

TOSCANA PROMOZIONE TURISTICA

SCHEDA PROGETTUALE

**“PIANO STRAORDINARIO
PROMOZIONE DEL BRAND E
DELL’OFFERTA TOSCANA”**

Area di intervento: Promozione Turistica

Obiettivo specifico:

Valorizzazione dell’immagine toscana con particolare attenzione alle identità territoriali, alla valorizzazione delle risorse endogene del territorio al fine della qualificazione dell’offerta turistica nella fase Covid e successiva

PROGRAMMA OPERATIVO REGIONALE

Accordo tra Presidenza del Consiglio del

Ministri e Regione Toscana

Riprogrammazione dei Programmi

Operativi dei Fondi Strutturali 2014-2020

Obiettivo: Valorizzazione dell’immagine toscana

In linea con le strategie regionali e le azioni finanziate con fondi europei a sostegno della promozione turistica saranno realizzate iniziative promozionali per la valorizzazione dei riconosciuti grandi attrattori culturali e naturali presenti sul territorio così come delle risorse turistiche meno note, delle destinazioni territoriali e dei loro prodotti turistici. Si intende promuovere il territorio regionale nel suo complesso attraverso un'azione oltre che di consolidamento e modernizzazione anche di diversificazione dell'offerta dei sistemi turistici territoriali.

La finalità è di incrementare il numero di imprese operanti nel settore ed incrementare, potenziare la riconoscibilità del brand toscano anche attraverso lo sviluppo di prodotti innovativi e migliorare la collaborazione con gli stakeholder.

Le tipologie di intervento saranno determinate da un insieme coordinato di attività di promozione tipiche del settore supportate da una campagna promozionale di branding e di prodotto, nonché utilizzando gli innovativi strumenti di comunicazione digitale e da azioni di supporto alla costruzione dell'offerta di prodotto.

Principali gruppi di destinatari:

PMI, MPMI, stakeholder territoriali pubblici e privati della filiera turistica

Territori specifici interessati:

Tutto il territorio regionale

Tipologia di beneficiari:

Regione Toscana

Contributo atteso:

L'obiettivo specifico è il consolidamento del brand toscano e 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 e dell'offerta dei prodotti turistici.

TOSCANA PROMOZIONE TURISTICA

È il soggetto attuatore della seguente proposta progettuale denominata:

“Piano Straordinario Promozione del brand e dell'offerta turistica”

Toscana Promozione Turistica è il soggetto attuatore del Piano Straordinario Promozione del brand e dell'offerta turistica finalizzato a realizzare le attività di promozione turistica del Fondo di Sviluppo e Coesione 2014-2020 a favore del beneficiario Regione Toscana.

I rapporti fra i due enti nella materia sono regolamentati da una Convenzione tra la Regione Toscana e l'Agenzia Toscana Promozione Turistica quale soggetto attuatore del “Piano straordinario Promozione del brand e dell'offerta turistica” di cui al Fondo di Sviluppo e Coesione 2014-2020.

La durata della Convenzione sarà fino al 31/12/2023.

“PIANO STRAORDINARIO PROMOZIONE DEL BRAND E DELL'OFFERTA TURISTICA”

OBIETTIVI GENERALI delle ATTIVITA':

- Consolidamento del brand toscano e della sua notorietà;
- Valorizzazione dei grandi attrattori culturali e naturali e promozione integrata di risorse turistiche, culturali, ambientali, produttive;
- Rafforzamento degli strumenti di analisi della domanda e dell'offerta turistica;
- Coinvolgimento di soggetti pubblici e privati della filiera turistica nella definizione dell'offerta dei prodotti e promozione della destinazione turistica competitiva e sostenibile;
- Sviluppo territoriale delle destinazioni, dei prodotti turistici e 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

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 al Fondo di Sviluppo e

Coesione 2014-2020, in continuità e coerenza con la linea Por Fesr az. 3.3.2 "Sostegno alla promozione turistica e con il piano di gestione delle azioni promozionali approvate per l'Agenzia Toscana Promozione Turistica nelle annualità 2020 e 2021.

