



Regione Toscana



PROGRAMMA OPERATIVO REGIONALE

FESR 2014 – 2020

Obiettivo Investimenti in favore della crescita e dell'occupazione

TOSCANA PROMOZIONE TURISTICA SCHEMA PROGETTUALE 2020–2023

Azioni per la linea di intervento 3.3.2

SOSTEGNO ALLA PROMOZIONE TURISTICA

Obiettivo specifico RA. 3.3. Consolidamento, modernizzazione e diversificazione dei sistemi produttivi territoriali

Linea di azione 3.3.2. “SOSTEGNO ALLA PROMOZIONE TURISTICA” – Promozione del brand e valorizzazione dell’offerta turistica

“Supporto allo sviluppo di prodotti e servizi complementari alla valorizzazione di identificati attrattori culturali e naturali del territorio, anche attraverso l’integrazione tra imprese delle filiere culturali, turistiche, sportive, creative e dello spettacolo, e delle filiere dei prodotti tradizionali e tipici”

AZIONI POR

In linea con le previsioni del POR, le Azioni realizzate da Toscana Promozione Turistica saranno realizzate a partire dalla valorizzazione dei riconosciuti grandi attrattori culturali e naturali presenti sul territorio. In tal senso si intende promuovere il territorio regionale nel suo complesso, anche attraverso una azione oltre che di consolidamento e modernizzazione anche didiversificazione dei sistemi turistici territoriali.

La finalità è di incrementare il numero di imprese operanti nel settore ed incrementare

La loro operatività e capacità di offrire nuovi e innovativi servizi.

Le tipologie di intervento saranno determinate da un insieme coordinato di attività di promozione tipiche del settore (fiere, incoming, educational, comunicazione specializzata, campagne promozionali), nonché utilizzando gli innovativi strumenti di comunicazione digitale in linea con il previsto progetto regionale.

Principali gruppi di destinatari:

PMI, MPMI

Territori specifici interessati:

Tutto il territorio regionale

Tipologia di beneficiari:

Regione Toscana

Contributo atteso:

L'obiettivo specifico 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.

Operazione finanziata dal Fondo Europeo di Sviluppo Regionale

TOSCANA PROMOZIONE TURISTICA 2017 – 2020

È il soggetto attuatore della seguente proposta progettuale denominato:

“SOSTEGNO ALLA PROMOZIONE TURISTICA – Promozione del brand e valorizzazione dell’offerta turistica”

Toscana Promozione Turistica è il soggetto attuatore ed implementa le attività della linea di azione 3.3.2 a favore del beneficiario Regione Toscana.

I rapporti fra i due enti nella materia sono regolamentati dalla “Convenzione tra la Regione Toscana e l’Agenzia Toscana Promozione Turistica. Quale soggetto attuatore dell’azione 3.3.2 del Por Creo Fesr 2014-2020” approvata con decreto 16690 del 8/11/2017.

La durata della Convenzione è stabilita fino al 31/12/2023.

PROGETTO “PROMOZIONE DEL BRAND E VALORIZZAZIONE DELL’OFFERTA TURISTICA”

OBIETTIVI GENERALI delle ATTIVITA’:

- Promozione integrata di risorse turistiche, culturali, ambientali, produttive;
- Valorizzazione dei grandi attrattori culturali e naturali;
- Sviluppo territoriale delle destinazioni e dei prodotti turistici;
- Incremento delle imprese operanti nel settore e della loro operatività per offrire servizi innovativi;
- Posizionamento di un’offerta diversificata sui mercati nazionale ed internazionali;
- Sviluppo del turismo digitale come modalità di supporto alla valorizzazione dell’offerta;

COORDINAMENTO TRA IL PIANO DI PROMOZIONE e LE AZIONI POR

La scheda progettuale contiene gli obiettivi e le tipologie di azioni in linea con le attività e gli obiettivi previsti dal Programma Operativo Regionale riferito alla linea 3.3.2. ed in coerenza con il piano di gestione delle azioni promozionali approvate per l'Agenzia nelle annualità 2020, e successivamente approvate per il 2021 e 2022.

