

Toscana Promozione Turistica: strumenti e strategie per le imprese

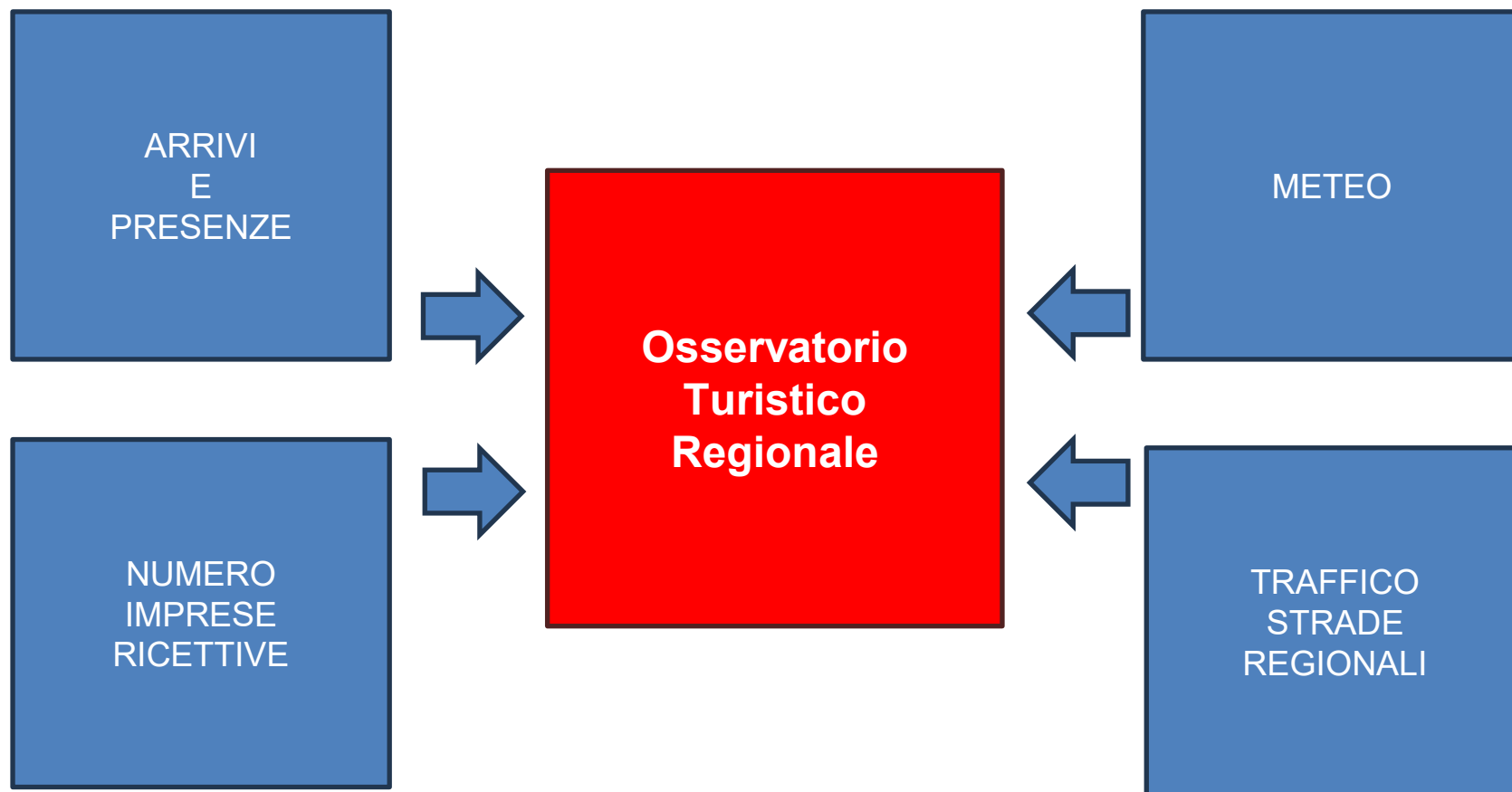


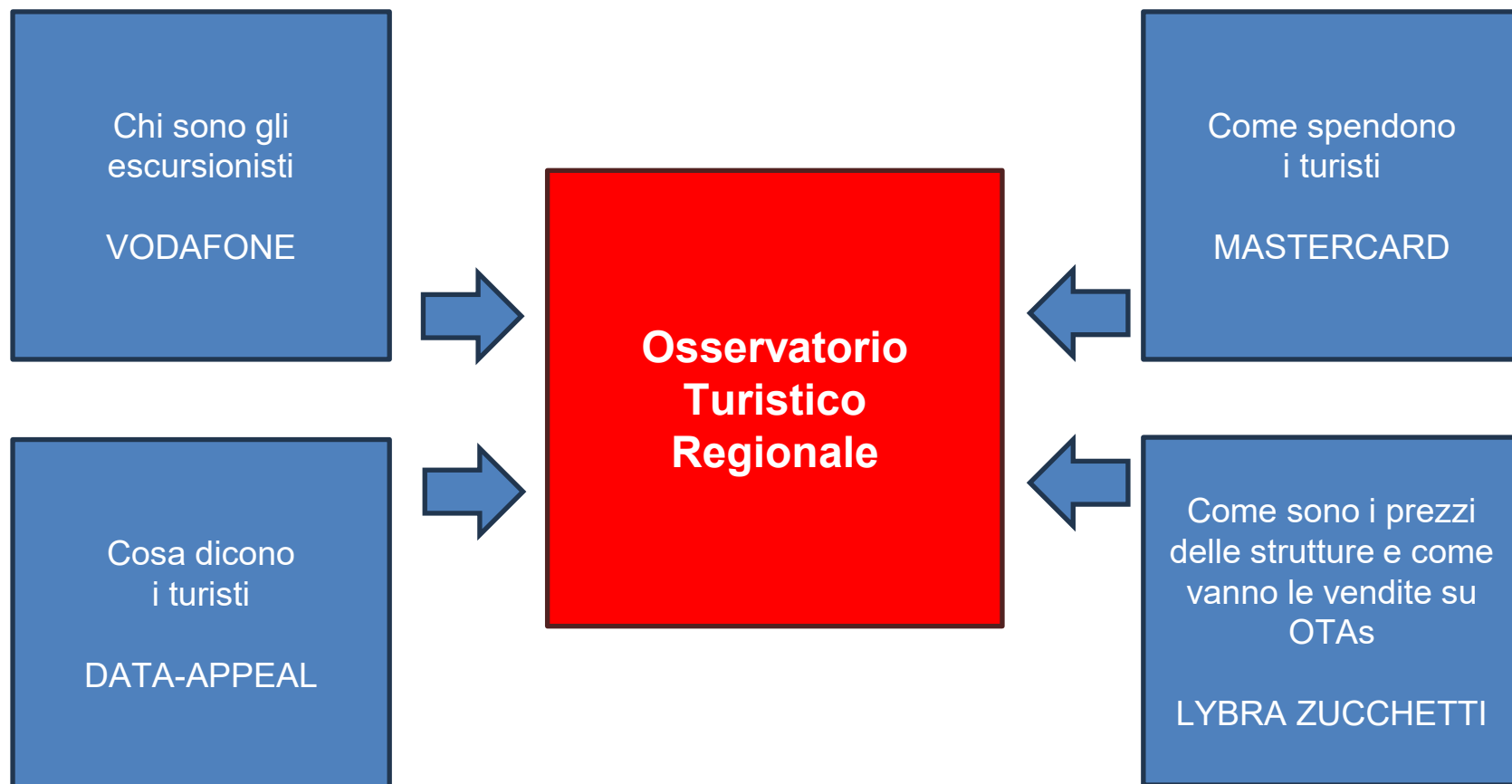
**TOSCANA ARTIGIANA:
NUOVI STRUMENTI PER LA PROMOZIONE TURISTICA
DELL'ARTIGIANATO TOSCANO**

I viaggiatori scelgono una destinazione per la sua bellezza o per la sua capacità di accoglierli?

Ha senso presentare la Toscana senza la sua offerta ?

Quanto conosciamo i nostri ospiti?





TOSCANA PROMOZIONE TURISTICA

Azioni, Strumenti ed Eventi

- ☐ Osservatorio Turistico Regionale
- ☐ Fiere ed Eventi BtoB e BtoC
- ☐ Coinvolgimento delle Imprese
- ☐ Media Relation
- ☐ Campagne di comunicazione
- ☐ Vetrina Toscana
- ☐ Premi e Progetti internazionali

Italia

Generaliste:

- ✓ BIT Milano 10-12 febbraio
- ✓ BTM Bari (B2C) 25-27 febbraio
- ✓ BMT Napoli (B2C) 12-14 marzo
- ✓ TTG Rimini 14-16 ottobre

Lusso:

- ✓ Aura by TTG Firenze 27-29 ottobre

Enogastronomia:

- ✓ Salone del Gusto – Terra Madre Torino – 22-26 settembre
- ✓ Eruzioni del Gusto Napoli – 23-26 ottobre

Archeologia/cultura:

- ✓ TOURISMA (B2C) Firenze - 27 febbraio – 1 marzo
