

LUGLIO 2018

DESTINAZIONE TURISMO. LE OFFICINE DI IDENTITÀ

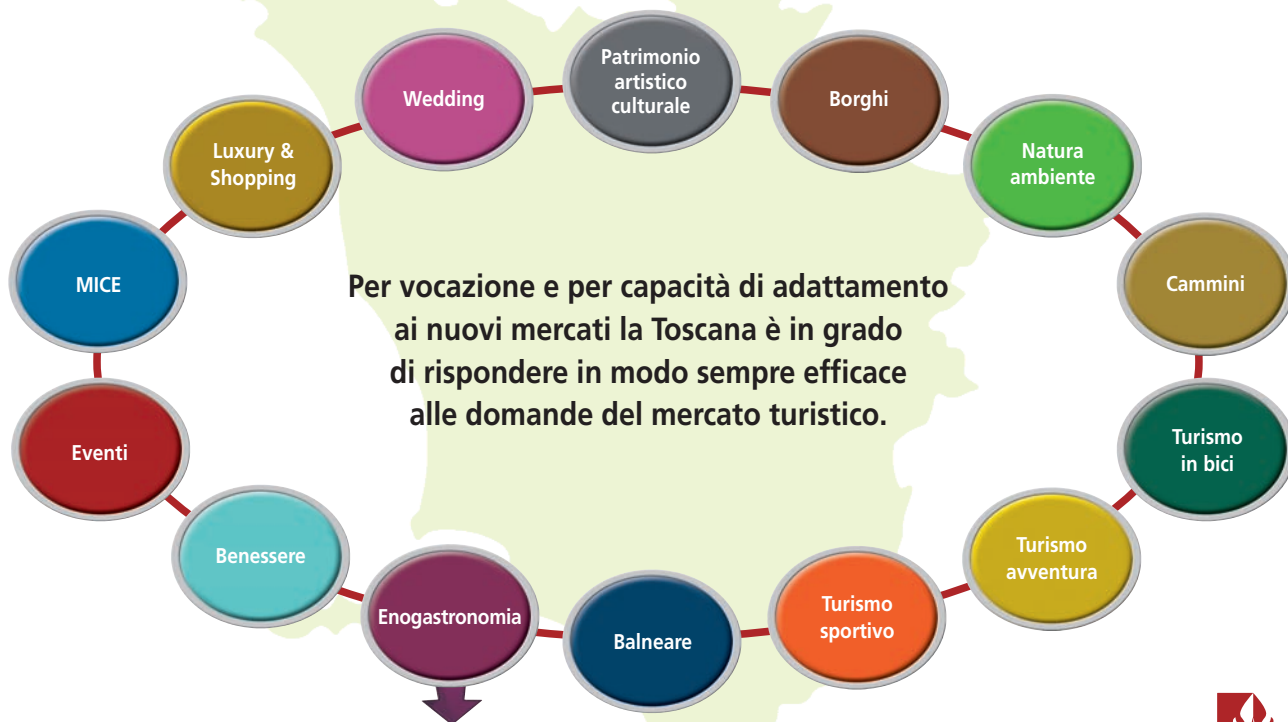
DRIVER E MOTIVAZIONI DI VIAGGIO IN TOSCANA

ALBERTO PERUZZINI

DIRETTORE TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA



LA FORZA DI UN'OFFERTA A 360°



2018: Anno del cibo italiano nel mondo

UNA NUOVA CAPACITÀ DI RACCONTARSI

Toscana: nuove tendenze e prodotti innovativi

Trasformare le nuove domande/tendenze del mercato in un'ulteriore opportunità di sviluppo significa avere la capacità di guardare, in modo innovativo, al futuro.

- ✓ Mettere i valori della tradizione in stretta relazione con i valori della società contemporanea.
- ✓ Vedere e reinterpretare la Toscana attraverso la ricerca e la realizzazione di: nuovi itinerari, pacchetti taylor made, nuove forme di ricettività.
- ✓ Offrire nuove visioni, narrazioni accattivanti e immagini inedite attraverso i nuovi strumenti della tecnologia e della comunicazione multimediale.