Le operazioni oggetto della domanda di finanziamento hanno inizio dal 1 gennaio 2020 e si concluderanno entro il 31.12.2023.

Il progetto non era concluso prima della presentazione della domanda di finanziamento

L'insieme delle operazioni oggetto della domanda di finanziamento non sono state completamente attuate prima della presentazione della domanda stessa.

Le operazioni finanziate non generano entrate nette.

Il progetto è stato redatto con la logica di avere un effetto incentivante, cioè prevede di consolidare, rafforzare, modernizzare e diversificare i sistemi produttivi territoriali del settore turistico, realizzando attività che hanno caratteristiche di addizionalità ed innovazione rispetto alle attività di promozione standard realizzate da Toscana Promozione Turistica. L'effetto incentivante che le operazioni finanziate generano non è direttamente attestabile ma costituisce una ricaduta economica indiretta sulle imprese e gli stakeholders della filiera turistica toscana che beneficiano del posizionamento e del rafforzamento del brand toscano, della valorizzazione dell'offerta turistica sui target di riferimento attraverso iniziative quali campagne promozionali, attività di destination marketing, promozione dell'offerta e dei prodotti turistici toscani.

Alcune delle azioni promozionali si svolgono al di fuori dell'area del programma, ma vanno comunque a vantaggio dell'area del programma in quanto finalizzate all'accrescimento della domanda lungo tutta la filiera economica e dei servizi connessa al turismo

ATTUAZIONE DELLE ATTIVITA'

In attuazione della nuova governance regionale, così come disegnata dal Testo Unico del Sistema Turistico Regionale (L.R. 86/2016), si intende consolidare un metodo di lavoro strutturato di cooperazione con gli EELL appartenenti ai 28 Ambiti Turistici della Toscana (normati con LR 24/2018) per progettare le azioni di sviluppo del turismo con il coinvolgimento della filiera degli operatori privati, in coerenza con quanto programmato nelle destinazioni e con l'offerta dei servizi turistici del settore.

L'obiettivo è lavorare al fianco dei territori per la costruzione e la promozione delle destinazioni e dei prodotti turistici territoriali che compongono l'offerta regionale favorendo nuove aggregazioni previste dalla normativa regionale, attraverso un'articolata azione di accompagnamento in ottica di destination management in grado di rispondere alle esigenze di specifici segmenti della domanda turistica.

Le azioni di promozione e di business to business, realizzate al fine di valorizzare i fattori competitivi delle diverse destinazioni e dei prodotti

turistici regionali, vengono accompagnate da attività di comunicazione per rafforzare il brand-set della Toscana e posizionare il portafoglio di prodotti ed esperienze sui diversi mercati e su segmenti specifici, favorendo una sempre maggiore attenzione al target della promozione volta a cogliere le continue opportunità che derivano dall'evoluzione della domanda.

Il complesso organico di obiettivi organizzativi e di governance si affianca a nuove strategie per la valorizzazione di prodotti/territori/mercati finalizzate alla diversificazione di prodotti, alla valorizzazione e differenziazione dell'offerta turistica toscana sotto l'ombrello del brand Toscana attraverso una campagna di promozione online e offline per portare la Toscana direttamente al consumatore finale in coordinamento con le attività della Fondazione Sistema Toscana inerenti alla promozione dell'immagine complessiva delle risorse produttive e turistiche riconducendo all'interno di un'unica strategia regionale sia le azioni di management della destinazione (organizzazione dei territori in una ottica di destinazione) che quelle di promozione (azioni di ingaggio della domanda) e poi di commercializzazione (da parte degli operatori dell'offerta).