Le operazioni oggetto della domanda di finanziamento hanno inizio dal 1 gennaio 2020 e si concluderanno entro il 31.12.2020.

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.

Alcune delle operazioni finanziate generano entrate nette derivanti dalle quote di partecipazione delle imprese toscane alle iniziative promozionali, per queste iniziative saranno rendicontate le spese dei servizi al netto delle 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, azioni promozionali 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 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.

Il quadro di riferimento per l'attuazione delle attività è costituito dagli atti programmatici e di indirizzo strategico per il settore turismo di Regione Toscana (PRS 2016-2020, DEFR

2021, Documento strategico Destinazione Toscana 2020) e dai Programmi di Promozione Turistica delle annualità 2020 e 2021 di cui Toscana Promozione Turistica è soggetto attuatore incluse la linee di intervento per la promozione turistica del Por Fesr 2014-2020, az. 3.3.2 “Sostegno alla promozione turistica” e del Fondo di Sviluppo e coesione 2014-2020.

Le attività si realizzano in continuità e nel rispetto delle linee di indirizzo, delle finalità e degli obiettivi dettati dalla suddetta cornice normativa con l’obiettivo di potenziare, rafforzare e differenziare le azioni in coerenza con i piani programmatici pluriennali regionali e con il Piano Strategico del Turismo (PST) 2017-2022 del Governo.

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 sui mercati internazionali.

Dipendentemente dall’andamento della ripartenza dei mercati e solo successivamente, le attività promozionali si rivolgeranno anche ai mercati internazionali target, soprattutto ai mercati esteri di prossimità.

Per fronteggiare la complessa situazione dei mercati turistici l’attività promozionale sarà flessibile, si adatterà alle esigenze e alla riapertura dei mercati potenziando analisi e studi sull’andamento delle tendenze della domanda e le sue motivazioni di viaggio alla luce dei nuovi scenari e sul monitoraggio dell’offerta turistica per identificare le iniziative, i canali e gli strumenti promozionali più efficaci per il posizionamento ed il rafforzamento della sua competitività.

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.

Tenuto conto pertanto degli effetti e delle ricadute generate sul settore turistico dall’emergenza Covid-19 e dalle linee strategiche di indirizzo le attività prioritarie e fondanti per la promozione del brand e dell’offerta turistica con proiezione pluriennale sono finalizzate a conseguire i seguenti obiettivi specifici:

- Consolidare gli strumenti di analisi della domanda e dell'offerta turistica regionale che affianchino gli stakeholder nel percorso strategico per uscire dall'emergenza rafforzano la competitività, l'attrattività e la commercializzazione dell'offerta toscana, l'affermazione del brand
- programmare attività di comunicazione per rafforzare il brand-set della Toscana attraverso la campagna-ombrello "Toscana Rinascimento senza fine" declinata per la pluralità dei brand territoriali e dei prodotti turistici prioritari con il coinvolgimento dell'intera platea degli attori locali promuovendo un turismo sostenibile e competitivo e la valorizzazione integrata delle eccellenze delle destinazioni e dei prodotti turistici
- rilanciare la destinazione sui mercati attraverso un aggiornamento della tradizionale immagine percepita della destinazione sui mercati target posizionando un portfolio di prodotti ed esperienze turistiche sviluppando l'integrazione fra gli strumenti e le attività on e off-line, incentivando un turismo sempre più proiettato ad una dimensione sempre più digitale
- -supportare il consolidamento del processo di attuazione della governance regionale con il coinvolgimento degli Ambiti Territoriali, i Prodotti Turistici omogenei, le imprese della filiera adottando una nuova metodologia di programmazione condivisa
- promuovere e sperimentare una forte interazione e collaborazione di tutti i soggetti della governance e della filiera turistica, nuove forme di promozione business to business, di comunicazione non convenzionale, forme di aggregazione territoriali e accordi che coinvolgano attivamente gli attori della filiera turistica toscana per la progettazione di nuove offerte di viaggio, il monitoraggio delle tendenze della domanda e per il monitoraggio dell'offerta toscana e il miglioramento della qualità dell'accoglienza, la valorizzazione delle identità e delle specificità locali

Il complesso organico di obiettivi organizzativi e di governance si affianca quindi 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).

