RELAZIONE TECNICA

Descrizione delle attività di TOSCANA PROMOZIONE TURISTICA

Nel periodo dal 1 gennaio 2021 al 31 dicembre 2021

SCHEDA 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 dicembre 2022

Programma cofinanziato con il Fondo Europeo per lo Sviluppo Regionale
Programme cofinancé par le Fonds Européen de Développement Régional

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 2

Primo Periodo: dal 1 gennaio 2021 al 31 dicembre 2021

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: 6/12/2022

(*) 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

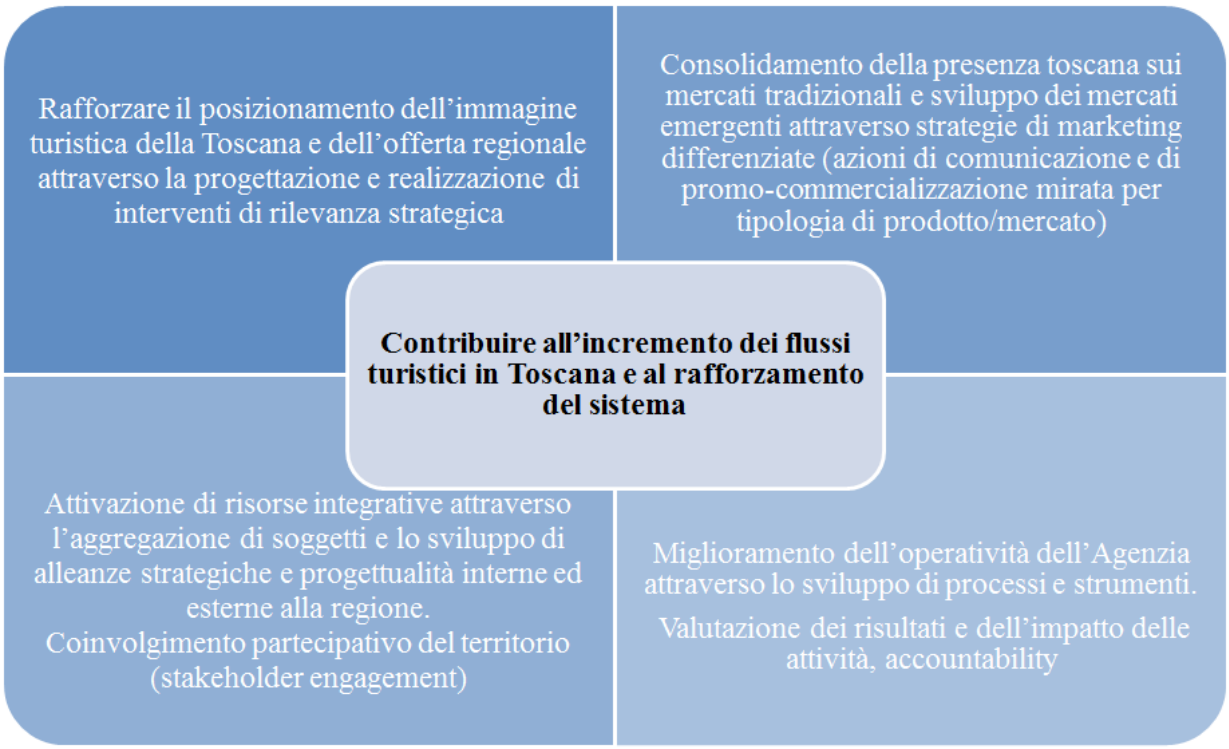
1 Se la casella è selezionata, la relazione dovrebbe riportare tali criticità e le azioni correttive adottate.