- ✓ WTE Assisi (B2C) – 24-25 settembre
- ✓ BMTA Paestum (B2C) – 29 ottobre - 1 novembre

Bike:

- ✓ FIERA DEL CICLOTURISMO Padova (B2C) – 27 - 29 marzo
- ✓ ITALIAN BIKE FESTIVAL Misano (B2C) – 4 -6 settembre

Sostenibile/en plein air:

- ✓ FA' LA COSA GIUSTA Milano (B2C) – 13 – 15 marzo
- ✓ SALONE DEL CAMPER di Parma (B2C) - 12-20 settembre
- ✓ AGRITRAVEL EXPO Bergamo (B2C) 20 – 22 novembre

Estero

Generaliste:

- ✓ FITUR Madrid 21 - 25 gennaio
- ✓ ITB Berlino 3 -5 marzo
- ✓ Salon Mondial du Tourisme (B2C) - Parigi 12-15 marzo
- ✓ WTM Londra – 3 - 5 novembre

Lusso:

- ✓ ILTM Cannes 30 novembre – 3 dicembre

Golf:

- ✓ IGTM Cannes 19- 23 ottobre

Natura/turismo verde/attivo:

- ✓ F.RE.E Monaco di Baviera (B2C) - 18-22 febbraio

MICE:

- ✓ Imex Francoforte 19-21 maggio

Workshop :

- ✓ SHARING TUSCANY – Mugello – 15-18 marzo
- ✓ BUY TUSCANY – Lunigiana/Riviera Apuana 28 settembre - 3 ottobre (workshop 30 settembre)

Oltre alla partecipazione diretta di Tpt alle fiere e workshop nazionali e internazionali l'agenzia concorda costi di partecipazione **scontati** per le imprese toscane:

- ✓ Discover Italy
- ✓ Global European Market di Etoa - GEM
- ✓ European Travel Marketplace di Etoa - Japan
- ✓ Amour
- ✓ Italy at Hand International Roadshow (Brasile e Nord America)
- ✓ Travelux Venezia
- ✓ Tourisma (workshop)
- ✓ BMTA Paestum (workshop)
- ✓ BTM Bari (workshop)
- ✓ World Tourism event – WTE (workshop)

	2024	2025	variaz.% 25/24
TOTALE FIERE ed EVENTI	69	71	3%
TOTALE PARTECIPAZIONI DI OPERATORI FIERE ed EVENTI E AMBITOUR	533	997	87%



AMBITOUR 2025: CONOSCERE PER MIGLIORARE LA DIFFUSIONE DELLE BEST PRACTICES E COINVOLGIMENTO IMPRESE

	2024	2025
PARTECIPAZIONE OPERATORI TOTALE	96	584
PARTECIPAZIONE OPERATORI MEDIA PER TAPPA	19,2	36,50

Nel 2025 sono state **realizzate 16 tappe** dell'Ambitour Toscana, realizzato in collaborazione ANCI: nell'ambito dei tour organizzati all'interno degli ambiti, sono stati invitati anche **operatori di incoming** e di **servizi** per conoscere i diversi ambiti e potenzialmente entrare in contatto con gli stakeholders, **costruendo un prodotto vendibile per turisti italiani e stranieri**.

La media di partecipazione degli operatori dal 2024 è cresciuta del 90%



Buy Tuscany 2025 Costa degli Etruschi: un'edizione da record

160 seller toscani (il numero più alto mai registrato in diciassette edizioni) hanno incontrato **circa 200 buyer internazionali** provenienti da ben **42 Paesi**, stabilendo un **nuovo record** anche per la rappresentanza estera.

Nella giornata del 1° ottobre si sono svolti **oltre 5.000 incontri B2B**, generando circa **80.000 minuti di trattative** che hanno messo in relazione il turismo toscano con il mondo intero. Il sistema di matchmaking, preparato con sette mesi di anticipo e basato su un record di oltre **24.000 preferenze espresse** (Like), ha prodotto agende con un livello di **soddisfazione complessivo superiore al 95%** e un tasso di **“perfect matching” pari all’86%**.



	FAM TRIP REALIZZATI 2025
Amiata	
Area pratese	
Arezzo	X
Casentino	X
Chianti	X
Costa degli Etruschi	
Elba e Isole	
Empolese Valdelsa e Montalbano	
Firenze e area fiorentina	X
Garfagnana e Media valle	
Livorno	X
Lunigiana	
Maremma Nord	X
Maremma Sud	X
Mugello	X
Piana di Lucca	
Pistoia e Montagna Pistoiese	X
Riviera Apuana	
Terre di Pisa	X
Terre di Siena	
Terre di Val d'Elsa e dell'Etruria Volterrana	X
Val d'Orcia	X
Valdarno Aretino	
Valdichiana Aretina	
Valdichiana Senese	X
Valdinievole	
Valtiberina Toscana	
Versilia	X

Buy Tuscany 2025 Costa degli Etruschi: I FAM TRIP

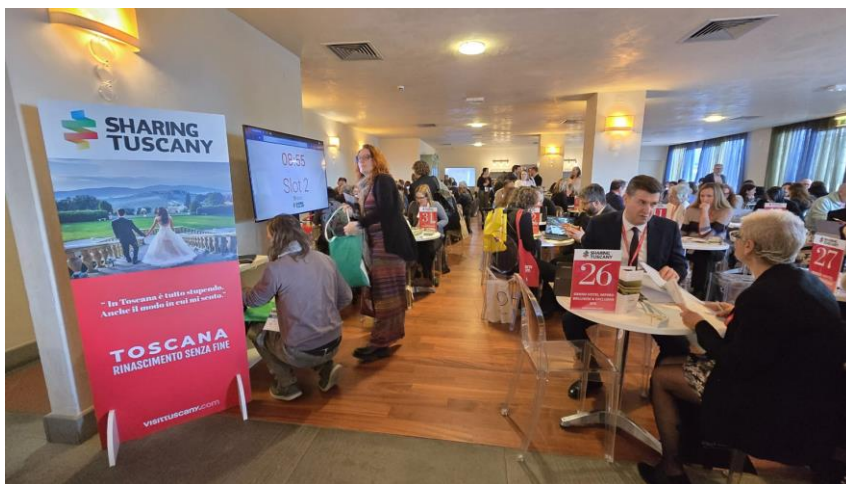
In occasione del Buy Tuscany sono stati realizzati **11 FAM TRIP che hanno coinvolto 14 ambiti**, la metà degli ambiti complessivi, con una visione di copertura complessiva nell'ambito del biennio 2025/26, con **un totale di 169 operatori «buyers» coinvolti**



Sharing Tuscany 2026 Mugello

Workshop (dedicato al mercato Italiano)

L'edizione **2026 di SharingTuscany** si è svolta in Mugello ed ha visto la presenza **di 74 sellers e 74 buyers**, con focus particolare sulle **esperienze** per il mercato italiano, particolarmente attento alla **creazione di nuovi prodotti di matrice esperienziale**, autentica e locale.



Sharing Tuscany 2026 Mugello

Workshop (dedicato al mercato Italiano)

In occasione dello Sharing Tuscany **15 Comunità d'Ambito** hanno presentato la propria offerta turistica ai 74 buyer nazionali partecipanti all'iniziativa





Nel 2025 il **coinvolgimento delle imprese** è avvenuto anche attraverso l'istituzione dei **Gruppi di Lavoro** verticali, ovvero attività trasversali di **co-design** delle esperienze coordinate dall'Agenzia insieme ad operatori e stakeholders.

