



## **RELAZIONE TECNICA**

**Descrizione delle attività di TOSCANA PROMOZIONE TURISTICA**

**Nel periodo dal 1 Gennaio 2022 al 31 Dicembre 2022**

**Firenze giugno 2023**



**CUP Regione Toscana Assegnato al progetto: D59J20001040006**

**Denominazione soggetto beneficiario: REGIONE TOSCANA**  
**Organismo attuatore: TOSCANA PROMOZIONE TURISTICA**

**Titolo del progetto: PIANO STRAORDINARIO PROMOZIONE DEL BRAND E DELL'OFFERTA TOSCANA**

**Relazione intermedia:**

**Secondo Periodo: dal 1 Gennaio 2022 al 31 Dicembre 2022**

**Relazione finale**      **SI**

**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](mailto:toscanapromozione@postacert.toscana.it)**

**E-mail: [info@toscanapromozione.it](mailto:info@toscanapromozione.it)**

**Dichiarazione del rappresentante legale:**

The logo for FSC (Fondo per lo Sviluppo e la Coesione) features the letters 'FSC' in a large, blue, serif font. A thick, orange, curved line starts from the bottom left of the 'F' and sweeps upwards and to the right, ending under the 'C'.

Fondo per lo Sviluppo  
e la Coesione



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):
  - ha pienamente raggiunto i suoi obiettivi per il periodo;
  - ha ottenuto la maggior parte dei suoi obiettivi per il periodo con scostamenti di lieve entità;
  - non è riuscito a raggiungere obiettivi e/o non è affatto in linea con il programma previsto.
- 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

(\*) 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:

Francesco Tapinassi

f.tapinassi@toscanapromozione.it



## PROGETTO

### PIANO STRAORDINARIO PROMOZIONE DEL BRAND E DELL'OFFERTA TOSCANA

#### Area di intervento: Promozione turistica

**L'obiettivo del progetto: 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.**

In coerenza con le strategie regionali e le azioni finanziate con fondi europei di cui al FESR 2014-2020 linea di azione 3.3.2 "Sostegno alla promozione turistica" si sono realizzate iniziative di comunicazione per la valorizzazione dei grandi attrattori culturali e naturali presenti sul territorio toscano, delle destinazioni e dei loro prodotti turistici promuovendo la Toscana nel suo complesso attraverso un'azione di consolidamento, modernizzazione e di diversificazione dell'offerta dei Ambiti Turistici Omogenei, così come individuati dalla L.r. 86/2016.

Il progetto ha l'obiettivo 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 favorisce una ricaduta economica indiretta sulle imprese e gli stakeholders della filiera turistica toscana che beneficiano del posizionamento e del rafforzamento del brand regionale, della valorizzazione dell'offerta turistica sui target di riferimento attraverso iniziative quali campagne promozionali dell'offerta e dei prodotti turistici toscani e attività di destination marketing finalizzate al consolidamento di sistemi di governance territoriali.

Nel complesso le azioni promozionali sono volte all'accrescimento della domanda lungo tutta la filiera economica e dei servizi connessa al turismo.

Gli interventi si sono realizzati nella cornice dei seguenti obiettivi generali:

# FSC

Fondo per lo Sviluppo  
e la Coesione



In particolare gli interventi tendono a:

- Conoscere le tendenze attraverso studi e analisi di settore per orientare le azioni di marketing secondo l'andamento dei mercati
- Promuovere e sperimentare interazioni e collaborazione con tutti i soggetti della governance e della filiera turistica regionale
- Potenziare la riconoscibilità del brand toscano contribuendo al consolidamento, la modernizzazione e la diversificazione dei sistemi produttivi territoriali e dell'offerta dei prodotti turistici in collaborazione con gli stakeholder
- Mantenere il posizionamento della destinazione durante il periodo pandemico e post-pandemico attraverso attività di consolidamento del brand toscano e rafforzamento 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

Gli obiettivi operativi delle attività del progetto sono i seguenti:

- 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

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, 2021 e 2022 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.

La conclusione delle attività relative al progetto è stata prorogata, causa il prolungamento degli effetti pandemici sul settore turistico, con chiusura stagionale dei mercati e conseguente annullamento di alcuni eventi promozionali, fino al 31.12.2022 approvata con Decreto RT 23083 del 22.12.2021.

Le attività sono realizzate 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.

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

Il soggetto attuatore è Toscana Promozione Turistica.

La filiera degli operatori del turismo, definiti stakeholder, che partecipano a vario titolo alle iniziative di promozione turistica sono le aziende turistiche toscane del settore che commercializzano servizi e prodotti turistici.

Sono inoltre coinvolti a vario titolo, gli Ambiti Turistici Omogenei, altri soggetti economici e che compongono la filiera del turismo in Toscana come gli enti, le associazioni territoriali e commerciali, i media e gli opinion leader.

### **Le AZIONI**

Le tipologie di intervento sono determinate da un insieme coordinato di attività di promozione supportate da una innovativa campagna di branding e di prodotto e utilizzando innovativi strumenti di comunicazione digitale oltre ad azioni di supporto alla costruzione del prodotto.

Tali attività comprendono:

- 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 Webinar/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;
- 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](http://visituttuscany.com)

# FSC

Fondo per lo Sviluppo  
e la Coesione



- 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
- 
- 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 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.

Nel dettaglio:

- 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, si accompagnano ad 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 campagne di promozione turistica della destinazione e dei suoi segmenti di offerta e prodotti correlati presenti sul sito di destinazione, la progettazione di nuovi prodotti turistici, di percorsi tematici inediti, la redazione e l'approfondimento di contenuti specialistici originali, l'acquisizione di immagini che restituiscono un brand territoriale contemporaneo valorizzando specifici segmenti di offerta, la progettazione e la definizione di identità competitive territoriali e di prodotto insieme agli stakeholder territoriali sono finalizzate a mettere a disposizione delle imprese toscane strategie di marketing che accompagnano il posizionamento della destinazione sui diversi mercati e contribuiscono a favorire la competitività degli Ambiti Turistici Omogenei e dei prodotti turistici.

La campagna promozionale ‘Toscana Rinascimento senza fine’ invita alla consultazione del sito di destinazione [www.visituscany.com](http://www.visituscany.com) generando un aumento della visibilità delle risorse turistiche toscane e dell’offerta turistica degli operatori che, attraverso un percorso partecipativo di engagement (la piattaforma Make) inseriscono le proprie offerte commerciali nella sezione dedicata. Inoltre la misurazione dell’andamento delle visite al sito regionale consente inedite analisi di efficacia delle azioni promozionali realizzate.

La promozione del progetto e la diffusione dei risultati è realizzata attraverso il sito internet dell’agenzia [www.toscanapromozione.it](http://www.toscanapromozione.it)

## 2. Descrizione sintetica delle attività del progetto

In coerenza con i criteri 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” ai quali il Fondo di Sviluppo e Coesione 2014-2020 si specifica:

CRITERIO	DESCRIZIONE ATTIVITA' REALIZZATE	DESCRIZIONE RISULTATI
<b>Coerenza con il PRS 2016-2020 riferito al Fondo di Sviluppo e Coesione 2014-2020</b>	Tutte le attività sono state realizzate in base alla rispondenza con quanto previsto dal Programma Regionale di Sviluppo 2016-2020 riferito al Fondo di Sviluppo e Coesione 2014-2020	Integrazione e valorizzazione di destinazioni turistiche e attrattori culturali  Posizionamento di un’offerta diversificata sui mercati nazionale ed internazionali
<b>Coerenza con il Piano di Promozione Turistica annuale</b>	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 2022 approvato con DGR n. 151 del 21/2/2022 e successiva integrazione approvata con DGR 1131 del 10/10/2022
<b>Qualità delle operazioni</b>	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
<b>Livello di coinvolgimento delle destinazioni turistiche,</b>	Realizzazione di iniziative promozionali e di comunicazione che accompagnano il	Miglioramento della competitività dell’offerta turistica toscana orientata alle motivazioni di

# FSC

Fondo per lo Sviluppo  
e la Coesione



<b>ivi compreso il sistema delle imprese (OTD)</b>	posizionamento dell'offerta turistica per il miglioramento della sua competitività del mercato turistico toscano rispetto ai mercati concorrenti	viaggio e ai gruppi di interesse sui mercati turistici
<b>Livello di coinvolgimento del sistema integrato di promozione territoriale o di prodotto, ivi compreso il sistema delle imprese</b>	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
<b>Grado di innovazione (organizzativa istituzionale metodologica) degli interventi</b>	Sviluppo di contenuti specialistici, analisi, mappature e approfondimenti finalizzati ad attività che favoriscono l'incremento dell'offerta di servizi innovativi, la rilettura di tematiche consolidate, 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. Miglioramenti della conoscenza dell'offerta territoriale

Le operazioni finanziate con questo progetto completano e potenziano quanto già avviato nell'ambito del progetto finanziato Por Fesr 2014-2020 az. 3.3.2. "Sostegno alla promozione turistica, promozione del brand e valorizzazione dell'offerta turistica".