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:

- Lo sviluppo turistico delle destinazioni emergenti e dei nuovi prodotti turistici omogenei, la valorizzazione dell'identità e dei capitali territoriali, in larga parte ancora da scoprire ma ricche di esperienze da raccontare, dei grandi attrattori, del Tuscany Lifestyle, della qualità del brand;
- La promozione della ricchezza del patrimonio identitario delle diverse destinazioni approfondendo e diversificando contenuti tematici ed sviluppando offerte integrate (cultura, commercio, agroalimentare, ambiente, artigianato) adeguate ai nuovi scenari della situazione dei mercati turistici post Covid e coerente con le richieste del target di interesse

Per il conseguimento dei seguenti obiettivi specifici:

- 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 e/o le destinazioni toscane come destinazione di viaggio
- Accompagnare la ripartenza nel periodo post-Covid 19 dei flussi nazionali ed internazionali
- Aumentare il coinvolgimento della filiera turistica pubblica e privata e la presenza della loro offerta turistica sul sito turismo della Toscana

I suddetti obiettivi si realizzano attraverso un piano straordinario di promozione del brand e dell'offerta turistica toscana che comprende la seguente tipologia di azioni:

- 1) Marketing operativo ovvero lo sviluppo di un management di destinazione condiviso attraverso:
 - Sviluppo e applicazione di una piattaforma condivisa per la co-programmazione della promozione turistica denominata "Tuscany Together" in collaborazione con gli Ambiti Turistici
 - Attività di informazione e accompagnamento in ottica di destination management al fianco dei territori, con Webnair/incontri/workshop dedicati, per la costruzione e la promozione delle destinazioni e dei prodotti turistici omogenei incluso lo sviluppo coordinato di immagine e marchi
 - Studi e analisi di settore per approfondimenti sulle tendenze della domanda, il monitoraggio dell'offerta, la qualità dell'accoglienza, la soddisfazione del cliente
- 2) Campagna di promozione del brand e dell'offerta turistica attraverso:

- Azioni di comunicazione con una campagna di promozione per la valorizzazione del brand e dell'offerta turistica toscana che accompagna tutti gli attori pubblici e privati della filiera turistica toscana con la campagna-ombrello "Toscana Rinascimento senza fine"
- Coordinamento dell'immagine visiva e delle linee editoriali in tutti gli strumenti di comunicazione on e off line, linee guide e kit grafici coordinati e usufruibili da tutti gli stakeholder toscani
- Coordinamento dei contenuti della campagna sul sito turistico di destinazione visituttuscany.com
- Divulgazione della campagna sui mercati target attraverso advertising, OOH e attività social declinata per i principali prodotti turistici
- Sviluppo di contenuti e attività di media relation per i contenuti prioritari (scoperta dell'arte, vacanze al mare, turismo slow, vacanze Smart Working, turismo attivo e sportivo)
- Realizzazione di progetti editoriali e unconventional, strumenti multimediali per lo sviluppo del brand in chiave contemporanea
- Organizzazione di press tour e blog/social press tour, eventi speciali
- Promozione della destinazione attraverso della campagna in occasione di grandi eventi culturali e/o sportivi

3) Eventi promozionali e di accompagnamento alla commercializzazione ovvero l'organizzazione di 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 per la promozione di segmenti di prodotto competitivi e adeguati alle esigenze della domanda e alla ripartenza dei mercati in periodo post-Covid.