I **Gruppi di Lavoro** hanno infatti la finalità di elaborare itinerari con tutte le indicazioni necessarie per poterli vendere, oltre ad elevare qualitativamente l'offerta generalizzata.

147 operatori coinvolti e 18 itinerari elaborati

	CICLOTURISMO +Mental Wellness + Vetrina Toscana	CREATIVITÀ E INDUSTRIALE operatori Academy+co-design	FAMILY +Cammini+Tos cana Artigiana	FAMILY +Turismo equestre+ Pet Travel	FEMMINILE +Sostenibilità +Cicloturismo+To scana Artigiana+Mental Wellness+ Vetrina Toscana+Cammi ni+Turismo equestre	MENTAL WELLNESS +Cammini+T urismo equestre+Vet rina Toscana	SCOLASTICO +Toscana Artigiana	SO S TENIBILE +Cicloturismo +Cammini + Family	PET FRIENDLY
N. Itinerari elaborati	2	3	2	1	4	2	1	3	
TOTALE operatori	14	35	9	5	18	6	5	28	27

Dal 2022 Toscana Promozione Turistica ha attivato una serie di **gruppi di lavoro verticali su tematismi di rilevante importanza** per la regione o particolarmente innovativi nello scenario turistico. Il lavoro, proseguito nel 2023 e nel 2024 con l'attivazione di nuovi gruppi, è portato avanti anche nel 2025 insieme agli Ambiti e agli operatori privati e altri stakeholder chiave

PROGETTI SPECIALI:

- ❑ **TURISMO SOSTENIBILE**
- ❑ **TURISMO AL FEMMINILE**
- ❑ **CREATIVITÀ A IMPATTO SOCIALE**
- ❑ **PET FRIENDLY**
- ❑ **TURISMO INDUSTRIALE**

PRODOTTI TURISTICI

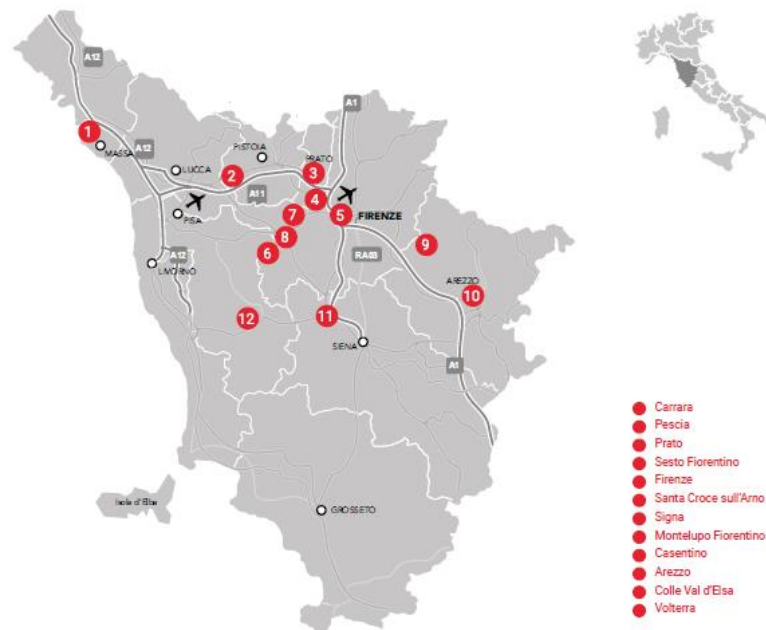
- ❑ **FAMILY**
- ❑ **CICLOTURISMO**
- ❑ **CAMMINI**
- ❑ **CAMPER E CARAVAN**
- ❑ **MENTAL WELLNESS**
- ❑ **GOLF**
- ❑ **TOSCANA ARTIGIANA**
- ❑ **SCOLASTICO**

- Gruppo di lavoro Toscana Artigiana
- Creazione dell'Atlante degli Itinerari della Toscana Artigiana e Carta dei Valori
- Co-design dell'offerta turistica (mix con altri prodotti turistici)
- Partecipazione alla 90a edizione di MIDA
- Press tour dedicati
- Presentazioni in occasione dei principali appuntamenti fieristici internazionali e progetti internazionali
- Webinar "Toscana Artigiana: nuovi strumenti per la promozione turistica dell'Artigianato toscano"

TOSCANA ARTIGIANA



Mappa della Toscana artigiana



Disponibile in Italiano, Inglese, Francese,
Tedesco e Spagnolo

VISITTUSCANY.COM

Ispirati

Esplora

Organizza



Interessi

Artigianato

Un viaggio tra antichi mestieri e tradizioni



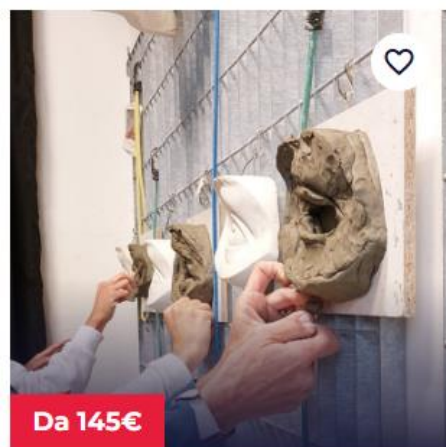
L

a Toscana è tra le regioni italiane dell'**artigianato** per eccellenza. Un luogo privilegiato dove, da sempre, creatività, senso estetico e competenza hanno saputo tradursi al meglio in oggetti.