- **Obiettivi operativi e risultati ottenuti**

Elencare gli obiettivi operativi previsti dalla scheda progettuale 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.

<b>Denominazione Obiettivo operativo 1:</b> <b>Consolidamento del brand toscano e della sua notorietà</b>
<b>Attività realizzate</b> Il consolidamento del brand toscano e della sua notorietà si realizza attraverso una campagna di comunicazione dedicata con le seguenti attività:  Area di attività 3 Engagement – <b>Iniziative di promozione BtoC del brand set Toscana on e off-line</b> - campagna promozionale della destinazione Toscana  <b>Sviluppo della creatività e ampliamento delle declinazioni:</b> Ritenuto strategico il proseguimento della campagna Toscana Rinascimento senza fine' durante il 2022 si ritiene di rivedere il copy della campagna dal punto di vista del viaggiatore per esprimere sensazioni ed emozioni che si possono vivere in Toscana al fine di trasmettere non solo la bellezza della destinazione

ma anche come questa terra riesca a far star bene c hi vi soggiorna. Si sviluppa quindi il concept creativo riscrivendo il copy della campagna e lo script dei messaggi radiofonici, l'adattamento dei video della campagna, articolati in 7 nuove creatività riferite ai temi: Toscana, golf, turismo scolastico, city quitting, bike, Unesco, caravan. Le tematiche con i nuovi copy si applicano quindi attraverso nuovi adattamenti grafici per la campagna stampa e gli allestimenti fieristici e di eventi secondo i segmenti di offerta che vengono promosso.

Atti e fornitori di riferimento per le suddette attività:

Decr 21/2022: IGPDEXTRA

Decr. 22/22 - Baliano

Nota 451/22 e nota 45/2022 Disc to Disc

Nota 452/22 e Nota 1560/22: Nantucket

Decreto\ Nota	Fornitore	Codice Fiscale\VP artita Iva	Tipo Documento	Numero Protocollo	Nr. Fattura	Numero Pec	Data Fattura	CIG	N. Mandato	Data Pagamento	Imponibile	Iva	Totale Fattura	Costi Rendicontabili	Progetto	Obiettivo Operativo
decreto 21 del 31/03/2022	IPG DXTRA ITALIA S.R.L.	09878450155	FATTURA	280	9912200361	1539_2022	12/05/2022	Z7435AB6CA	317	16/06/2022	€ 8.000,00	€ 1.760,00	€ 9.760,00	€ 8.000,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
decreto 21 del 31/03/2022	IPG DXTRA ITALIA S.R.L.	09878450155	FATTURA	310	9912200488	2197_2022	29/06/2022	Z7435AB6CA	372	21/07/2022	€ 3.500,00	€ 770,00	€ 4.270,00	€ 3.500,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
decreto 21 del 31/03/2022	IPG DXTRA ITALIA S.R.L.	09878450155	FATTURA	353	9912200445	1943_2022	13/06/2022	Z7435AB6CA	372	21/07/2022	€ 18.500,00	€ 4.070,00	€ 22.570,00	€ 18.500,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1

Decreto\ Nota	Fornitore	Codice Fiscale\VP artita Iva	Tipo Documento	Numero Protocollo	Nr. Fattura	Numero Pec	Data Fattura	CIG	N. Mandato	Data Pagamento	Imponibile	Iva	Totale Fattura	Costi Rendicontabili	Progetto	Obiettivo Operativo
Decreto 22 del 31/03/2022	Baliano snc	02283290464	FATTURA	356	35	2212_2022	30/06/2022	Z1B3567BE5	400	21/07/2022	€ 5.460,00	€ 1.201,20	€ 6.661,20	€ 5.460,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 22 del 31/03/2022	Baliano snc	02283290464	FATTURA	710	52	3884_2022	11/10/2022	Z1B3567BE5	744	12/12/2022	€ 4.276,00	€ 940,72	€ 5.216,72	€ 4.276,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1

Decreto\ Nota	Fornitore	Codice Fiscale\VP artita Iva	Tipo Documento	Numero Protocollo	Nr. Fattura	Numero Pec	Data Fattura	CIG	N. Mandato	Data Pagamento	Imponibile	Iva	Totale Fattura	Costi Rendicontabili	Progetto	Obiettivo Operativo
Nota spesa 451 del 17/02/2022	Disc To Disc Production srl	04176181214	FATTURA	151	705_2022	84	09/03/2022	Z1E353618B	200	20/04/2022	€ 1.190,00	€ 261,80	€ 1.451,80	€ 1.190,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1

# FSC

Fondo per lo Sviluppo  
e la Coesione



Decreto\Nota	Fornitore	Codice Fiscale\Partita Iva	Tipo Documento	Numero Protocollo	Nr. Fattura	Numero Pec	Data Fattura	CIG	N. Mandato	Data Pagamento	Imponibile	Iva	Totale Fattura	Costi Rendicontabili	Progetto	Obiettivo Operativo
Nota di spesa 1560 del 28/13/2022	Disc To Disc Production srl	04176181214	FATTURA	322	2173_2022	233	28/06/2022	Z5D36381A1	381	21/07/2022	€ 8.850,00	€ 1.947,00	€ 10.797,00	€ 8.850,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1

Decreto\Nota	Fornitore	Codice Fiscale\Partita Iva	Tipo Documento	Numero Protocollo	Nr. Fattura	Numero Pec	Data Fattura	CIG	N. Mandato	Data Pagamento	Imponibile	Iva	Totale Fattura	Costi Rendicontabili	Progetto	Obiettivo Operativo
Nota di spesa 452 del 2022	Nantucket Film s.r.l.	11913710965	FATTURA	152	931_2022	4/001	24/03/2022	Z863536029	225	29/04/2022	€ 4.450,00	€ 979,00	€ 5.429,00	€ 4.450,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1

La **campagna promozionale 'Toscana Rinascimento senza fine'** prosegue nel 2022 per mantenere ed aumentare la notorietà del brand toscano come destinazione di viaggio ed il posizionamento dei sotto brand destinazioni/prodotti con la nuova declinazione del concept creativo.

Gli interventi puntano a migliorare la visibilità della Toscana sui media radiofonici, online e onpaper sul mercato nazionale che si attesta come il mercato prioritario nel periodo post-pandemico. Si realizzano pertanto le seguenti attività

Attraverso lo sviluppo e le declinazioni del nuovo concept creativo è stata rafforzato il concetto di come si possa stare bene in Toscana, ritrovare se stessi ed il proprio equilibrio, vivere esperienze autentiche, all'insegna di uno stile di vita sostenibile in armonia della natura e che consente di godere di momenti irripetibili all'insegna della rigenerazione, del prendersi cura di sé.

La pianificazione tiene conto della coerenza dei canali scelti con i target dei prodotti turistici, le prevalenti aree geografiche di provenienza dei flussi turistici interni, la coerenza con regole di mediamix volte a garantire un'adeguata copertura di pubblico e una frequenza di emissione del messaggio pubblicitario.

In coerenza con gli obiettivi la selezione dei mezzi è avvenuta in base all'efficacia e alla coerenza con gli obiettivi valutando tiratura, dati di diffusione e di vendita, profilo psicosociale e comportamentale dei lettori/utenti e dalla conoscenza diretta del mercato.

La campagna advertising è stata accompagnata da approfondimenti contenutistici, e attività web e social laddove tale sinergia risultava possibile e particolarmente strategica e da progetti editoriali per l'approfondimento e la divulgazione di specifici contenuti riferiti all'offerta turistica toscana.

La campagna è stata veicolata con canali offline e onpaper, progetti editoriali e divulgazione dei messaggi su stampa, radio nazionali, testate generaliste e settoriali, strumenti OOH/Out of Home, al fine di accrescere il numero di contatti che il singolo consumer ha avuto con la campagna pubblicitaria e il suo messaggio.