Le strategie di promozione e di comunicazione turistica si realizzeranno in uno scenario dei mercati turistici a livello nazionale ed internazionale completamente cambiati a seguito della diffusione del COVID-19 che ha portato l'OMS alla dichiarazione di stato di pandemia a partire dal febbraio 2020 con la conseguente impossibilità di viaggiare per diversi mesi sia all'interno del territorio italiano sia a livello internazionale.

Al fine di accompagnare e promuovere la ripartenza dei flussi turistici, le misure a sostegno del settore previste da interventi governativi, sono completate da attività promozionale e di comunicazione straordinarie volte a rafforzare la valorizzazione della destinazione verso il mercato interno e successivamente anche sui mercati internazionali target, soprattutto per i mercati esteri di prossimità, che si basano su analisi e studi di settore sulle tendenze della domanda e le sue motivazioni di viaggio alla luce dei nuovi scenari.

La comunicazione turistica si avvia nel momento della ripartenza della possibilità di viaggiare facendo leva sui valori fondanti della storia e della reputazione della destinazione toscana commessa al viaggio, ovvero: bellezza diffusa, arricchimento interiore, benessere psico-fisico, alimentazione sana e cura dell'ambiente, relazioni e senso di comunità, comportamenti responsabili.

Il sostegno alla promozione turistica avviene pertanto con azioni di comunicazione e promozione sperimentali anche attraverso forme partecipative volte a migliorare il coinvolgimento di tutta la filiera turistica pubblica e privata.

Centrale per la realizzazione delle azioni di promozione è il coordinamento dell'immagine visiva e delle linee editoriali in tutti gli strumenti di comunicazione on e off line al fine di incidere sul posizionamento del brand-set della Toscana, puntando sul coinvolgimento dell'intera platea degli attori locali.

Obiettivo è avviare un aggiornamento della tradizionale immagine percepita dalla Toscana, innovando e aggiornando i contenuti del racconto e orientandolo al meglio rispetto all'evoluzione dei fabbisogni e delle richieste della domanda turistica, come indicato dalla *vision* di Toscana 2020, in piena sinergia con gli obiettivi dettati dalla normativa regionale di valorizzazione delle destinazioni territoriali in collaborazione con gli Ambiti Turistici costituiti.

Le attività a sostegno della promozione turistica nel periodo post Covid-19 si propongono di raggiungere il grande pubblico italiano, prioritariamente del target delle regioni del centro-nord, con integrazione dei canali off e on-line (campagna advertising e social, sviluppo di contenuti e redazionali), con focus speciali per le generazioni Z, dei Millenians e per il target trasversale generalista facendo leva sulle

motivazioni di viaggio (voglia di aria aperta e di sport, ricerca di un luogo per una lunga permanenza, weekend romantici, scoperta di percorsi meno noti, ecc.) per gli spostamenti da soli, con amici, in coppia o con la famiglia.

La Visione di sviluppo turistico della Toscana è dunque la creazione di valore, mediante la partecipazione e condivisione degli attori locali, pubblici e privati, affinché la destinazione turistica toscana mantenga la posizione di leadership, consolidi e migliori l'appeal della sua offerta turistica attraverso le seguenti azioni:

- 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, il Tuscany Lifestyle, la qualità del brand;
- Valorizzare e promuovere la ricchezza del patrimonio identitario delle diverse destinazioni approfondendo e diversificando contenuti tematici
- Favorire la progettazione di offerte turistiche adeguate ai nuovi scenari della situazione dei mercati turistici post Covid-19

La realizzazione di una campagna di branding programmata per i mercati consolidati con un complesso di operazioni innovative pensate anche per l'ingaggio di mercati specifici, finalizzate ad ampliare il network internazionale di supporto all'attività degli operatori toscani, è finalizzata alla promozione di segmenti di prodotto ritenuti particolarmente adatti a raggiungere gli obiettivi competitivi quali:

- ✓ Sviluppare una promozione integrata (turismo, cultura, agroalimentare, ambiente) con riferimento all'offerta meno nota e coerente con le richieste dei target di interesse
- ✓ Promuovere il turismo sostenibile basato sulla valorizzazione delle identità e dei patrimoni e delle risorse naturali e culturali e un turismo diffuso sul territorio regionale che utilizzi le leve della destagionalizzazione e delocalizzazione;
- ✓ Innovare l'offerta turistica attraverso il lo sviluppo di nuovi prodotti turistici omogenei da realizzare e gestire insieme ai territori nella direzione di efficienza ed attenzione alla domanda;
- ✓ Migliorare il posizionamento e aumentare nella percezione della domanda le associazioni della Toscana ad una destinazione contemporanea, utilizzando ed ampliando i fattori identitari e della composita offerta turistica al fine di modernizzare la classica percezione dell'offerta turistica.
- ✓ Aumentare il numero di turisti che evocano in modo spontaneo la Toscana (o altre destinazioni toscane) come destinazione di viaggio;

- ✓ Accompagnare la ripartenza nel periodo post-covid 19 dei flussi nazionali ed internazionali di prossimità
- ✓ Aumentare il coinvolgimento della filiera turistica pubblica e privata e la presenza della loro offerta turistica sul sito turismo della Toscana

Le azioni si propongono:

- Di accompagnare la promozione e la commercializzazione dell'offerta turistica toscana e dei suoi prodotti rendendola competitiva e attrattiva per i flussi turistici
- Di raggiungere gli innovatori e gli adottatori precoci di nuove idee: il target di propensione al viaggio di età compresa tra i 18 e i 70 anni, incline al viaggio di scoperta e abituato a muoversi, in gruppo o singolarmente, nei periodi lontani dai picchi stagionali e fuori dagli itinerari turistici tradizionali

SCHEMA PROGETTUALE

PROMOZIONE DEL BRAND E VALORIZZAZIONE DELL'OFFERTA TURISTICA

Obiettivi	Destinatari	Tipologia azioni	Spese ammissibili
<p>Sviluppo di un'immagine coordinata della destinazione toscana con gli ambiti turistici territoriali e con i loro segmenti di offerta</p> <p>Realizzazione di una campagna di promozione a supporto del brand toscano e di sotto-brand correlati per destinazioni e prodotti turistici consolidati, in crescita ed innovativi</p>	<p>Consumer</p> <p>Stakeholder territoriali</p> <p>Imprese della filiera turistica toscana</p> <p>Trade</p> <p>Media</p> <p>Opinion Leader</p>	<p>Campagne di promozione on line on paper, campagne fotografiche e di comunicazione</p> <p>Eventi promozionali, fiere e manifestazioni</p> <p>Progetti di marketing e di co-marketing</p> <p>Percorsi partecipativi finalizzati allo sviluppo dell'immagine coordinata, dei</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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 - Realizzazione materiali promozionali, pubblicazioni, progetti editoriali - Magazzinaggio, facchinaggio, trasporto materiali - Traduzioni, trascrizioni, revisioni, interpretariato - Ospitalità per operatori di settore, media e opinion

<p>Ampliamento delle motivazioni di viaggio legato al brand Toscana e ai sotto-brand correlati sui mercati target nazionale ed internazionali</p> <p>Accompagnamento della filiera turistica toscana (operatori turistici, ambiti turistici, stakeholder territoriali) alla progettazione, promozione e commercializzazione di un'offerta turistica competitiva</p>		<p>brand territoriali, dei segmenti di offerta e dei prodotti turistici</p> <p>Workshop e laboratori di progettazione partecipativa dell'offerta turistica toscana</p> <p>Studi, analisi e ricerche</p>	<p>leader</p> <ul style="list-style-type: none"> - Servizi di accoglienza, informazione, accoglienza ed intrattenimento (comprese spese per hostess, guide, interpreti); - Analisi, ricerche, studi settoriali per il posizionamento dei prodotti turistici, dei brand territoriali e per il comportamento del consumer - Acquisto dati informativi - Realizzazione strumenti digitali - Assistenza tecnica, implementazione e manutenzione degli strumenti digitali - Spese di personale dell'Agenzia (a TD)
---	--	---	---