Il “**saper fare**” seguendo procedimenti tradizionali o sperimentando percorsi innovativi è patrimonio prezioso della nostra economia sentimentale e materiale. Ogni territorio toscano racchiude tesori artigianali di inestimabile valore, frutto di abilità applicate ai materiali suggeriti dal territorio: dal ferro battuto a bronzo, oro e argento lavorato, **dalla**

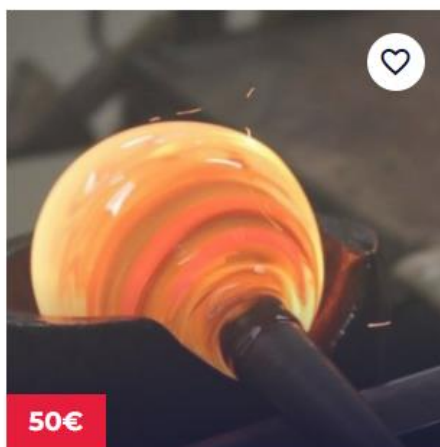
Organizza

-  Pacchetti e soggiorni >
-  Esperienze >
-  Guide e mappe >



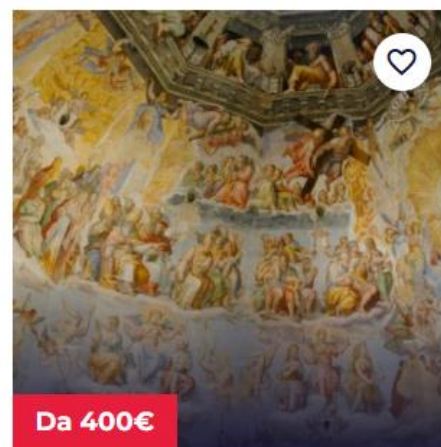
Art experience in atelier a Firenze

Dal 27 feb 2026 al 29 feb 2028
a Firenze



La magia del vetro soffiato

Dal 01 apr 2026 al 24 dic 2026
a Montelupo Fiorentino



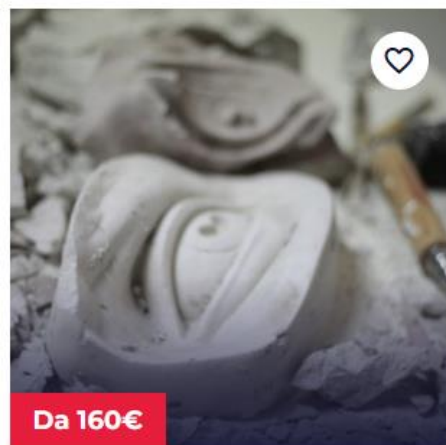
L'arte dell'affresco nel Rinascimento, lezione privata

Dal 01 set 2025 al 31 dic 2030
a Firenze



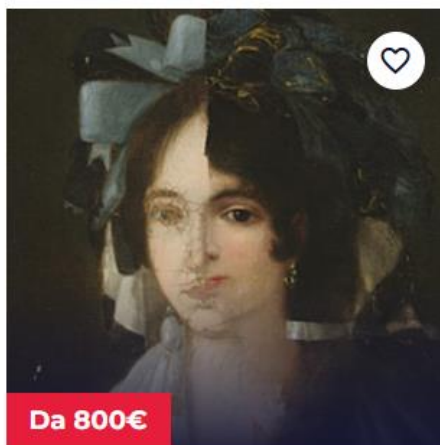
Vernio: alpaca, laboratorio tessile e agri-merenda

Dal 23 giu 2026 al 30 set 2026
a Vernio



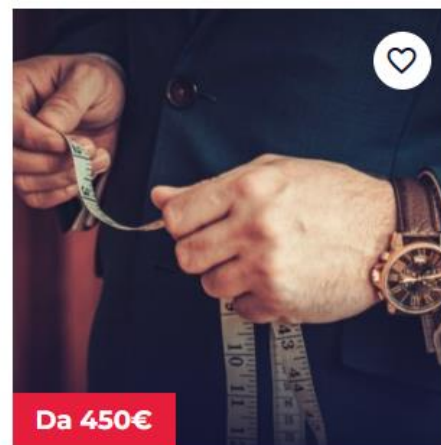
Scolpisci come Michelangelo

Dal 02 mar 2026 al 28 feb 2027
a Firenze



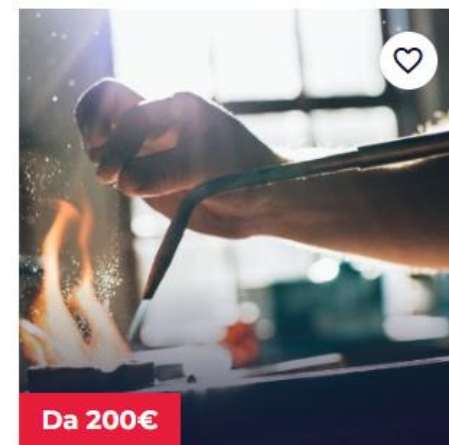
Diventa un maestro copista

Dal 01 set 2025 al 31 dic 2030
a Firenze



Un tour da gentleman: shopping, stile e gusto a Firenze

Dal 01 set 2025 al 31 dic 2030



Visita alle botteghe artigiane: tour originale a Firenze

Dal 01 gen 2025 al 31 dic 2030
a Firenze

Mostra la mappa

MIDA – 90° edizione



Area TALK - “La Toscana Artigiana: Il ‘Rinascimento Senza Fine’ del Saper Fare, tra tradizione e innovazione. La Carta dei Valori e l’Atlante degli itinerari”.