# FSC

Fondo per lo Sviluppo  
e la Coesione



La campagna si è articolata attraverso i seguenti canali e mezzi di comunicazione:

### Campagna Radio:

La programmazione della campagna radio è stata modulata secondo gli andamenti dei mercati e delle loro aperture nel periodo post pandemico, pertanto è stata finalizzata a raggiungere il grande pubblico dei viaggiatori del mercato italiano attraverso i seguenti canali radiofonici:

campagna invernale- 650 passaggi su Radio Bruno per la promozione del prodotto montagna sul target toscano ed emiliano

campagna sui principali canali radiofonici a diffusione nazionale per il periodo primavera/estate 2022 per un profilo di ascoltatori generalista di età compresa fra i 25 e i 54 anni per le seguenti emittenti: RDS, RTL, 102,5, Radio Freccia e Radio Zeta, Radio RAI 1, 2 e 3, Radio 105, Radio 101, Virgin Radio, RMC, Radio Subasio, Radio1 e Klasse 1, Radio DeeJay, Radio Capital e Radio 24.

Atti e fornitori di riferimento:  
Nota 321/2022-MB Publicitas

Decreto/Nota	Fornitore	Codice Fiscale/VP artita Iva	Tipo Documento	Numero Protocollo	Nr. Fattura	Numero Pec	Data Fattura	CIG	N. Mandato	Data Pagamento	Imponibile	Iva	Totale Fattura	Costi Rendicontabili	Progetto	Obiettivo Operativo
Nota spesa 321 del 09/02/2022	M.B. Publicitas s.r.l.	01646160505	FATTURA	287	321_2022	4/P	09/02/2022	ZCB351D6F6	341	04/07/2022	€ 4.940,00	€ 1.086,80	€ 6.026,80	€ 4.940,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1

Decr.24/2022: Il Sole 24 Ore – OpenSpace Pubblicità - Rai Pubblicità - Digitalia08 – Manzoni - Advertising

Decreto/Nota	Fornitore	Codice Fiscale/VP artita Iva	Tipo Documento	Numero Protocollo	Nr. Fattura	Numero Pec	Data Fattura	CIG	N. Mandato	Data Pagamento	Imponibile	Iva	Totale Fattura	Costi Rendicontabili	Progetto	Obiettivo Operativo
Decreto 24 del 20/04/2022	Il Sole 24 Ore s.p.a.	00777910159	FATTURA	318	3410000654	2203_2022	28/06/2022	9175618781	378	21/07/2022	€ 15.000,00	€ 3.300,00	€ 18.300,00	€ 15.000,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 24 del 20/04/2022	Il Sole 24 Ore s.p.a.	00777910159	FATTURA	417	3410000764	2586_2022	27/07/2022	9175618781	464	26/08/2022	€ 22.320,00	€ 4.910,40	€ 27.230,40	€ 22.320,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 24 del 20/04/2022	Il Sole 24 Ore s.p.a.	00777910159	FATTURA	780	3410001247	1336_2022	14/12/2022	9175618781	800	29/12/2022	€ 48.000,00	€ 10.560,00	€ 58.560,00	€ 48.000,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1

# FSC

Fondo per lo Sviluppo  
e la Coesione



Decreto\ Nota	Fornitore	Codice Fiscale\Partita Iva	Tipo Documento	Numero Protocollo	Nr. Fattura	Numero Pec	Data Fattura	CIG	N. Mandato	Data Pagamento	Imponibile	Iva	Totale Fattura	Costi Rendicontabili	Progetto	Obiettivo Operativo
Decreto 24 del 20/04/2022	Open Space Pubblicità s.r.l.	02031490168	FATTURA	349	FZ22_11	2009_2022	14/06/2022	9175706022	369	21/07/2022	€ 81.500,00	€ 17.930,00	€ 99.430,00	€ 81.500,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 24 del 20/04/2022	Open Space Pubblicità s.r.l.	02031490168	FATTURA	781	FZ22_26	4301_2022	13/12/2022	9175706022	799	29/12/2022	€ 57.000,00	€ 12.540,00	€ 69.540,00	€ 57.000,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 24 del 20/04/2022	RAI Pubblicità spa	00471300012	FATTURA	352	6700021178	1851_2022	31/05/2022	91757368E1	366	21/07/2022	€ 19.468,23	€ 4.283,01	€ 23.751,24	€ 19.468,23	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 24 del 20/04/2022	RAI Pubblicità spa	00471300012	FATTURA	845	6700023331	4510_2022	28/12/2022	91757368E1	835	29/12/2022	€ 26.644,95	€ 5.861,89	€ 32.506,84	€ 26.644,95	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 24 del 20/04/2022	RAI Pubblicità spa	00471300012	FATTURA	846	6700023332	4511_2022	28/12/2022	91757368E1	835	29/12/2022	€ 9.157,05	€ 2.014,55	€ 11.171,60	€ 9.157,05	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 24 del 20/04/2022	RAI Pubblicità spa	00471300012	FATTURA	847	6700030966	4512_2022	28/12/2022	91757368E1	835	29/12/2022	€ 9.197,85	€ 2.023,53	€ 11.221,38	€ 9.197,85	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 24 del 20/04/2022	RAI Pubblicità spa	00471300012	FATTURA	336	6700021434	2141_2022	18/06/2022	91757368E1	366	21/07/2022	€ 5.643,27	€ 1.241,52	€ 6.884,79	€ 5.643,27	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 24 del 20/04/2022	RAI Pubblicità spa	00471300012	NOTA DI CREDITO	337	6700000117	2143_2022	18/06/2022	91757368E1	366	21/07/2022	-€ 230,98	-€ 50,82	-€ 281,80	-€ 230,98	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 24 del 20/04/2022	RAI Pubblicità spa	00471300012	FATTURA	338	6700021435	2142_2022	18/06/2022	91757368E1	366	21/07/2022	€ 7.787,30	€ 1.713,21	€ 9.500,51	€ 7.787,30	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 24 del 20/04/2022	RAI Pubblicità spa	00471300012	FATTURA	351	6700021177	1852_2022	31/05/2022	91757368E1	366	21/07/2022	€ 14.106,22	€ 3.103,37	€ 17.209,59	€ 14.106,22	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 24 del 20/04/2022	Digitalia 08 srl	07608230152	FATTURA	540	322503279	3310_2022	28/09/2022	91757937EB	597	21/10/2022	€ 71.587,87	€ 15.749,33	€ 87.337,20	€ 71.587,87	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 24 del 20/04/2022	A.Manzoni & C. Spa	04705810150	FATTURA	369	654770AMC12022	2236_2022	30/06/2022	9175661AFC	412	02/08/2022	€ 82.500,00	€ 18.150,00	€ 100.650,00	€ 82.500,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1

# FSC

Fondo per lo Sviluppo  
e la Coesione



Decreto/Nota	Fornitore	Codice Fiscale/Partita Iva	Tipo Documento	Numero Protocollo	Nr. Fattura	Numero Pec	Data Fattura	CIG	N. Mandato	Data Pagamento	Imponibile	Iva	Totale Fattura	Costi Rendicontabili	Progetto	Obiettivo Operativo
Decreto 24 del 20/04/2022	Advertising s.r.l.	07665521006	FATTURA	348	100003	1966_2022	13/06/2022	917577376A	370	21/07/2022	€ 61.950,00	€ 13.629,00	€ 75.579,00	€ 61.950,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 24 del 20/04/2022	Advertising s.r.l.	07665521006	FATTURA	791	100020	4387_2022	15/12/2022	917577376A	794	29/12/2022	€ 60.050,00	€ 13.211,00	€ 73.261,00	€ 60.050,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1

### Campagna stampa:

La campagna radio viene integrata con campagna stampa per advertising e/o dossier di approfondimento sulle testate:

**Manzoni** per le testate Guide di Repubblica e su La Repubblica

**Il Sole 24 Ore**

**Anfaci** per la testata prefettizia

La campagna stampa prosegue nel 2022 con la strategia intrapresa e si articola in iniziative di advertising che sono state corredate dalla realizzazione di contenuti editoriali a corredo attraverso redazionali tematici in accordo con i principali gruppi editoriali per testate generaliste e specialistiche al fine di raggiungere un ampio target di pubblico nazionale. Le testate ed i gruppi interessati sono stati i seguenti:

- **CAIORCS Media Spa** per le testate: Corriere della Sera, Sette, Oggi, Bell'Italia, IoDonna, Sportweek e Cook per un totale di 12 pagg. adv e 9 pagine di contenuti redazionali;
- **PROGETTO** per la testata "Touring, il nostro modo di viaggiare", per publiredazionali nel periodo giugno-ottobre e 2 pagg. adv corredate da uscite in homepage del sito Touringclub;
- **PIEMME Spa** per le testate Macro Viaggi o Il Messaggero e Molto Salute/Allegato mensile ai quotidiani Il Messaggero, il Gazzettino, Il Mattino, Corriere dell'Adriatico, N.Q. di Puglia per un totale di 4 pagg. di contenuti redazionali e 4 pagg. adv in uscita nel periodo giugno-dicembre 2022;
- **HEARST MAGAZINES ITALIA Spa**, per le testate Elle, Esquire e Marie Claire, per un totale di 10 pagg. formato intero adv;
- **CLASS Spa**, per le testate Capital, MilanoFinanza, Gentleman, Gambero Rosso Magazine per un totale di 5 pagg. adv e 21 pagg. di contenuti redazionali;
- **MEDIAMOND SpA**, per le testate Donna Moderna, Focus Magazine, Grazia e Giallo Zafferano per un totale di 4 pagg. adv e 8 pagg. contenuti redazionali;
- **DOWNLOAD PUBBLICITA' SRL**, per la testata Lonely Planet Italia con 1 pag. intera adv e 1 pagina di publiredazionale;
- **EDIZIONI CONDE' NAST Spa**, per le testate Vanity Fair, Traveller e La Cucina Italiana per un totale di 6 pagg. adv e 4 pagg. doppie di contenuti redazionali dedicati al turismo enogastronomico;

- **UMBERTO ALLEMANDI srl**, per la testata Il Giornale dell'Arte con uscita di 3 pagg. formato intero adv corredate da contenuti redazionali di approfondimento e banner/newsletter sul sito della testata;
- **3 S COMUNICAZIONE**, per la testata E-Borghi, per due servizi redazionali e 5 pagg. adv corredate da banner on-line sul sito della testata per 6 mesi;
- **BFC MEDIA Spa** per la testata Forbes per un redazionale di due pagine, una pagina adv e condivisione dei contenuti sui canali social della testata;
- **Editoriale Domus S.p.A** per la testata Domus con un inserto interno promozionale della destinazione toscana di 10 pagg oltre a due pagg. di copertina;
- **Netweek – Publi (iN) Srl**, per il progetto “Rubrica settimanale turismo” su 44 cartacei e 39 quotidiani locali on-line del centro-nord Italia con due uscite, formato pagina intera su ognuna delle testate;
- **AGENZIA DEL MARKETING EDITORIALE SRL**, per le testate L'Internazionale e L'Essenziale con due uscite/doppia pagina e 2 uscite/ pagina intera e due pagg. adv su due uscite;
- **DANAE PROJECT Srl**, per la testata “Finestre sull'Arte” con due articoli di 3 pagg. di contenuti redazionali e due articoli di approfondimento contenutistico sul loro sito web;
- **ESPRESSIONE Srl**, per le testate Giovani Genitori e Guida Viaggiare Family 2022 sul target famiglie con bambini per un totale di 6 pagine di contenuti redazionali;
- **EDITORIALE C&C Srl**, per la testata Viaggiare in bicicletta per 2 uscite di contenuti redazionali;

Atti e fornitori di riferimento:

Decr. 24/2022: Manzoni e Il Sole 24 Ore

Decreto/Nota	Fornitore	Codice Fiscale/Partita Iva	Tipo Documento	Numero Protocollo	Nr. Fattura	Numero Pec	Data Fattura	CIG	N. Mandato	Data Pagamento	Imponibile	Iva	Totale Fattura	Costi Rendicontabili	Progetto	Obiettivo Operativo
Decreto 24 del 20/04/2022	Il Sole 24 Ore s.p.a.	00777910159	FATTURA	318	3410000654	2203_2022	28/06/2022	9175618781	378	21/07/2022	€ 15.000,00	€ 3.300,00	€ 18.300,00	€ 15.000,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 24 del 20/04/2022	Il Sole 24 Ore s.p.a.	00777910159	FATTURA	417	3410000764	2586_2022	27/07/2022	9175618781	464	26/08/2022	€ 22.320,00	€ 4.910,40	€ 27.230,40	€ 22.320,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 24 del 20/04/2022	Il Sole 24 Ore s.p.a.	00777910159	FATTURA	780	3410001247	1336_2022	14/12/2022	9175618781	800	29/12/2022	€ 48.000,00	€ 10.560,00	€ 58.560,00	€ 48.000,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 24 del 20/04/2022	A.Manzoni & C. Spa	04705810150	FATTURA	369	654770AMC12022	2236_2022	30/06/2022	9175661AFC	412	02/08/2022	€ 82.500,00	€ 18.150,00	€ 100.650,00	€ 82.500,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1

Si veda anche il punto precedente. Le fatture sono in parte attribuibili alle due attività sopra descritte.

Nota 2050/2022: per il seguente fornitore:

Decreto\ Nota	Fornitore	Codice Fiscale\Partita Iva	Tipo Documento	Numero Protocollo	Nr. Fattura	Numero Pec	Data Fattura	CIG	N. Mandato	Data Pagamento	Imponibile	Iva	Totale Fattura	Costi Rendicontabili	Progetto	Obiettivo Operativo
Nota di spesa 2050 del 10/06/2022	Publimedia srl	04998600961	FATTURA	320	2188_2022	171	29/06/2022	Z5236DARD4	386	21/07/2022	€ 4.600,00	€ 1.012,00	€ 5.612,00	€ 4.600,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1

Decr. 43/2022 per i suddetti 17 fornitori

Decreto\ Nota	Fornitore	Codice Fiscale\Partita Iva	Tipo Documento	Numero Protocollo	Nr. Fattura	Numero Pec	Data Fattura	CIG	N. Mandato	Data Pagamento	Imponibile	Iva	Totale Fattura	Costi Rendicontabili	Progetto	Obiettivo Operativo
Decreto 43 del 01/06/2022	35 Comunicazione sas	08058230965	FATTURA	364	2233_2022	52	29/06/2022	ZBF3662618	410	02/08/2022	€ 3.750,00	€ 825,00	€ 4.575,00	€ 3.750,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 43 del 01/06/2022	35 Comunicazione sas	08058230965	FATTURA	553	3370_2022	108	05/10/2022	ZBF3662618	608	21/10/2022	€ 3.750,00	€ 825,00	€ 4.575,00	€ 3.750,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1

Decreto\ Nota	Fornitore	Codice Fiscale\Partita Iva	Tipo Documento	Numero Protocollo	Nr. Fattura	Numero Pec	Data Fattura	CIG	N. Mandato	Data Pagamento	Imponibile	Iva	Totale Fattura	Costi Rendicontabili	Progetto	Obiettivo Operativo
Decreto 43 del 01/06/2022	Agenzia del Marketing Editoriale s.r.l.	06212101007	FATTURA	669	3739_2022	754	04/11/2022	Z9B3666CCA	707	25/11/2022	€ 26.000,00	€ 5.720,00	€ 31.720,00	€ 26.000,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1

Decreto\ Nota	Fornitore	Codice Fiscale\Partita Iva	Tipo Documento	Numero Protocollo	Nr. Fattura	Numero Pec	Data Fattura	CIG	N. Mandato	Data Pagamento	Imponibile	Iva	Totale Fattura	Costi Rendicontabili	Progetto	Obiettivo Operativo
Decreto 43 del 01/06/2022	Blu Financial Communication - BFC Media spa	116731710152	FATTURA	556	3415_2022	1001	30/09/2022	Z1736622F9	610	21/10/2022	€ 4.500,00	€ 990,00	€ 5.490,00	€ 4.500,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 43 del 01/06/2022	Blu Financial Communication - BFC Media spa	116731710152	FATTURA	817	4441_2022	1385	15/12/2022	Z1736622F9	817	29/12/2022	€ 4.499,00	€ 989,78	€ 5.488,78	€ 4.499,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1

Decreto\ Nota	Fornitore	Codice Fiscale\Partita Iva	Tipo Documento	Numero Protocollo	Nr. Fattura	Numero Pec	Data Fattura	CIG	N. Mandato	Data Pagamento	Imponibile	Iva	Totale Fattura	Costi Rendicontabili	Progetto	Obiettivo Operativo
Decreto 43 del 01/06/2022	Cairo Rcs Media s.p.a.	11484370967	FATTURA	422	2518_2022	1022030121	20/07/2022	9232548B9F	466	26/08/2022	€ 42.832,35	€ 9.423,12	€ 52.255,47	€ 42.832,35	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 43 del 01/06/2022	Cairo Rcs Media s.p.a.	11484370967	FATTURA	814	4420_2022	1022055589	21/12/2022	9232548B9F	798	29/12/2022	€ 49.167,65	€ 10.816,88	€ 59.984,53	€ 49.167,65	FSC CUPD59I20001040006	OO1