PIANO FINANZIARIO

POR CREO Azione 3.3.2 Sostegno alla Promozione turistica. Promozione del brand e valorizzazione dell'offerta.					
Voci di Spesa	2020	2021	2022	2023	TOTALE
Spese di Personale		€ 135.000,00	€ 95.000,00	€ 20.000,00	€ 250.000,00
Costi per consulenze e servizi esterni esterni	€ 400.000,00	€ 600.000,00	€ 750.000,00		€ 1.750.000,00
TOTALE	€ 400.000,00	€ 735.000,00	€ 845.000,00	€ 20.000,00	€ 2.000.000,00

OBIETTIVI

Le azioni svolte dalla linea 3.3.2 coinvolgono un numero di partecipanti alle iniziative di promozione turistica.

Le iniziative di promozione turistica, che hanno una ricaduta a favore delle PMI toscane, vedono la partecipazione anche di stakeholder (enti territoriali, professionisti di settore, operatori della filiera turistica e culturale), media e buyer che saranno monitorate attraverso elenchi e firme di presenza o biglietti da visita raccolti

Indicatori di risultato POR CREO Linea 3.3.2 – PREVISIONE delle presenze/partecipazioni degli stakeholder alle iniziative di promozione turistica				
--	--	--	--	--

Annualità	2020	2021	2022	TOTALE
Promozione del brand e valorizzazione dell'offerta	30	30	30	90

PERSONALE ADDETTO

Lo staff afferente al progetto si compone di 4 persone di coordinamento afferenti ai responsabili dei servizi che attuano le iniziative e 4 persone a tempo determinato per la gestione operativa del progetto

Ai fini della rendicontazione sarà contabilizzato il solo tempo lavoro del personale di gestione a tempo determinato.

Personale di coordinamento:

Nome	SERVIZIO	TELEFONI	RESPONSABILI
Leila Pruneti	Marketing del Brand e Comunicazione	Telefono 055 4628052	Coordinamento generale
Silvia Pincione	Affari generali	Telefono 055 4628043	Coordinamento finanziario
Marta Javarone	Eventi e BtoB	Telefono 055 4628083	
Sandra Tafi	Sviluppo prodotti /Territori	Telefono 055 4628073	

Personale di gestione a tempo determinato

Nome	SERVIZIO	TELEFONI	Percentuali di coinvolgimento
Luigi Speziale *	Marketing del Brand e Comunicazione	Telefono 055 4628055	100%
Un addetto *	Marketing del Brand e Comunicazione	Telefono 055 46280...	100%
Costanza Battistelli *	Eventi e BtoB	Telefono 055 4628041	100%
Luisa Mangani *	Sviluppo Prodotti /Territori	Telefono 055 4628057	100%

Legale Rappresentante del soggetto attuatore: Francesco Palumbo

Direttore

Toscana Promozione Turistica

Via Vittorio Emanuele II 62/64 - 50134 Firenze T. 0039 055 46 28 062

f.palumbo@toscanapromozione.it

www.toscanapromozione.it |

Referente organizzativo del Progetto:

Leila Pruneti

Responsabile Marketing del Brand e Comunicazione

Toscana Promozione Turistica

Via Vittorio Emanuele II 62/64 - 50134 Firenze T. 0039 055 46 28 052

l.pruneti@toscanapromozione.it

Referente finanziario del Progetto:

Silvia Pincione

Responsabile Affari Generali

Toscana Promozione Turistica

Via Vittorio Emanuele II 62/64 - 50134 Firenze T. 0039 055 46 28 043

s.pincione@toscanapromozione.it

