

'Toscana, Rinascimento senza fine', al via la campagna per il rilancio

Autore : Redazione

Data : 9 Luglio 2020



Obiettivo prioritario il mercato italiano, con progressiva estensione all'Area Schengen

Riceviamo e pubblichiamo da Agenzia Toscana Notizie.

Passa anche da una campagna di promozione mirata l'azione complessiva che la Regione sta studiando da tempo per rimettere in moto tutto il comparto turistico toscano, una delle chiavi dell'economia regionale.

'Toscana, Rinascimento senza fine' è il *concept* studiato da Toscana Promozione Turistica, in collaborazione con Fondazione Sistema Toscana, per un'iniziativa di rilancio post Covid che si svilupperà sui vari media.

La campagna è diretta in modo particolare al mercato italiano, ma anche ai toscani stessi per invogliare quel turismo di vicinato alla riscoperta della bellezza diffusa e delle molte attrattive offerte dalla Toscana. Poi si estenderà alle grandi città dell'Area Schengen ed infine ai mercati di lungo raggio, seguendo l'andamento delle varie aperture ed i primi movimenti sul fronte delle prenotazioni fino al 2021

Un primo assaggio lo si è avuto la scorsa settimana, grazie ad uno spot video rilasciato in prima battuta sui canali digitali e visibile attraverso il sito di [visittuscany](http://visittuscany.com). Lo spot, che richiama l'Orazione 'De hominis dignitate' di Pico della Mirandola, vede protagonisti i ragazzi toscani nati negli anni 2000, alcuni giovanissimi attori della 'Compagnia dei Ragazzi' di Pistoia. È la prima di una serie di azioni a cui se ne affiancheranno altre, online o offline: affissioni, giornali, media online, riviste, web advertising, radio.

A distanza di 500 anni, la Terra Madre del Rinascimento continua ad ispirare sogni di rinascita e rigenerazione: questa volta rivolgendosi ai turisti che riprendono a viaggiare. La vacanza è, infatti, per definizione un momento di ripartenza, e questa campagna punta a presentare l'espressione più autentica dei territori: la bellezza diffusa, la capacità della Toscana di nutrire l'anima attraverso i modi infiniti e sorprendenti dei suoi borghi, delle sue tante mete turistiche.

Il piano marketing muove dai presupposti della campagna di ascolto delle esigenze dei territori per

individuare gli obiettivi della campagna e per dare un contributo concreto agli operatori turistici.

Una strategia di comunicazione che si sviluppa su tre livelli e che prevede, oltre alla campagna di promozione della destinazione Toscana con il *claim* 'Toscana, Rinascimento senza fine', il 'kit di promozione' creato appositamente per enti locali ed imprese per una promozione coordinata con la Regione e beneficiare della forza del *brand*.

I 28 Ambiti turistici potranno utilizzare e personalizzare tutti gli strumenti di comunicazione della campagna avendo accesso gratuito al portale ufficiale del turismo [visittuscany](https://visittuscany.com) che viene offerto loro come vetrina e dove ciascuno può già caricare la propria pagina con contenuti e proposte.

Tutte le attività svolte in questi mesi, a partire dalle piattaforme di dialogo virtuale, sono state indirizzate alla creazione di nuovi prodotti turistici e nuove iniziative grazie al coordinamento avvenuto con gli operatori toscani per ampliare e diversificare l'offerta.

Attività progressive e complementari attuate attraverso l'altra azione di promozione, la 'call degli operatori', iniziativa innovativa in Italia che la Regione, proprio attraverso Toscana Promozione Turistica e Fondazione Sistema Toscana, ha ideato per sostenere il rilancio sul mercato italiano nel periodo post Covid19 con il portale [visittuscany](https://visittuscany.com), sito ufficiale della destinazione, collettore e vetrina di tutte le offerte turistiche.

L'operazione di marketing, oltre che il *branding* della destinazione, punta infatti a veicolare traffico web verso le centinaia di offerte caricate su visittuscany.com, per i turisti italiani ed europei: soggiorni, pacchetti vacanze, esperienze, escursioni e *tour*, terme e benessere, degustazioni e food.

Fino ad oggi gli operatori iscritti al portale sono 900, +691 utenti/+330% rispetto a prima della *call*, di questi: 55 agenzie di viaggio, +120%, 76 tour operator, +117%, 171 guide turistiche, ambientali o alpine, +163%, 565 strutture ricettive, +684%, 5 stabilimenti balneari, +100%, 19 operatori Vetrina Toscana, +216%, 1 struttura termale, +100%, 8 associazioni di categoria, +33%.

Per un totale di 705 offerte presenti, 368 delle quali con *tag* 'Estate', così distinte per tipologia: escursioni e tour 36,9%, degustazioni e food 8,2%, esperienze 9,2 %, pacchetti vacanze 15%, terme e benessere 1,4%, soggiorno breve 15%, soggiorno lungo 2,7%, altro soggiorno 11,6%.