# FSC

Fondo per lo Sviluppo  
e la Coesione



Decreto\ Nota	Fornitore	Codice Fiscale\VP artita Iva	Tipo Documento	Numero Protocollo	Nr. Fattura	Numero Pec	Data Fattura	CIG	N. Mandato	Data Pagamento	Imponibile	Iva	Totale Fattura	Costi Rendicontabili	Progetto	Obiettivo Operativo
Decreto 43 del 01/06/2022	Class spa	09864610150	FATTURA	380	2258_2022	2022SH0004659	30/06/2022	Z0C3661D11	414	02/08/2022	€ 7.650,00	€ 1.683,00	€ 9.333,00	€ 7.650,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 43 del 01/06/2022	Class spa	09864610150	FATTURA	447	2640_2022	2022SH0005391	31/07/2022	Z0C3661D11	481	31/08/2022	€ 4.790,74	€ 1.053,96	€ 5.844,70	€ 4.790,74	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 43 del 01/06/2022	Class spa	09864610150	FATTURA	518	2888_2022	2022SH0005767	31/08/2022	Z0C3661D11	557	30/09/2022	€ 7.650,00	€ 1.683,00	€ 9.333,00	€ 7.650,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 43 del 01/06/2022	Class spa	09864610150	FATTURA	541	3300_2022	2022SH0006590	30/09/2022	Z0C3661D11	598	21/10/2022	€ 7.650,00	€ 1.683,00	€ 9.333,00	€ 7.650,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 43 del 01/06/2022	Class spa	09864610150	FATTURA	778	4298_2022	2022SH0008403	30/11/2022	Z0C3661D11	801	29/12/2022	€ 7.650,00	€ 1.683,00	€ 9.333,00	€ 7.650,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 43 del 01/06/2022	Danae Project s.r.l.	01181910454	FATTURA	670	3769_2022	265	03/11/2022	Z193662579	708	25/11/2022	€ 5.800,00	€ 1.276,00	€ 7.076,00	€ 5.800,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 43 del 01/06/2022	Download Pubblicità srl	10576951007	FATTURA	665	3716_2022	1/PA	02/11/2022	ZC33661F54	705	25/11/2022	€ 5.000,00	€ 1.100,00	€ 6.100,00	€ 5.000,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 43 del 01/06/2022	Editoriale C&C s.r.l.	04154780961	FATTURA	770	4255_2022	2883/FE	12/12/2022	Z733662B1A	757	19/12/2022	€ 4.000,00	€ 880,00	€ 4.880,00	€ 4.000,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 43 del 01/06/2022	Editoriale Domus	07835550158	FATTURA	444	2624_2022	1220600020	29/07/2022	ZF0366297F	474	31/08/2022	€ 9.000,00	€ 1.980,00	€ 10.980,00	€ 9.000,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1

# FSC

Fondo per lo Sviluppo  
e la Coesione



TOSCANA  
PROMOZIONE TURISTICA

Decreto\ Nota	Fornitore	Codice Fiscale\Partita Iva	Tipo Documento	Numero Protocollo	Nr. Fattura	Numero Pec	Data Fattura	CIG	N. Mandato	Data Pagamento	Imponibile	Iva	Totale Fattura	Costi Rendicontabili	Progetto	Obiettivo Operativo
Decreto 43 del 01/06/2022	Espressione srl	09319220019	FATTURA	323	2174_2022	139	28/06/2022	Z863662766	385	21/07/2022	€ 3.000,00	€ 660,00	€ 3.660,00	€ 3.000,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 43 del 01/06/2022	Espressione srl	09319220019	FATTURA	411	2436_2022	148	14/07/2022	Z863662766	452	26/08/2022	€ 1.000,00	€ 220,00	€ 1.220,00	€ 1.000,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1

Decreto\ Nota	Fornitore	Codice Fiscale\Partita Iva	Tipo Documento	Numero Protocollo	Nr. Fattura	Numero Pec	Data Fattura	CIG	N. Mandato	Data Pagamento	Imponibile	Iva	Totale Fattura	Costi Rendicontabili	Progetto	Obiettivo Operativo
Decreto 43 del 01/06/2022	Hearst Magazines Italia spa	07592830157	FATTURA	418	2575_2022	15/5	26/07/2022	ZAE3661BA1	463	26/08/2022	€ 3.400,00	€ 748,00	€ 4.148,00	€ 3.400,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 43 del 01/06/2022	Hearst Magazines Italia spa	07592830157	FATTURA	419	2574_2022	16/5	26/07/2022	ZAE3661BA1	463	26/08/2022	€ 4.250,00	€ 935,00	€ 5.185,00	€ 4.250,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 43 del 01/06/2022	Hearst Magazines Italia spa	07592830157	FATTURA	420	2589_2022	18/5	27/07/2022	ZAE3661BA1	463	26/08/2022	€ 4.250,00	€ 935,00	€ 5.185,00	€ 4.250,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 43 del 01/06/2022	Hearst Magazines Italia spa	07592830157	FATTURA	528	3258_2022	19/5	27/09/2022	ZAE3661BA1	567	13/10/2022	€ 6.800,00	€ 1.496,00	€ 8.296,00	€ 6.800,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 43 del 01/06/2022	Hearst Magazines Italia spa	07592830157	FATTURA	539	3309_2022	21/5	30/09/2022	ZAE3661BA1	596	21/10/2022	€ 8.500,00	€ 1.870,00	€ 10.370,00	€ 8.500,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 43 del 01/06/2022	Hearst Magazines Italia spa	07592830157	FATTURA	658	3697_2022	25/5	28/10/2022	ZAE3661BA1	699	25/11/2022	€ 3.400,00	€ 748,00	€ 4.148,00	€ 3.400,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 43 del 01/06/2022	Hearst Magazines Italia spa	07592830157	FATTURA	659	3698_2022	26/5	28/10/2022	ZAE3661BA1	699	25/11/2022	€ 7.400,00	€ 1.628,00	€ 9.028,00	€ 7.400,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1

Decreto\ Nota	Fornitore	Codice Fiscale\Partita Iva	Tipo Documento	Numero Protocollo	Nr. Fattura	Numero Pec	Data Fattura	CIG	N. Mandato	Data Pagamento	Imponibile	Iva	Totale Fattura	Costi Rendicontabili	Progetto	Obiettivo Operativo
Decreto 43 del 01/06/2022	Mediamond spa	06703540960	FATTURA	788	4369_2022	2049012413	15/12/2022	9232765EB1	795	29/12/2022	€ 40.317,00	€ 8.869,74	€ 49.186,74	€ 40.317,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1

Decreto\ Nota	Fornitore	Codice Fiscale\Partita Iva	Tipo Documento	Numero Protocollo	Nr. Fattura	Numero Pec	Data Fattura	CIG	N. Mandato	Data Pagamento	Imponibile	Iva	Totale Fattura	Costi Rendicontabili	Progetto	Obiettivo Operativo
Decreto 43 del 01/06/2022	Piemme spa concessoria pubblicitaria	08526500155	FATTURA	421	2379_2022	VE0016542022	12/07/2022	9,233E+09	468	26/08/2022	€ 13.333,00	€ 2.933,26	€ 16.266,26	€ 13.333,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 43 del 01/06/2022	Piemme spa concessoria pubblicitaria	08526500155	FATTURA	548	3327_2022	VE0022702022	30/09/2022	9,233E+09	604	21/10/2022	€ 18.333,00	€ 4.033,26	€ 22.366,26	€ 18.333,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 43 del 01/06/2022	Piemme spa concessoria pubblicitaria	08526500155	FATTURA	654	3690_2022	VE0026272022	31/10/2022	9,233E+09	697	25/11/2022	€ 13.333,00	€ 2.933,66	€ 16.266,66	€ 13.333,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1

# FSC

Fondo per lo Sviluppo  
e la Coesione



Decreto\ Nota	Fornitore	Codice Fiscale\Partita Iva	Tipo Documento	Numero Protocollo	Nr. Fattura	Numero Pec	Data Fattura	CIG	N. Mandato	Data Pagamento	Imponibile	Iva	Totale Fattura	Costi Rendicontabili	Progetto	Obiettivo Operativo
Decreto 43 del 01/06/2022	Progetto srl	01403510223	FATTURA	779	4297_2022	1/2809	13/12/2022	Z6636618E4	802	29/12/2022	€ 28.000,00	€ 6.160,00	€ 34.160,00	€ 28.000,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1

