

Gran Premio della Toscana, la promozione turistica va in mondovisione

Autore : Redazione

Data : 12 Settembre 2020



La Formula 1 al circuito del Mugello, 190 Paesi collegati da tutto il mondo

Riceviamo e pubblichiamo da Agenzia Toscana Notizie.

La Formula 1 al circuito del Mugello è un evento mediatico senza precedenti.

Un'occasione unica per promuovere il territorio ad una platea internazionale collegata in diretta da tutto il mondo, con un seguito di 190 Paesi collegati e un'importante presenza di stampa internazionale.

Toscana Promozione Turistica, su input della Regione e in collaborazione con il Circuito e gli altri enti del territorio, non si è fatta sfuggire l'occasione: nome del Gran Premio, Toscana, appunto, ed un piano di comunicazione turistica di primo livello, che accompagna il racconto sportivo in mondovisione.

I numeri della Formula 1: una media di 91,5 milioni di spettatori per gara, dati 2019, che vede il coinvolgimento di 100 TV *broadcaster* in 190 Paesi, 2155 ore TV per ogni gara, 55 TV e 305 giornalisti accreditati, con un sito web Formula 1 che vede 98 milioni di visualizzazioni/mese e 4 canali social di Formula 1 che registrano oltre 28 milioni di *follower*.

A questi dati si aggiungono i 3 canali social di Scuderie Ferrari con oltre 14 milioni di *follower*, e i canali *web* e *social* dell'Autodromo del Mugello con 1,5 milioni di visualizzazioni/mese e circa 500.000 *follower*.

Il *brand* 'Toscana' viene dunque scolpito nell'Albo d'oro della Formula 1, peraltro accanto al GP numero 1000 della Ferrari, in questi giorni negli occhi di milioni di telespettatori.

La promozione del *brand* di destinazione non poteva avere un volano migliore e tutta la promozione punta su visittuscany.com, dove sono presenti anche le proposte degli operatori turistici.

Il contenuto della promozione e dunque degli strumenti messi in campo, in particolare i contenuti editoriali

per le TV, contenuti *social* e *web*, è la Toscana, con specifico riferimento alle destinazioni Mugello, Firenze e area metropolitana di Firenze.

A dare il via al piano di marketing la volontà della Regione e una convenzione con Città Metropolitana di Firenze e Comuni del Mugello, che hanno dato mandato a Toscana Promozione Turistica di muoversi in accordo con il Circuito del Mugello.

Nello specifico, l'accordo con la società di gestione dell'Autodromo del Mugello ha previsto:

- utilizzo in tutta la comunicazione ufficiale dell'evento dell'event name 'Gran Premio della Toscana', in versione italiana e/o inglese, e veicolazione del naming attraverso i canali ufficiali della manifestazione e sui materiali prodotti da Formula 1;
- brandizzazione di ampia superficie ad altissima visibilità su tutto il circuito;
- passaggi video nei maxischermi del circuito;
- promozione della destinazione turistica Toscana sul programma ufficiale dell'evento;
- attività di ufficio stampa e attività *social* prima, durante e post evento.

A integrazione della copertura televisiva e mediatica dell'evento in Italia e nei principali paesi europei per ascolti e *target*, Italia, Germania ed UK, Toscana Promozione Turistica ha previsto un piano media straordinario con la programmazione di spot TV e Radio su: Sky Italia, Tv8, Radio Rai, Germania Sky Sat, RTL, NTV, Sky UK.

Oltre alla programmazione degli spot, sono previsti servizi redazioni sulla Toscana e sui territori coinvolti dall'evento durante le dirette Sky e TV8 ed il coinvolgimento dei canali social delle emittenti.

Infine, la "cartolina della Toscana", un ritratto della nostra Regione realizzato dalla regia internazionale e distribuito in diretta alle TV di tutto il mondo nel momento di massimo ascolto, poco prima dei semafori verdi.

Come anticipato, essendo la Formula 1 particolarmente conosciuta e seguita dal popolo cinese, in concomitanza al lancio dell'*account* ufficiale di [WeChat](#) della destinazione Toscana, Toscana Promozione Turistica dedica le pagine di apertura all'evento e investe in una pubblicità dedicata durante la diretta video sul canale sport di Tencent su WeChat collegata al canale della Toscana, inserendo nell'*account* ufficiale tutte le informazioni per raggiungerla e le attività ed i luoghi più interessanti da visitare e vivere.

Per il direttore dell'agenzia regionale del turismo l'operazione promozionale in occasione del Gran Premio della Toscana si configura all'interno di una più ampia e consolidata strategia di riposizionamento della destinazione mirata a nuovi *target* e nuove motivazioni di viaggio.

Si tratta infatti di un'azione di comunicazione finalizzata a promuovere e consolidare la Toscana come brand globale, attraverso la grande esposizione mediatica del nome del Gran Premio "di Toscana" e "of Tuscany" per incrementare il valore e il richiamo al territorio della parola Toscana.

Per l'Assessore regionale al turismo questo straordinario evento offre l'opportunità di una grande visibilità internazionale in termini turistici e con notevoli declinazioni innovative. È anche l'occasione per consolidare l'ospitalità dei territori coinvolti animati dalle eccellenze e dalle bellezze naturali dell'entroterra e promuovere l'intera regione Toscana.

Una spinta ulteriore per tutto l'indotto, in questo momento difficile dove c'è bisogno di rafforzare la rete economica.

Inoltre, tra i primi paesi in termini di audience della Formula 1, si riscontrano i paesi target del turismo in Toscana a livello Europeo e intercontinentale su cui puntano le strategie promozionali e numerose attività *business to business*.