Si articoleranno in:

- Eventi promozionali classici e unconventional
- Partecipazione a fiere e manifestazioni di settore, workshop e roadshow
- Educational tour e famtrip per buyer nazionali ed internazionali
- Eventi speciali per l'incontro di domanda e offerta e per la promozione del turismo digitale.

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 verso i consumer e gli operatori del settore per rafforzare il brand-set della Toscana e posizionare il portafoglio di prodotti ed esperienze di viaggio

Le azioni del piano straordinario per il rafforzamento della promozione del brand e dell'offerta turistica della Toscana quindi si propongono:

- Di accompagnare la promozione e la commercializzazione dell'offerta turistica toscana e dei suoi prodotti rendendola competitiva, attrattiva e sostenibile per i flussi turistici al momento della ripartenza dei mercati in epoca post-Covid
- 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
- Di rafforzare la notorietà (brand awareness) l'immagine turistica nell'immaginario collettivo (brand associations)

SCHEDA PROGETTUALE

PIANO STRAORDINARIO PROMOZIONE DEL BRAND E DELL'OFFERTA TURISTICA

Obiettivi	Destinatari	Tipologia azioni	Spese ammissibili
<p>Consolidamento della notorietà della destinazione toscane attraverso 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>Sviluppo territoriale delle destinazioni e dei prodotti turistici rispondenti alle</p>	<p>Consumer</p> <p>Stakeholder Territoriali</p> <p>Imprese della filiera turistica toscana</p> <p>Trade</p> <p>Media</p> <p>Option Leader</p>	<p>Campagne di promozione on line on paper, campagne fotografiche e di comunicazione</p> <p>Eventi promozionali e di supporto alla commercializzazione, fiere e manifestazioni di settore</p> <p>Progetti di marketing e di co-marketing</p> <p>Percorsi partecipativi finalizzati</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

<p>esigenze della domanda. Rafforzamento di strumenti di analisi e per il consolidamento della governance regionale per un management di destinazione³ condiviso</p> <p>Accompagnamento della filiera turistica toscana (operatori turistici, ambiti turistici, stakeholder territoriali) alla progettazione, promozione e commercializzazione di un'offerta turistica diversificata e competitiva nel periodo di ripartenza post-Covid 19</p>		<p>allo sviluppo dell'immagine coordinata, dei 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>Ospitalità per operatori di settore, media e opinion 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

FONDO SVILUPPO E COESIONE 2014-2020			
Piano Straordinario Promozione del brand e dell'offerta turistica			
Voci di Spesa	2020	2021	TOTALE
Spese di Personale		€ 100.000,00*	€ 100.000,00
Costi per consulenze e servizi esterni	€ 1.500.000,00	€ 3.400.000,00	€ 4.900.000,00
	€ 1.500.000,00	€ 3.500.000,00	€ 5.000.000,00

Da prevedere due addetti 2021-2022

FONDO SVILUPPO E COESIONE 2014-2020			
Piano Straordinario Promozione del brand e dell'offerta turistica			
	2020	2021	TOTALE
Stima Entrate per Annualità		€ 100.000,00	€ 100.000,00

Indicatori di risultato
PREVISIONE delle presenze/partecipazioni degli stakeholder alle iniziative di promozione turistica

OBIETTIVI

Le azioni svolte 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 costantemente monitorate.

Annualità	2020	2021	TOTALE
Piano Straordinario Promozione del brand e dell'offerta turistica	200	200	400

PERSONALE ADDETTO

Lo staff afferente al progetto si compone di 4 persone di coordinamento afferenti ai responsabili dei servizi che attuano le iniziative e 2 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
Un addetto *	Marketing del Brand e Comunicazione	Telefono 055 4628055	100%
Un addetto *	Marketing del Brand e Comunicazione	Telefono 055 4628055	100%

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

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