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 beneficiano 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 nazionali ed internazionali, rafforzano ed arricchiscono il brand di destinazione toscana, 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 Toscana nel suo insieme e al tempo stesso ad approfondire specifiche tematiche e prodotti turistici promuovendone in particolare l'innovazione, la creatività e l'originalità dei contenuti. In tal modo di punta ad aumentare la competitività delle offerte turistiche e la corrispondenza alle motivazioni di viaggio del viaggiatore contemporaneo. Le caratteristiche dei vari mercati vengono analizzate attraverso studi, dati statistici e ricerche specifiche.
Le azioni di comunicazione e promozione turistica sono perciò 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 per la costruzione del prodotto delle destinazioni favorendo anche nuove aggregazioni e nuove strategie di valorizzazione dei 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	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 dell'anno 2021 approvato con DGR n. 3/2021 come successivamente modificato con DGR n. 17/2021, 502/2021, 1245/2021 ed in ultimo con DGR 1328/2021.
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	Realizzazione di iniziative promozionali e di comunicazione che accompagnano il	Miglioramento della competitività dell'offerta turistica toscana orientata alle

delle destinazioni turistiche, ivi compreso il sistema delle imprese (OTD)	posizionamento dell'offerta turistica per il miglioramento della sua competitività del mercato turistico toscano rispetto ai mercati concorrenti	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
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 prosecuzione della campagna promozionale "Toscana Rinascimento senza fine" con 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 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 centro-nord, tenuto conto degli effetti della pandemia nella contrazione dei mercati internazionali e l'incremento del mercato domestico. La programmazione è stata ideata per garantire e ampliare non solo la copertura di strumenti e territori al fine di estendere pubblico e target ma anche una attenta progettazione della calendarizzazione, al fine di accrescere il numero di contatti che ha avuto la campagna pubblicitaria e il suo messaggio. A causa del protrarsi dello stato di emergenza dovuto alla pandemia Covid-19 si è reso necessario il prolungamento ed il potenziamento delle attività di comunicazione promozionale, volte a mantenere accesa l'attenzione del visitatore sulla destinazione, ad aumentare le visite degli utenti sul sito www.visittuscany.com, a coinvolgere gli operatori turistici toscani a popolare lo stesso sito con le loro

offerte turistiche stimolando anche gli ambiti turistici a progettare prodotti innovativi e competitivi.

La scelta è stata orientata a supportare l'offerta turistica rsipondente alle esigenze dei consumer nel periodo post-pandemico sul mercato interno e a promuovere destinazioni meno note innovando l'immagine della Toscana.
La campagna si è articolata sulla promozione dei prodotti turistici della Toscana presenti sul sito di destinazione, declinando nella cornice del claim 'Toscana Rinascimento senza fine' messaggi per ogni segmento di offerta, e alle sensazioni ed emozioni del viaggiatore, al punto di vista del visitatore del periodo post-pandemico con particolare attenzione alle sue esigenze e alle esperienze di viaggio.

I prodotti turistici promossi sono stati: outdoor, mare, borghi e prodotti autentici, turismo lento ed ecosostenibile, benessere e rigenerazione, cultura, natura, turismo attivo, enogastronomico, tuscany lifestyile.

Il grado di coinvolgimento degli operatori toscani nella progettazione di offerta è attestato dal numero di offerte turistiche inserite nel periodo di riferimento nella sezione 'make' del sito di destinazione www.visittuscany.com che ha registrato un aumento significativo.
Il popolamento di offerte e suggerimenti di viaggio sul sito di destinazione contribuisce anche alle finalità di cui all'obiettivo 3) 'Posizionamento di un'offerta diversificata sui mercati nazionale ed internazionali'.

I mezzi utilizzati per la campagna promozionale, veicolata a livello nazionale, sono stati: stampa su media generalisti e periodici settoriali a grande diffusione selezionati in base ai dati di diffusione e del profilo comportamentale dei lettori, del loro interessi specifici (Corriere, Sette, Cook, Style, Io Donna, Amica, F, G-Magazine, Gardenia, Sportweek, Natural Style, Dove, La Nazione/QN, Il resto del Carlino, Il Giorno, Repubblica….)

Il periodo di esposizione della campagna si è concentrato in primavera nel periodo maggio-giugno in considerazione della ripresa della propensione a viaggiare.

La campagna stampa advertsing è stata completata da publiredazionali, progetti editoriali e social integrati al fine di potenziare l'efficacia del messaggio e la conoscenza delle risorse e dei prodotti turistici della destinazione.

