporto alla valorizzazione dell'offerta turistica toscana si realizza attraverso le seguenti attività: Area di attività 3 Engagement – Attività di branding e campagne di comunicazione - Promozione BtoC del brand-set Toscana on e off line – campagna promozionale della destinazione e dei suoi prodotti turistici La realizzazione di strumenti promozionali e contenuti appropriati come:
<ul style="list-style-type: none"> - la redazione di contenuti narrativi adatti allo storytelling per il web - la realizzazione di immagini statiche e dinamiche, video tematici - il coinvolgimento di influencer

contribuiscono allo sviluppo del turismo digitale e alla promozione on-line di un'offerta dedicata al pubblico giovane, orientata in particolare a far conoscere un prodotto turistico tematico Toscana Fantasy con la finalità di diversificare e modernizzare l'offerta turistica toscana uscendo dai canoni classici della destinazione e dei segmenti di offerta più noti.

Consulenze e servizi esterni

Indicare quali sono stati i servizi esterni utilizzati per la realizzazione delle attività descritte sopra:

- Spese per comunicazione e pubblicità on e off-line
- Servizi grafici e fotografici
- Realizzazione materiali promozionali, pubblicazioni, progetti editoriali

Risorse umane

Non applicabile

Missioni/Viaggi del personale interno

Descrivere la motivazione del viaggio e il nominativo del personale interno oggetto del rendicontato

Non applicabile

Risultati raggiunti

Riportare i risultati conseguiti con particolare riferimento ai risultati descritti nella scheda progettuale.

Descrivere in maniera puntuale qui di seguito le eventuali difformità fra i risultati attesi e i risultati conseguiti e proporre le conseguenti azioni correttive.

I risultati sono in linea con il target previsto.

4. Lista di tutte le attività realizzate da Toscana Promozione Turistica nel periodo oggetto del rendiconto finanziate dal progetto:

Elencare gli obiettivi operativi previsti dalle schede progettuali e per ciascuno di essi, rispetto al periodo di riferimento coperto dalla presente relazione, compilare una tabella come quella sotto riportata, fornendo le informazioni richieste.

Iniziativa	Titolo Evento	Tipologia Evento	Obiettivo	Data Svolgimento	Luogo	Numero Partecipanti	Di cui Imprese Toscane
Area di attività: Management - 19TUR069 e 20TUR069	Marketing Team e supporto tecnico agli Ambiti Turistici della Toscana	Azioni orientate a migliorare l'organizzazione del sistema turistico regionale ed il grado di collaborazione tra gli operatori pubblici e privati-incontri a distanza	2	Gennaio-febbraio	Toscana	2500	100
Area di attività 3 Engagement - 20TUR067	Attività di branding e campagne di comunicazione	Campagna di comunicazione Promozione BtoC del brand-set Toscana on e off line - Campagna OOH e campagna stampa sul mercato interno	1	Giugno-agosto 2020	Italia		

Area di attività 3 Engage- ment – 20TUR067	Attività di branding e campagne di co- municazione	progetti editoriali produzione di video e immagini Toscana Fantasy	4	Novembre - dicembre	Italia		
Area di attività 2 Product 20TUR026	Valorizzazione dell'offerta turistica territoriale	progetto editoriale Tuscany Biotour	1	Novembre - dicembre	Italia		

5.lista delle missioni eseguite dal personale interno di Toscana Promozione nel periodo oggetto del rendiconto:

Non applicabile a questo rendiconto.

Destinazione	Data	Luogo	Titolo evento

Firma digitale del rappresentante legale