NUOVE TENDENZE: UN'ULTERIORE OPPORTUNITA' DI SVILUPPO



1. TURISMO SLOW

Una tendenza che pone l'attenzione sulla valorizzazione di percorsi e territori alla scoperta di un patrimonio artistico e naturalistico diffuso su tutto il territorio.

2. ADVENTURE TRAVEL

Grazie alle sue numerose aree naturali, ai parchi marini ed ai corsi d'acqua, la Toscana è il paradiso per i viaggiatori in cerca di una vacanza "avventura".

3. TOSCANA CONTEMPORANEA

Un nuovo modello che supera la tradizionale identità legata al rinascimento e propone un nuovo paesaggio tempestato di luoghi votati al contemporaneo.

4. LUXURY & SHOPPING

Affermare il proprio status sociale attraverso mete che offrono la possibilità di fare shopping a 360°: da prodotti di lusso ai "ricordi" legati alla location.

5. WEDDING

Rendere il proprio matrimonio un "momento indimenticabile" rende la Toscana la meta perfetta grazie alla ricchezza delle sue location.

TURISMO SLOW

Il piacere di osservare i dettagli per scoprire il territorio

Una tendenza che pone l'attenzione sulla valorizzazione di percorsi e territori alla scoperta di un patrimonio artistico e naturalistico diffuso su tutto il territorio.



TURISMO SLOW

● Obiettivi

- ✓ Decongestionare i principali centri di attrazione turistica.
- ✓ Valorizzare percorsi meno battuti e territori meno conosciuti.
- ✓ Riscoprire un patrimonio artistico e naturalistico diffuso su tutto il territorio regionale.
- ✓ Promuovere un turismo ecosostenibile e rispettoso della natura.
- ✓ Promuovere il valore dell'andar lenti che consente di scoprire al meglio storia e tradizioni.

● Tematiche

- ✓ Via Francigena: 15 tappe che attraversano la Toscana.
- ✓ Cammini: 12 cammini (dalla via Romea Germanica alla Lauretana Senese).
- ✓ Borghi: bandiere Arancioni, borghi più belli d'Italia e siti Unesco.
- ✓ Itinerari naturalistici: montagna, costa e colline, grotte, miniere, parchi e aree naturali.
- ✓ Itinerari archeologici: necropoli, siti preistorici, residenze e ville.
- ✓ Itinerari in città: trekking urbano.

ADVENTURE TRAVEL

Dall'escursionismo ai tanti sport a contatto con la natura

Grazie alle sue numerose aree naturali, ai parchi marini ed ai corsi d'acqua, la Toscana è il paradiso per i viaggiatori in cerca di una vacanza "avventura".



ADVENTURE TRAVEL

● Obiettivi

- ✓ Ampliare il target dell'offerta turistica toscana.

● Tematiche

- ✓ Percorsi: grazie al fascino, la ricchezza e la varietà delle sue aree naturali, la Toscana è il luogo ideale per le attività all'aria aperta. Da una tranquilla passeggiata sulle colline, al fascino di un trekking sulla via Francigena. Dai percorsi per le due ruote, a quelli da poter fare a cavallo, ma non solo... ampia l'offerta per chi ama l'avventura.
- ✓ Aree naturali: grazie alle sue numerose aree naturali in collina e in montagna, ai parchi marini ed ai corsi d'acqua, la Toscana è il paradiso per i viaggiatori in cerca di una vacanza all'insegna degli sport a contatto con la natura. Dal trekking alle mountain bike o le escursioni a cavallo, dal parapendio al paracadute, passando per kayak e rafting, fino allo scuba diving.

TOSCANA CONTEMPORANEA

Alla scoperta di musei e centri all'avanguardia

Un nuovo modello che supera la tradizionale identità toscana e che propone un nuovo paesaggio rinascimentale votato al contemporaneo.



TOSCANA CONTEMPORANEA

● Obiettivi

- ✓ Mettere i valori della tradizione/storia in stretta relazione con i valori della società contemporanea toscana.
- ✓ Vedere, narrare e reinterpretare la Toscana con occhio contemporaneo.
- ✓ Offrire nuove visioni, narrazioni e immagini inedite.