Decreto\ Nota	Fornitore	Codice Fiscale\Partita Iva	Tipo Documento	Numero Protocollo	Nr. Fattura	Numero Pec	Data Fattura	CIG	N. Mandato	Data Pagamento	Imponibile	Iva	Totale Fattura	Costi Rendicontabili	Progetto	Obiettivo Operativo
Decreto 43 del 01/06/2022	PUBLI (IN) srl Soc. Unipersonale	01842780064	FATTURA	365	2234_2022	P-400252	30/06/2022	Z0C36628D5	418	02/08/2022	€ 4.181,76	€ 919,99	€ 5.101,75	€ 4.181,76	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 43 del 01/06/2022	PUBLI (IN) srl Soc. Unipersonale	01842780064	FATTURA	445	2659_2022	P-400323	30/07/2022	Z0C36628D5	482	31/08/2022	€ 9.818,24	€ 2.160,01	€ 11.978,25	€ 9.818,24	FSC CUPD59I20001040006	OO1

Decreto\ Nota	Fornitore	Codice Fiscale\Partita Iva	Tipo Documento	Numero Protocollo	Nr. Fattura	Numero Pec	Data Fattura	CIG	N. Mandato	Data Pagamento	Imponibile	Iva	Totale Fattura	Costi Rendicontabili	Progetto	Obiettivo Operativo
Decreto 43 del 01/06/2022	Società Edizioni Condè Nast spa	00834980153	FATTURA	638	3615_2022	9816	26/10/2022	Z8D36621A2	665	17/11/2022	€ 31.990,00	€ 7.037,80	€ 39.027,80	€ 31.990,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1

Decreto\ Nota	Fornitore	Codice Fiscale\Partita Iva	Tipo Documento	Numero Protocollo	Nr. Fattura	Numero Pec	Data Fattura	CIG	N. Mandato	Data Pagamento	Imponibile	Iva	Totale Fattura	Costi Rendicontabili	Progetto	Obiettivo Operativo
Decreto 43 del 01/06/2022	Umberto Allemandi srl	04272580012	FATTURA	413	2479_2022	500094	19/07/2022	Z1336624D6	455	26/08/2022	€ 5.700,00	€ 1.254,00	€ 6.954,00	€ 5.700,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 43 del 01/06/2022	Umberto Allemandi srl	04272580012	FATTURA	519	3053_2022	500105	09/09/2022	Z1336624D6	558	30/09/2022	€ 5.700,00	€ 1.254,00	€ 6.954,00	€ 5.700,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 43 del 01/06/2022	Umberto Allemandi srl	04272580012	FATTURA	608	3572_2022	500135	24/10/2022	Z1336624D6	659	04/11/2022	€ 5.500,00	€ 1.210,00	€ 6.710,00	€ 5.500,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1

## Campagna OOH/Out of Home.

La campagna interessa le città target e zone urbane specifiche interessate alla presenza di un target mirato e si realizza attraverso il posizionamento di diversi circuiti di pannellistica, affissioni digitali o allestimenti che garantiscono la visibilità del messaggio selezionati in base ai dati di passaggio di pubblico.

Si sperimenta per la prima volta la realizzazione di un artwall/murales nella città di Milano in spazi di grande impatto e visibilità che contribuisce a conferire innovazione e originalità al messaggio promozionale.

La campagna OOH è stata realizzata come segue:

Area centro. Nordi Italia:

Side banner 300x70 per 14 gg. per n. 3 soggetti nelle seguenti città: Genova (110), Monza (10), Bergamo (35), Brescia (40), Como (30), Lecco (15), Varese (15), Trento (20), Venezia Mestre (70),

# FSC

Fondo per lo Sviluppo  
e la Coesione



Belluno (10), Vicenza (30), Treviso (25), Pordenone (8), Parma (40), Piacenza (30) – fornitore: IGPDecaux Spa

Milano e Roma:

Personalizzazione Atri a Milano - Stazione Centrale – 5 spazi affissioni

Grande TLED a Roma Termini - Affissioni digitale – per la durata di 14 gg - fornitore Grandi Stazioni Retail

Affissioni sui circuiti:

Milano: FSU Classic 118x176 (100 spazi)

Milano: Digital City 75" (20 spazi)

Venezia Mestre + Venezia (65 plance topografico 200x140 + 25 poster 600x280)

Padova (70 plance-fioriere 100x140 + 19 pensiline digitali 75")

Trieste (30 pensiline lux 118x176),

Vicenza (12 digitali 75")

Treviso (45 standardi 140x200)) – per una durata di 14gg/cad. – fornitore Clear Channel Italia Spa

Affissioni sul circuito Open Bus nelle seguenti città per 15 gg. in formato maxi retro:

Roma (10 mezzi), Milano (5 mezzi), Bologna, Verona e Torino (3 mezzi/cad.) – fornitore: GQuadro Advertising

Affissioni digitali:

maxi a Roma + 3 Maxi a Milano con 250 spot al giorno da 10 secondi per una durata di 15 gg

Posizioni a Roma:

Monti + Ara Pacis - Castel Sant'Angelo (una settimana cad) + Piazza della Repubblica + Piazza Cavour + Via del Corso

Posizioni a Milano:

Via Dante/Largo Cairoli + Corso Vittorio Emanuele II Galleria + 1 posizionamento/da definire

Artwall: posizionamento a Milano – Corso Garibaldi 55 – per 75 gg.(periodo giugno -agosto)

Fornitore: Urban Vision

Atti e fornitori di riferimento:

Decr.23/2022 – IGPDecaux - Grandi Stazioni Retail – Clear Channel Italia – G Quadro Advertising – Urban Vision

# FSC

Fondo per lo Sviluppo  
e la Coesione



Decreto\ Nota	Fornitore	Codice Fiscale\VP artita Iva	Tipo Documento	Numero Protocollo	Nr. Fattura	Numero Pec	Data Fattura	CIG	N. Mandato	Data Pagamento	Imponibile	Iva	Totale Fattura	Costi Rendicontabili	Progetto	Obiettivo Operativo
Decreto 23 del 31/03/2022	Clear Channel Italia s.p.a.	12710340154	FATTURA	339	VA-1000456	2017_2022	17/06/2022	916999898B	361	15/07/2022	€ 11.200,00	€ 2.464,00	€ 13.664,00	€ 11.200,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 23 del 20/04/2022	Clear Channel Italia s.p.a.	12710340154	FATTURA	340	VA-1000457	2021_2022	17/06/2022	916999898B	361	15/07/2022	€ 21.022,00	€ 4.624,84	€ 25.646,84	€ 21.022,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 23 del 20/04/2022	Clear Channel Italia s.p.a.	12710340154	FATTURA	341	VA-1000475	2192_2022	29/06/2022	916999898B	367	21/07/2022	€ 1.860,00	€ 409,20	€ 2.269,20	€ 1.860,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 23 del 20/04/2022	Clear Channel Italia s.p.a.	12710340154	FATTURA	342	VA-1000480	2190_2022	29/06/2022	916999898B	367	21/07/2022	€ 1.440,00	€ 316,80	€ 1.756,80	€ 1.440,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 23 del 20/04/2022	Clear Channel Italia s.p.a.	12710340154	FATTURA	343	VA-1000477	2194_2022	29/06/2022	916999898B	367	21/07/2022	€ 8.478,00	€ 1.865,16	€ 10.343,16	€ 8.478,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 23 del 20/04/2022	G Quadro Advertisin g srl	11480721007	FATTURA	350	156	1885_2022	09/06/2022	917002827F	368	21/07/2022	€ 67.000,00	€ 14.740,00	€ 81.740,00	€ 67.000,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 23 del 20/04/2022	Grandi Stazioni Retail	13925511001	FATTURA	534	8101000414	3119_2022	19/09/2022	91699577E6	590	13/10/2022	€ 92.615,00	€ 20.375,30	€ 112.990,30	€ 92.615,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 23 del 20/04/2022	IGPDecaux S.p.a.	00893300152	FATTURA	333	4400008244	2122_2022	22/06/2022	9169839686	359	15/07/2022	€ 157,00	€ 34,54	€ 191,54	€ 157,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 23 del 20/04/2022	IGPDecaux S.p.a.	00893300152	FATTURA	334	4400008245	2120_2022	22/06/2022	9169839686	359	15/07/2022	€ 1.143,00	€ 251,46	€ 1.394,46	€ 1.143,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 23 del 20/04/2022	IGPDecaux S.p.a.	00893300152	FATTURA	335	4400008243	2123_2022	22/06/2022	9169839686	359	15/07/2022	€ 40.092,80	€ 8.820,42	€ 48.913,22	€ 40.092,80	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 23 del 20/04/2022	Urban Vision spa	08236441005	FATTURA	423	1122000241	2356_2022	30/06/2022	91699019AF	549	30/09/2022	€ 130.000,00	€ 28.600,00	€ 158.600,00	€ 130.000,00	FSC CUPD59I20001040006	