Le suddette attività contribuiscono anche al conseguimento dell'obiettivo 2 **'**'Sviluppo territoriale delle destinazioni e dei prodotti turistici' per quanto riguarda il miglioramento della conoscenza delle destinazioni e dell'offerta turistica territoriale tematica, diversificata, sostenibile e competitiva

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
- Servizi grafici e fotografici

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 le seguenti tipologie di azioni che hanno favorito un processo di coinvolgimento della filiera turistica pubblica e privata in occasione di eventi e manifestazioni che si svolgono sul territorio regionale. 1) Eventi organizzati sul territorio toscano in collaborazione con le comunità e le imprese locali, sperimentano nuovi format, valorizzano località meno note, le loro eccellenze enogastronomiche, location particolari ed inconsuete. Tutto questo contribuisce a posizionare la destinazione come ricca di eventi, contemporanea e creativa; tali manifestazioni vengono anche promosse attraverso media a mezzo stampa e con campagne social dedicate in collaborazione con lo staff del sito di destinazione, in particolare attraverso la realizzazione della seguente attività: Area di attività 2 – Product - Valorizzazione dell'offerta turistica territoriale – **Toscana degli eventi** – **Arcobaleno d'estate** – 18-21 giugno 2021 Realizzazione di 3 giorni di eventi in Toscana: un format consolidato in collaborazione con il quotidiano La Nazione, le comunità locali, le imprese turistiche che nell'edizione 2021 organizzano eventi a San Gimignano, Porto Santo Stefano, Firenze, Pisa e Carrara. L'iniziativa è preceduta da una call a tutti gli operatori pubblici e privati della Toscana per lo sviluppo della progettazione e l'inserimento sul sito di destinazione delle offerte turistiche estive (eventi, pacchetti di viaggio, esperienze, ecc.), accompagnata da azioni di comunicazione con il media partner e con il social media team del sito di destinazione. Per sottolineare la ripartenza post-covid 19 si realizza a San Gimignano un evento artistico di grande rilievo nella piazza principale, occasione che diventa iconica per promuovere la Toscana come terra di eventi di grande richiamo, valorizzare l'utilizzo di borghi storici e promuovere il patrimonio Unesco. 2) Promozione della destinazione Toscana realizzata in occasione di eventi estivi con particolare focus sulla valorizzazione dei territori e delle località coinvolte e per il potenziamento della riconoscibilità della destinazione come terra ricca di eventi, in particolare attraverso la promozione turistica dell'offerta toscana in occasione dei seguenti eventi: **Musart Festival** – Firenze luglio 2021 **Montalfonso sotto le stelle** – Castelnuovo di Garfagnana – luglio e agosto 2021 **Estate Fiesolana** – Fiesole giugno-settembre 2021 **Festival della Maremma** – vari luoghi della maremma da maggio a settembre 2021

Le attività promozionali si realizzano attraverso la valorizzazione delle peculiarità locali con visite organizzate a tema, diffusione di materiali informativi, passaggi video della destinazione, promozione del sito di destinazione, attività di comunicazione ed animazione in collaborazione con gli organizzatori degli eventi, comunità ed imprese locali

3) Promozione della destinazione turistica dedicata a focus tematici che valorizzano attraverso presentazioni e approfondimenti specialistici su percorsi e visite tematiche, focus su prodotti turistici territoriali e tematici contribuendo a posizionare sul mercato nuove motivazioni ed esperienze di viaggio. L'attività si svolge in occasione dei seguenti eventi:

Festival della letteratura di viaggio – Roma/Museo Nazionale Villa Giulia – 10 settembre 2021 – promozione dei percorsi Etruschi in Toscana
Stati Generali della Pelletteria – Firenze 28-30 giugno 2021- promozione della destinazione turistica e dell'artigianato artistico toscano
Progetto Dante – campagna promozionale dei percorsi danteschi in occasione delle celebrazioni del 700°anniversario dalla morte dei Poeta sulle testate Il Giornale dell'arte e su La Repubblica/Firenze

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
- Servizi di accoglienza, informazione, accoglienza ed intrattenimento

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 3:
Posizionamento di un'offerta diversificata sui mercati nazionale ed internazionali

Attività realizzate

La promozione dell'offerta e dei prodotti turistici toscani si realizza attraverso la partecipazione ad eventi e manifestazioni di settore finalizzata a migliorare il posizionamento sui mercati della reputazione della destinazione e la conoscenza di un'offerta diversificata e competitiva, con le seguenti attività:

Area di attività 1 – Business to business – interventi mirati ad accompagnare il sistema delle imprese per la penetrazione sui mercati nazionali ed internazionali:

WTE – World Tourism Event – Padova 23-25 settembre 2021 – il salone specializzato per la promozione dei siti Unesco offre l'occasione di promuovere i Siti Unesco della Toscana con conferenze tematiche e la partecipazione a workshop dedicati a questa offerta specifica da parte di operatori toscani.