Calendario di eventi enogastronomici curati da Vetrina Toscana

PRESS TOUR TUSCAN CRAFTSMANSHIP & HERITAGE 26-29 Aprile 2026



PROGETTI INTERNAZIONALI

Canada
Ottawa 1 giugno
Montréal 3 e 4 giugno



Italian Aperitif Week
New York
12-22 giugno 2026



FIERE INTERNAZIONALI

WTM LONDRA
3 novembre 2025

Presentazione «Roots and Innovation»



ITB BERLINO
3 marzo 2026

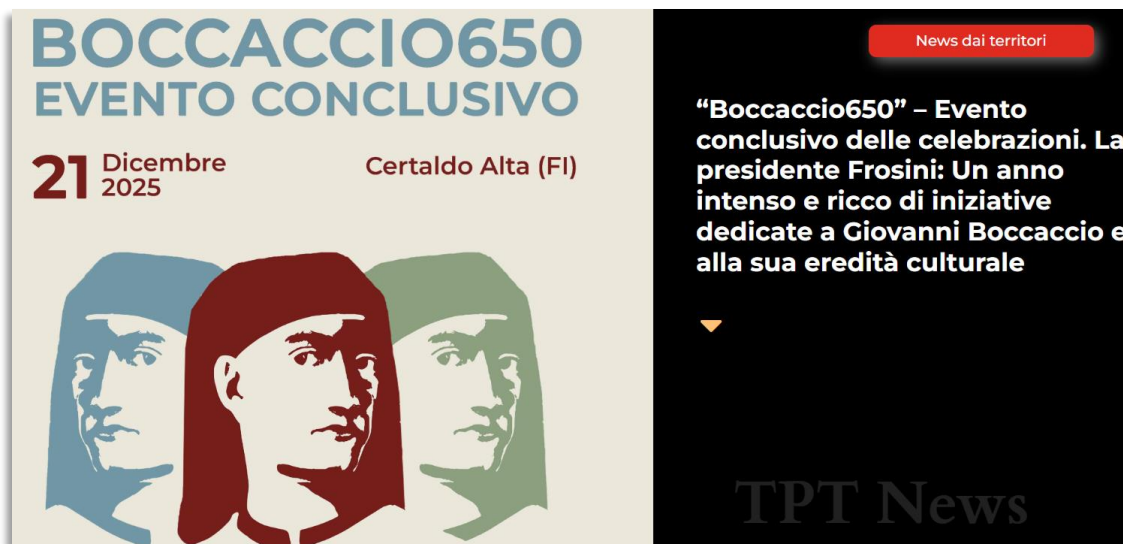
**Presentazione dell'artigianato
artistico toscano**

MEDIA RELATIONS

in collaborazione con Uffici Stampa territoriali



Sintesi delle Attività della **redazione interna 2024/25**



201 comunicati/news sul sito diffusi su attività istituzionale di TPT e info dai territori

179 articoli prodotti per 9 numeri della Newsletter mensile

indirizzata alle antenne estere di TPT, ad ENIT e all'ufficio stampa nazionale

115 azioni publiredazionali

72 articoli/servizi realizzati per la campagna di comunicazione Italia

22 contenuti per ENIT Italia ed estero

186 richieste di foto evase per giornalisti ed Enit Italia ed estero per un totale di circa 1500 immagini circolate nel periodo considerato

Nel **2025** l'agenzia ha realizzato **7 Press Tour** di carattere collettivo, attualmente in fase di follow up e di realizzazione dei contenuti, concentrando lo sforzo sulle aree di focus promozionale attuale e sui prodotti turistici da sviluppare, secondo il piano strategico, e **coinvolgendo un crescente numero di ambiti.**

Ambiti coinvolti nei press tour collettivi: **21**
 giornalisti coinvolti in press tour collettivi: **41**
 giornalisti coinvolti in attività press individuale: **46**

	GIAPPONE 2- 5/03/2025	Trip ENIT BRASILE Festival Na Praia 25- 28/03/25	Presstour SPAGNA in comarketing con Grimaldi 10- 12/05/2025	Presstour ACTIVE 20- 24/05/2025 (multinazione)	Presstour FAMILY (OLANDA) 3- 7/06/2025	Press tour Tuscany by BIKE 25-28/09/25 multinazione	CITTA' D'ARTE Italy Ambassador Awardsblog tour 9-11 Novembre
AMBITI COINVOLTI	5	5	1	2	2	5	1

GIORNALISTI COINVOLTI NELLE ATTIVITA' INDIVIDUALI

Regno Unito - 19 ; **Francia** - 6 ; **Germania** - 5; **Italia** - 3 ; **Spagna** - 2; **Olanda** - 2 ;
Australia - 2 ; **Cina** - 2; **Nordics** - 2; **Svizzera** - 1 ; **India** -1; **Brasile** - 1