Decr. 64/2022 – Urban Vision

Decreto\ Nota	Fornitore	Codice Fiscale\Partita Iva	Tipo Documento	Numero Protocollo	Nr. Fattura	Numero Pec	Data Fattura	CIG	N. Mandato	Data Pagamento	Imponibile	Iva	Totale Fattura	Costi Rendicontabili	Progetto	Obiettivo Operativo
Decreto 64 del 2022	Urban Vision spa	08236441005	FATTURA	515	2958_2022	1122000323	31/07/2022	ZBC3711C5E	549	30/09/2022	€ 20.000,00	€ 4.400,00	€ 24.400,00	€ 20.000,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1

### Progetti Editoriali/eventi/partnership:

Sono state realizzate le seguenti iniziative:

- progetto editoriale speciale attraverso una partnership con Il Sole 24 Ore per la partecipazione all'evento Innovation Day Milano/luglio 2022 per la presentazione dell'offerta turistica toscana e di BTO 2022 ed incontri di networking
- progetto editoriale e di partnership in collaborazione con la testata DOVE (Gruppo Cairorcs) che comprende le seguenti attività:  
'Dove Experience' iniziativa partecipativa e di comunicazione che ha coinvolto un gruppo di lettori della rivista che ha vissuto un'esperienza di viaggio in Toscana sul tema 'Gli Etruschi in bicicletta' producendo contenuti che vengono pubblicati sui magazine: Dove 5, Dove 6, Dove 7 e in un webdoc dedicato;

'Il senso del Viaggio' evento di approfondimento dedicato al turismo e alla cultura del viaggio che comprende uno streaming sui canali RCS e video pubblicato sul sito di DOVE, canale di viaggio di Corriere.it

- progetto editoriale e di advertising sulla testata Plein Air con 12 pagg di redazionale e 2 pagg. adv
- publiredazionale per la promozione della destinazione toscana con testi ed immagini su la 'Guida Regioni' della collana Il Sole 24 Ore – Le Guide"

Atti e fornitori di riferimento:

Decr. 24/2022: Il Sole 24 Ore

Decreto\ Nota	Fornitore	Codice Fiscale\Partita Iva	Tipo Documento	Numero Protocollo	Nr. Fattura	Numero Pec	Data Fattura	CIG	N. Mandato	Data Pagamento	Imponibile	Iva	Totale Fattura	Costi Rendicontabili	Progetto	Obiettivo Operativo
Decreto 24 del 20/04/2022	Il Sole 24 Ore s.p.a.	00777910159	FATTURA	318	3410000654	2203_2022	28/06/2022	9175618781	378	21/07/2022	€ 15.000,00	€ 3.300,00	€ 18.300,00	€ 15.000,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 24 del 20/04/2022	Il Sole 24 Ore s.p.a.	00777910159	FATTURA	417	3410000764	2586_2022	27/07/2022	9175618781	464	26/08/2022	€ 22.320,00	€ 4.910,40	€ 27.230,40	€ 22.320,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 24 del 20/04/2022	Il Sole 24 Ore s.p.a.	00777910159	FATTURA	780	3410001247	1336_2022	14/12/2022	9175618781	800	29/12/2022	€ 48.000,00	€ 10.560,00	€ 58.560,00	€ 48.000,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1

n.b.: una parte di queste fatture sono imputate anche nelle attività relative alle “campagne Radio” di cui ai punti precedenti.

### Decr. 26/2022 – Cairorcs

Decreto\Nota	Fornitore	Codice Fiscale\Partita Iva	Tipo Documento	Numero Protocollo	Nr. Fattura	Numero Pec	Data Fattura	CIG	N. Mandato	Data Pagamento	Imponibile	Iva	Totale Fattura	Costi Rendicontabili	Progetto	Obiettivo Operativo
Decreto 26 del 29/04/2022	Cairo Rcs Media s.p.a.	11484370967	FATTURA	446	2651_2022	1022031860	31/07/2022	9184754AC	472	31/08/2022	€ 120.000,00	€ 26.400,00	€ 146.400,00	€ 120.000,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1

### Decr. 46/2022 – Sistema Plein Air

Decreto\Nota	Fornitore	Codice Fiscale\Partita Iva	Tipo Documento	Numero Protocollo	Nr. Fattura	Numero Pec	Data Fattura	CIG	N. Mandato	Data Pagamento	Imponibile	Iva	Totale Fattura	Costi Rendicontabili	Progetto	Obiettivo Operativo
Decreto 46 del 10/06/2022	Sistema Plein Air s.r.l.	15525461008	FATTURA	412	2464_2022	331	19/07/2022	Z2436A5621	456	26/08/2022	€ 10.000,00	€ 2.200,00	€ 12.200,00	€ 10.000,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 46 del 10/06/2022	Sistema Plein Air s.r.l.	15525461008	FATTURA	585	3444_2022	442	13/10/2022	Z2436A5621	631	21/10/2022	€ 10.000,00	€ 2.200,00	€ 12.200,00	€ 10.000,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1

### Nota 961/2022 – B-Side Communication

Decreto\Nota	Fornitore	Codice Fiscale\Partita Iva	Tipo Documento	Numero Protocollo	Nr. Fattura	Numero Pec	Data Fattura	CIG	N. Mandato	Data Pagamento	Imponibile	Iva	Totale Fattura	Costi Rendicontabili	Progetto	Obiettivo Operativo
Nota di spesa 961 del 28/13/2022	B-Side Communication srl	02414280343	FATTURA	363	2231_2022	376	27/06/2022	ZD735BCE6F	409	02/08/2022	€ 3.900,00	€ 858,00	€ 4.758,00	€ 3.900,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1

Il periodo di esposizione si è concentrato nella primavera, con la massima pressione pubblicitaria (impatto, copertura e frequenza) nel periodo giugno-luglio 2022 in coerenza con le uscite della campagna sugli altri mezzi e la finestra di prenotazione delle vacanze estive.

Le suddette attività contribuiscono anche al raggiungimento dell'obiettivo 2:

‘Valorizzazione dei grandi attrattori culturali e naturali e promozione integrata di risorse turistiche, culturali, ambientali, produttive’

e all'obiettivo 5:

“Sviluppo territoriale delle destinazioni, dei prodotti e posizionamento di un'offerta diversificata sui mercati nazionale ed internazionali

-

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
- Realizzazione strumenti digitali

**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:**

Valorizzazione dei grandi attrattori culturali e naturali e promozione integrata di risorse turistiche, culturali, ambientali, produttive

**Attività realizzate**

L'obiettivo si realizza attraverso azioni promozionali mirate a valorizzare gli attrattori della destinazione con le attività di cui all'obiettivo operativo 1 per le Area di attività 3 Engagement – **Iniziative di promozione BtoC del brand set Toscana on e off-line** - campagna promozionale della destinazione Toscana

**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

# FSC

Fondo per lo Sviluppo  
e la Coesione



**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:**

**Rafforzamento degli strumenti di analisi della domanda e dell'offerta turistica**

**Attività realizzate**

L'obiettivo è stato realizzato attraverso le seguenti attività di studio e analisi, nella cornice dell'asse di intervento 1 – Management – Osservatorio turistico digitale della Toscana

1)

Indagine sugli orientamenti e sui comportamenti di consumo turistico degli italiani, sulle aspettative dei turisti potenziali italiani nella scelta della vacanza in Toscana

L'analisi ha implementato l'Osservatorio Digitale della Destinazione Toscana, strumento a disposizione del sistema turistico finalizzato a migliorare le analisi sulla domanda e sull'offerta toscana.

L'indagine si è realizzata attraverso la rilevazione di consumi, tendenze, abitudini, percezioni della sicurezza, tipologia di vacanza scelta, ecc. sulla base di una ricerca campionaria nelle 6 regioni italiane top player del turismo toscano (Lombardia, Lazio, Emilia-Romagna, Piemonte, Veneto e Campania) sulla base dei dati arrivi di Istat.

2)

Analisi dei flussi della domanda ricettiva: analisi dei dati sulle prenotazioni in strutture ricettive raccolti in real time e analisi dei competitor della destinazione toscana.

Al fine dell'implementazione dell'Osservatorio turistico digitale della Toscana questa indagine ha consentito di disporre di dati che consentono analisi utili a capire il grado di richiesta di accesso alle strutture ricettive toscane in tempo reale offrendo così una visione sia istantanea che di prospettiva oltre che la comparazione con destinazioni concorrenti.