Area di attività 2 – Product - Valorizzazione dell'offerta turistica territoriale – Toscana degli eventi **Endurance Lifestyle** – San Rossore/Pisa 20-23 maggio 2021 – in occasione del campionato mondiale di equitazione che coinvolge atleti e pubblico internazionale di alto livello di vari mercati, con particolare riferimento al mercato britannico e degli Emirati Arabi, si promuove la destinazione toscana sviluppando networking di impresa e valorizzazione del brand e delle eccellenze territoriali, si realizza un magazine che sarà divulgato anche in occasione di Expo Dubai 2021

Progetto Dante – presentazione promozionale dei percorsi danteschi per il mercato tedesco realizzata on-line – Berlino 23 giugno 2021

Consulenze e servizi esterni

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

- Noleggio spazi fieristici e location per eventi
- Allestimenti spazi fieristici e location per eventi inclusi servizi accessori (allacci, consumi, servizi tecnici, assistenza tecnica, noleggio audio video, ecc.:)
- Progettazione allestimento spazi per fiere ed eventi
- Spese per comunicazione e pubblicità on e off-line
- Servizi grafici e fotografici
- Stampa materiali promozionali
- Traduzioni, trascrizioni, revisioni, interpretariato

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 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 che contribuiscono ad aumentare la reputazione della destinazione sia in rete che in occasione di iniziative promozionali.

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:

- la redazione di contenuti narrativi adatti allo storytelling per il web
- la realizzazione di immagini statiche e dinamiche anche di backstage, video tematici, applicazioni e riproduzioni in 3D

contribuiscono allo sviluppo del turismo digitale e alla promozione on-line di un'offerta dedicata ad un pubblico ampio.

I suddetti strumenti multimediali sono dedicati a valorizzare:

- **Progetto Dante**: il prodotto turistico tematico dedicato ai percorsi danteschi con la finalità di diversificare e modernizzare l'offerta turistica toscana uscendo dai canoni classici della destinazione e dei segmenti di offerta più noti si promuove attraverso strumenti innovativi come riproduzione in 3D del Cenotafio dantesco, approfondimenti narrativi per il web, applicazioni tematiche dedicate agli itinerari meno noti
- **Progetto Toscana Sicura**: promozione della Toscana come destinazione sicura ed accogliente e di un comportamento consapevole per accompagnare la ripresa del mercato turistico nel periodo post pandemico attraverso la realizzazione di strumenti visivi e narrativi adeguati a rafforzare l'attrattività e la fiducia del viaggiatore di prossimità
- **Arcobaleno d'estate**: realizzazione di video dedicati a promuovere gli eventi culturali nei borghi toscani

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
- Servizi di accoglienza, informazione, accoglienza ed intrattenimento

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 3 Engagement –	Attività di branding e campagne di comunicazione	Campagna di comunicazione Promozione BtoC del brand-set Toscana on e off line – campagna stampa sul mercato interno	1	Maggio-giugno 2021	Italia		56
Area di attività 3 Engagement –	Attività di branding e campagne di comunicazione	Realizzazione video e strumenti promozionali innovativi: Progetto Dante, Toscana Sicura	4	Gennaio-dicembre	Italia		
Area di attività 2 - Product	Valorizzazione dell'offerta turistica territoriale	Toscana degli eventi	2	Maggio – settembre	Toscana		
Area di attività 1 – business to business	Interventi di accompagnamento delle imprese sui mercati	Eventi e manifestazioni: WTE, Endurance Progetti tematici: Progetto Dante	3	Maggio - settembre	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

Tapinassi
Francesco
06.12.2022
10:33:19
GMT+01:00