Campagne di comunicazione tematiche: alcuni esempi

Family 0-2 anni sostenibilità



Family nonni e nipoti



Turismo eno-gastronomico



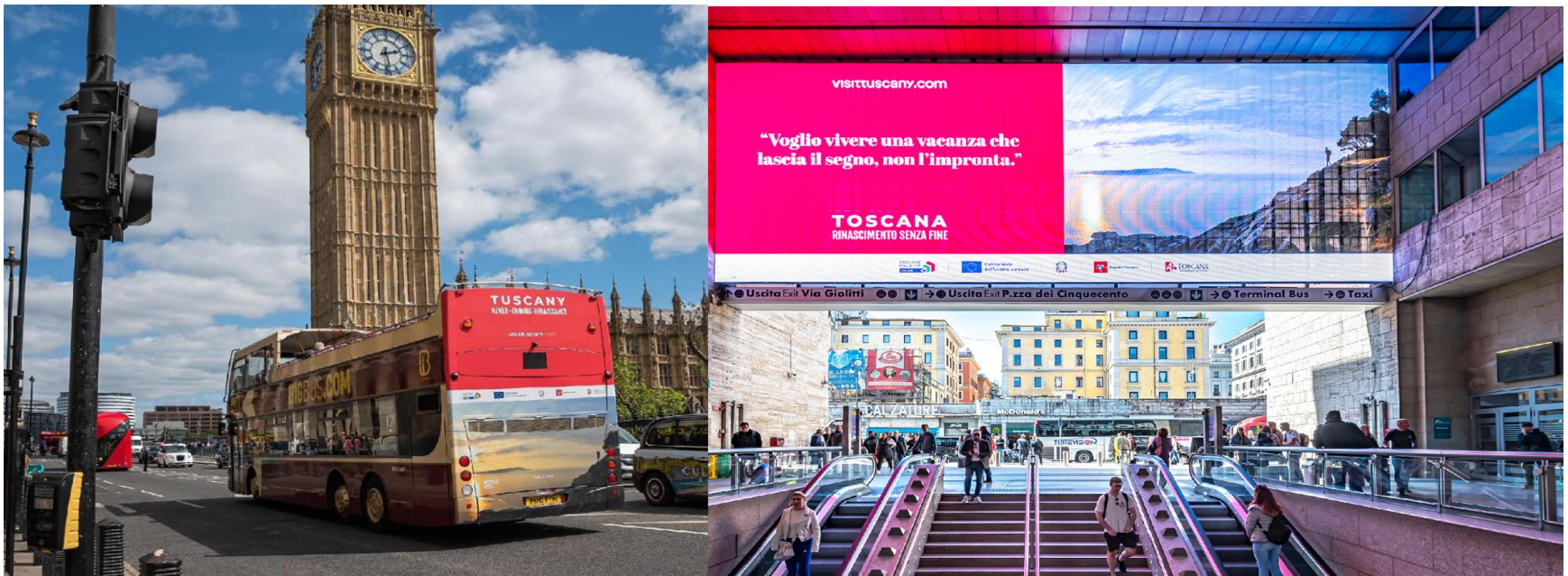
Turismo Industriale



Wedding



In relazione alle preferenze dei mercati di riferimento, molte delle immagini della campagna Toscana nella Stazione di Roma Termini e Milano Centrale sono riferite proprio alla **sostenibilità** e al **potere evocativo della vacanza toscana**, così come le immagini applicate sui mezzi di trasporto europei, utilizzati per la campagna, fanno riferimento all'immaginario collettivo internazionale della Toscana, con il richiamo al **Rinascimento senza fine**.



Aderenti al progetto Vetrina Toscana nel 2025

(crescita sul 2024)

- Ristoranti 1088 **(+7,4%)**
- Botteghe 334 **(+14,4%)**
- Produttori 474 **(+11,0%)**
#unviaggionelviaggio
- Strutture ricettive 228 **(+98,3%)**

Partner:

Movimento città del vino

Movimento città dell'olio

Movimento città del tartufo



• TUTTO IL BUONO DELLA REGIONE •
www.vetrina.toscana.it



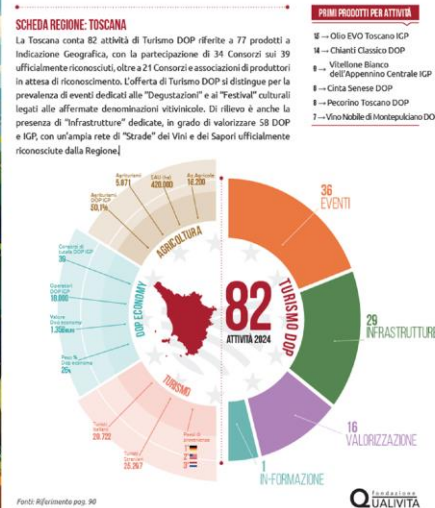
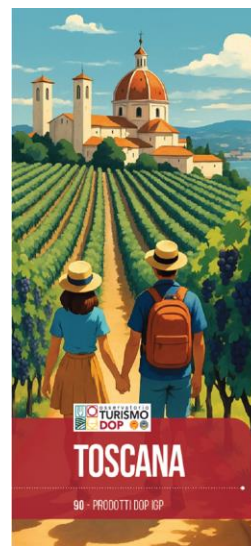
Prima in Italia: I PREMI

Destinazione enogastronomica preferita dagli Italiani

PER
Numero di Dop-Igp
Numero di agriturismi
Aumento occupazione
nell'agricoltura
Diffusione della cucina
toscana



La settima edizione (2025) del **Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano** indica la Toscana come **la destinazione preferita degli italiani, la regione più desiderata per i futuri viaggi enogastronomici**. Il 33,9% dei turisti del Belpaese vorrebbe visitarla ed il 39,3% dichiara di essersi recato nel corso dei viaggi più recenti.