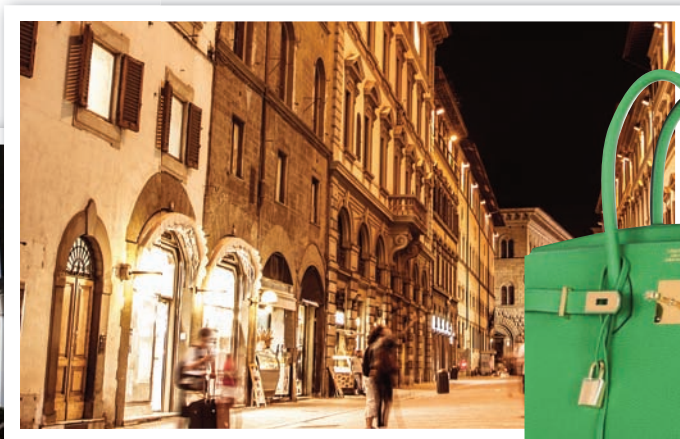
● Tematiche

- ✓ Arte contemporanea: la Toscana non è solo patria di grandi capolavori come il David di Michelangelo, è una terra che ospita anche importanti opere di arte contemporanea, con musei e centri espositivi all'avanguardia tutti da scoprire. Dal Centro Pecci a Prato, al Museo Marini e la Strozzi di Firenze. Dal giardino dei Tarocchi a Capalbio al parco delle sculture del Chianti a Pievasciata.
- ✓ Wine architecture: un circuito di 14 cantine d'autore e di design firmate da grandi maestri dell'architettura contemporanea come Mario Botta e Renzo Piano. Edifici bellissimi, perfettamente integrati con il paesaggio circostante, che associano tecnologie all'avanguardia nella produzione.

LUXURY & SHOPPING

Un mercato con una crescita prevista di oltre il 6,4%

Benessere in Toscana attraverso mete che offrono la possibilità di fare shopping a 360°: dai prodotti di lusso ai "ricordi" legati alle locations.



LUXURY & SHOPPING

● Obiettivi

- ✓ Definire un'offerta commerciale e multilingue rivolta ad un panorama di turisti internazionali.
- ✓ Rendere riconoscibili le aree di shopping e i prodotti che le caratterizzano.
- ✓ Diffondere contenuti su varie piattaforme ad integrazione di quanto già presente.
- ✓ Creare un sistema di formazione per chi "vende".
- ✓ Favorire la flessibilità negli orari di apertura degli esercizi.

● Tematiche

- ✓ L'Italia è rinomata in tutto il mondo per il suo design e l'alta qualità dei suoi prodotti e Firenze è un'ottima vetrina per entrambe queste caratteristiche. Dopo aver visitato un museo il passo successivo è fare shopping. Boutique di lusso con i migliori nomi della moda internazionale, ma non solo... anche outlet e botteghe artigiane in tutta la Toscana.

WEDDING

Per il loro matrimonio in Italia oltre il 32% degli stranieri ha scelto la Toscana

Grazie alla ricchezza delle sue locations distribuite in tutto il territorio, la Toscana è la meta preferita di coloro che decidono di rendere il matrimonio un "momento indimenticabile".



* La Toscana conta il doppio delle presenze della Lombardia, seconda destinazione con circa il 16% di presenze.

WEDDING

● Obiettivi

- ✓ Sviluppare l'offerta su tutto il territorio regionale.
- ✓ Realizzare seminari sul territorio regionale per informare e formare gli operatori del settore sullo specifico prodotto e le richieste del mercato.
- ✓ Promuovere la Toscana presso i mercati internazionali per attrarre matrimoni ed eventi prestigiosi.

● Tematiche

- ✓ Colline e cipressi, lavanda e vigneti, mare e castelli, locations originali ed inaspettate che, senza dimenticare la magia di Firenze, hanno trasformato la Toscana nella regione italiana preferita dagli stranieri per il loro matrimonio.

LAVORARE INSIEME. CRESCERE INSIEME.

Toscana: non c'è un solo modo di osservarla, assaporarla, incontrarla... l'importante è farlo da prospettive sempre diverse, con la capacità di cogliere ogni suo dettaglio.

Dal profilo del campanile di Giotto al Giardino dei Tarocchi .