La finalità è di disporre di informazioni che contribuiscono ad un posizionamento competitivo dell'offerta turistica regionale e ad un'attenta analisi dei prezzi di vendita sui canali digitali.

L'analisi dell'offerta ricettiva è avvenuta attraverso una piattaforma con ampia copertura dell'offerta ricettiva toscana, con software in cloud che consente la condivisione dei dati in tempo reale, fornisce confronti con destinazioni concorrenti e analisi di impatto degli eventi e delle attività di marketing.

Atti e fornitori di riferimento:

Decr. 62/2022 – Demoskopica

Decreto/Nota	Fornitore	Codice Fiscale/Partita Iva	Tipo Documento	Numero Protocollo	Nr. Fattura	Numero Pec	Data Fattura	CIG	N. Mandato	Data Pagamento	Imponibile	Iva	Totale Fattura	Costi Rendicontabili	Progetto	Obiettivo Operativo
Decreto 62 del 14/07/2022	Demoskopika srl	03597330780	FATTURA	831	4267_2022	FPA 4/22	07/12/2022	Z8436EC9D1	827	29/12/2022	€ 12.000,00	€ 2.640,00	€ 14.640,00	€ 12.000,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1

### Decr. 63/2022 – Lybra-Tech

Decreto/Nota	Fornitore	Codice Fiscale/Partita Iva	Tipo Documento	Numero Protocollo	Nr. Fattura	Numero Pec	Data Fattura	CIG	N. Mandato	Data Pagamento	Imponibile	Iva	Totale Fattura	Costi Rendicontabili	Progetto	Obiettivo Operativo
Decreto 63 del 14/07/2022	Lybra Tech srl	13739211004	FATTURA	586	3301_2022	2/PA	30/09/2022	929334895F	670	17/11/2022	€ 13.500,00	€ 2.970,00	€ 16.470,00	€ 13.500,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1
Decreto 63 del 14/07/2022	Lybra Tech srl	13739211004	FATTURA	840	4502_2022	7/PA	08/12/2022	929334895F	841	29/12/2022	€ 9.000,00	€ 1.980,00	€ 10.980,00	€ 9.000,00	FSC CUPD59I20001040006	OO1

### 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  
Acquisto dati informativi

### 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:

**Coinvolgimento di soggetti pubblici e privati della filiera turistica nella definizione dell'offerta dei prodotti e promozione della destinazione turistica competitiva e sostenibile**

**Attività realizzate**

Nel 2022 proseguono le seguenti attività:

Area di attività 3 Engagement – **Iniziative di promozione BtoC del brand set Toscana on e off-line** - campagna promozionale della destinazione Toscana

Il processo di coinvolgimento della filiera turistica pubblica e privata finalizzato allo sviluppo di un'offerta competitiva e sostenibile regionale si è realizzata anche attraverso le azioni di rebranding e di riposizionamento della destinazione, di cui all'obiettivo operativo 1, che sono state perseguite attraverso la campagna promozionale "Toscana Rinascimento senza fine" con iniziative mirate a consolidare il posizionamento dei prodotti territoriali i con le seguenti azioni:

- l'integrazione di offerta turistica pubblica e privata attraverso un kit grafico della campagna utilizzabile da tutti i soggetti della filiera turistica
- integrazione dei canali on e offline
- coinvolgimento di tutti gli stakeholders regionali chiamati a popolare i contenuti del sito di destinazione e implementare le loro offerte commerciali sui prodotti selezionati
- produzione di nuovi contenuti, ampliamento dell'area prodotti, realizzazione di strumenti multimediali creativi in collaborazione con Fondazione Sistema Toscana, Ambiti Turistici e imprese toscane grazie alla piattaforma Tuscany Together

Le azioni orientate a migliorare l'organizzazione del sistema turistico regionale ed il grado di collaborazione tra gli operatori pubblici e privati attraverso l'attività di supporto tecnico agli Ambiti Turistici con un marketing team specifico iniziate nel 2020, proseguite nel 2021, sono state consolidate nel 2022 con il coinvolgimento di tutti gli stakeholder pubblici e privati a partecipare alla campagna promozionale con coerenza ed in sinergia con i prodotti prioritari, il layout ed il claim ed il mood della campagna.

L'accompagnamento agli Ambiti Turistici e le attività di divulgazione e organizzazione in gruppi di lavoro che hanno coinvolto anche gli operatori turistici e hanno generato un aumento di offerta turistica su [www.visittuscany.com](http://www.visittuscany.com) incrementando ulteriormente il numero di operatori presenti sul sito di destinazione.

**Consulenze e servizi esterni**

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

**Risorse umane**

**Non applicabile**

**Missioni/Viaggi del personale interno**

Descrivere la motivazione del viaggio e il nominativo del personale interno oggetto del rendicontato <b>Non applicabile</b>
<b>Risultati raggiunti</b>
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.

<b>Denominazione Obiettivo operativo 5:</b> <b>Sviluppo territoriale delle destinazioni, dei prodotti turistici e posizionamento di un'offerta diversificata sui mercati nazionale ed internazionali</b>
<b>Attività realizzate</b>
L'obiettivo di sviluppare il posizionamento sui mercati dei prodotti turisti e la notorietà delle destinazioni territoriali toscane viene attuato attraverso le seguenti attività:  Area di attività 3 Engagement – <b>Iniziative di promozione BtoC del brand set Toscana on e off-line</b> - campagna promozionale della destinazione Toscana  La campagna, di cui all'obiettivo operativo 1, contribuisce, oltre che allo sviluppo territoriale delle destinazioni coinvolte, dei prodotti turistici e al posizionamento di un'offerta della Toscana diversificata sui mercati, anche al raggiungimento del consolidamento del brand toscano e della sua notorietà nonché alla valorizzazione degli attrattori della destinazione nella cornice di una promozione integrata di risorse turistiche, culturali, ambientali e produttive e ad un aumento della conoscenza delle destinazioni e dei loro prodotti turistici.  In particolare le imprese toscane sono state invitate a partecipare alla promozione della destinazione sviluppando lo storytelling delle loro destinazioni, implementando il numero, la qualità e la diversificazione delle loro offerte commerciali adeguandole alle strategie promozionali regionali per i segmenti di offerta prioritari selezionati per renderle più competitive sui mercati nazionale ed internazionali
Indicare quali sono stati i servizi esterni utilizzati per la realizzazione delle attività descritte sopra:
<b>Risorse umane</b>
Descrivere l'impegno del personale rendicontato nell'ambito delle attività realizzate descritte sopra <b>Non applicabile</b>
<b>Missioni/Viaggi del personale interno</b>
Descrivere la motivazione del viaggio e il nominativo del personale interno oggetto del rendicontato

<b>Non applicabile</b>
<b>Risultati raggiunti</b>
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.

<b>Denominazione Obiettivo operativo 6:</b> Sviluppo del turismo digitale come modalità di supporto alla valorizzazione dell'offerta
<b>Attività realizzate</b>
Area di attività 3 Engagement – <b>Iniziative di promozione BtoC del brand set Toscana on e off-line</b> - campagna promozionale della destinazione Toscana
Nell'ambito delle attività realizzate legate alla campagna promozionale di cui all'obiettivo operativo 1, attraverso una metodologia operativa condivisa con i portatori di interesse della filiera turistica, si sviluppa l'utilizzo di materiali digitali per la diffusione della campagna e il turismo digitale, l'aumento delle conoscenze digitali applicate al turismo, l'utilizzo di metodologie digitali per posizionare i prodotti turistici sui mercati ed accompagnare la valorizzazione dell'offerta in modo innovativo e competitivo attraverso il sito di destinazione <a href="http://www.visittuscany.com">www.visittuscany.com</a> . Ciò contribuisce anche al conseguimento dell'obiettivo 5 'Sviluppo territoriale delle destinazioni, dei prodotti turistici e posizionamento di un'offerta diversificata sui mercati nazionale ed internazionali'
<b>Consulenze e servizi esterni</b>
<b>Risorse umane</b>
Descrivere l'impegno del personale rendicontato nell'ambito delle attività realizzate descritte sopra <b>Non applicabile</b>
<b>Missioni/Viaggi del personale interno</b>
Descrivere la motivazione del viaggio e il nominativo del personale interno oggetto del rendicontato <b>Non applicabile</b>
<b>Risultati raggiunti</b>
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.



Fondo per lo Sviluppo  
e la Coesione



**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 21TUR001	Campagna promozionale della destinazione Toscana	Iniziative di promozione BtoC del brand set Toscana on e off-line -	-1- (2-4-5-6)	Maggio - dicembre 2022	Italia	73	73

**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