2024





REGIONAL TOURISM REPUTATION INDEX

IL PRIMO RATING ITALIANO SUL TURISMO

OTTAVA EDIZIONE





ALL'INTERNO

IL RATING DELLA REPUTAZIONE IN EUROPA



EUROPEAN TOURISM REPUTATION INDEX

2024



	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
ITALIA	115,5									
GRECIA	108,4									
SPAGNA	102,8									
PORTOGALLO	101,2									
FRANCIA	100,7									
GERMANIA	97,6									
AUSTRIA	95,5									
SVEZIA	92,0									
PAESI BASSI	91,4									
POLONIA	91,2									

↑ Andamento rispetto al RTR INDEX 2023

PORTOGALLO

Con oltre 2,5 milioni di like e follower è il paese più "social"

ITALIA

Con quasi 10 milioni di pagine di like e follower pari a 43 è la destinazione più "ricercata" e più "popolare" sul web

CONSIDERATO L'ESTREMO INTERESSE DELLA COMUNITÀ DEGLI STAKEHOLDER DEL TURISMO VERSO IL REGIONAL TOURISM REPUTATION INDEX, I RICERCATORI DI DEMOSKOPIKA, UTILIZZANDO LO STESSO APPROCCIO METODOLOGICO, HANNO COSTRUITO L'EUROPEAN TOURISM REPUTATION INDEX AL FINE DI OFFRIRE AI PORTATORI DI INTERESSE UN ULTERIORE CONFRONTO ANCHE TRA LE PRINCIPALI DESTINAZIONI TURISTICHE EUROPEE. SI PRECISA CHE SONO STATE INDIVIDUATE LE PRIME DIECI DESTINAZIONI PER ARRIVI IN BASE AGLI ULTIMI DATI DISPONIBILI (EUROSTAT, 2023): FRANCIA, GERMANIA, SPAGNA, ITALIA, PAESI BASSI, AUSTRIA, POLONIA, SVEZIA, GRECIA E PORTOGALLO.

In particolare, nel 2023, i paesi individuati, con oltre **863 milioni di arrivi**, rappresentano circa l'84,7% del dato complessivo rilevato nei 27 sistemi turistici nazionali dell'Unione Europea (1.020 milioni). E, inoltre, le presenze generate complessivamente sono state poco più di **2,5 miliardi** pari a ben l'84,4% del totale dei pernottamenti nei paesi UE (oltre 2,9 miliardi).

I numeri dell'ETR INDEX

Oltre 11,8 milioni di pagine indicizzate, circa 17,8 milioni di like, iscritti e follower sulle reti sociali, ben 667mila le strutture e le attrazioni osservate. Sono questi i numeri generati dai sistemi europei per costruire la reputazione turistica delle destinazioni e sintetizzati dall'**European Tourism Reputation Index per il 2024**, alla sua seconda edizione.

SECONDA EDIZIONE DELL'EUROPEAN TOURISM REPUTATION INDEX

Italia si conferma regina d'Europa per reputazione anche nel 2024

È l'Italia, con 115,5 punti, secondo lo schema metodologico predisposto da Demoskopika, a conquistare la vetta della classifica generale. La destinazione italiana, infatti, ottiene il primato in due indicatori (ricerca della destinazione, popolarità della destinazione) su 4 e la medaglia d'argento in un terzo indicatore (valutazione dell'offerta turistica). Meno significativo il posizionamento del Belpaese sul versante social. I canali istituzionali monitorati (Enit, Italia.it) non sono ancora adeguatamente sfruttati a differenza di quanto fatto da alcuni competitor (Portogallo, Grecia e Spagna) facendo scivolare l'Italia al quarto posto nella classifica parziale del Rating Social Reputation (103,6 punti), comunque un passo avanti rispetto al quinto posto dell'anno precedente.

EUROPEAN TOURISM REPUTATION INDEX

05



**REGIONAL TOURISM
REPUTATION INDEX**
IL PRIMO RATING ITALIANO SUL TURISMO

2024

01 TOSCANA	109,6	↑	11 SARDEGNA	99,1	↑
02 TRENTINO ALTO ADIGE	108,0	↓	12 MARCHE	99,0	↓
03 SICILIA	104,6	↓	13 LIGURIA	98,7	=
04 LAZIO	104,0	↑	14 CALABRIA	97,4	=
05 LOMBARDIA	103,5	↑	15 UMBRIA	97,3	=
06 EMILIA-ROMAGNA	102,1	↓	16 CAMPANIA	95,8	=
07 PUGLIA	101,4	↑	17 BASILICATA	94,7	↓
08 VENETO	100,6	↓	18 ABRUZZO	90,9	↓
09 FRIULI VENEZIA GIULIA	99,6	↑	19 VALLE'AOSTA	90,4	↑
10 PIEMONTE	99,5	↑	20 MOLISE	90,3	↓



↑=↓ Andamento rispetto
al RTR INDEX 2023



TRENTINO ALTO ADIGE
Con oltre 1,9 milioni
di like e follower
è la destinazione
più "social" d'Italia.
Segue il FVG

TOSCANA
Con quasi 79mila
strutture e attrazioni
valutate più che
positivamente è la
destinazione
con l'offerta turistica
più apprezzata



PIEMONTE
Con 6,4 milioni di pagine
indicizzate è la regione
più "ricercata" sul web



SICILIA
È la regina del Mezzogiorno
per reputazione turistica.
Seguono Puglia e Sardegna



Prima in Italia: I PREMI

La Toscana premiata ai Best Luxury Hotel Awards 2025!

Il prestigioso riconoscimento annuale, ideato da Teamwork Hospitality con il patrocinio di Altagamma e il contributo di ELLE Decor e EHMA – European Hotel Managers Association, che celebra l'eccellenza dell'ospitalità di lusso in Italia.

Premio speciale è stato assegnato alla nostra Regione con la seguente motivazione: *“Per la bellezza del territorio che, con il suo patrimonio artistico, culturale e paesaggistico, rappresenta un **modello di eccellenza italiana** riconosciuto in tutto il mondo.”*



#tuscanytogether



Grazie per l'attenzione

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE
visittuscany.com