

Toscana, Rinascimento senza fine: sette motivi per viaggiare

www.toscanapromozione.it

Sette temi di viaggio, protagonisti della campagna "Toscana, Rinascimento senza fine", per una vacanza in linea con le tendenze del mercato e coerente con i vari asset della Toscana.

La Regione prosegue con forte convinzione il suo cammino di promozione della destinazione ed è di nuovo pronta a rilanciare il turismo attraverso un piano da 5,5 milioni di euro per favorire la ripresa del settore. La campagna di promozione di livello nazionale ed internazionale mantiene il concept generale dove la vacanza ruota intorno alle parole chiave "rinascita" e "rigenerazione" e dove la Toscana, terra madre del Rinascimento, continua a rivolgersi al viaggiatore attraverso una lettura moderna e contemporanea delle sue mete turistiche.

"La campagna - ha spiegato il presidente della Regione Eugenio Giani - punta su un progetto di promozione turistica e di identità, che vuol delineare i tratti distintivi di tutta la Toscana. Un progetto di promozione anche culturale al quale hanno lavorato Fondazione e Toscana Promozione attraverso un disegno strategico coordinato dall'assessorato regionale al turismo, mettendo in campo risorse consistenti per consentire la ripartenza ad un settore cruciale. Ciò che vogliamo diffondere è un messaggio trasversale che sfrutta identità

e freschezza per creare attrazione ed interesse. In esso sono contenuti tutti gli aspetti che riguardano la Toscana". Sette appunto i temi di viaggi: la vacanza al mare; il city quitting ovvero il ritorno ai borghi e sapori autentici; la disconnessione, outdoor e ricarica in natura; il living culture: cultura, eventi e creatività; new wellness, relax e rigenerazione; smart working e long stay; alla scoperta delle città d'arte. Le Isole di Toscana, per il loro ricco patrimonio materiale e immateriale, rappresentano una meta che propone quasi tutti questi temi. "Abbiamo lavorato a lungo per farci trovare pronti - ha commentato Leonardo Marras, assessore regionale al turismo - con una strategia ben strutturata che promuoverà la Toscana in Italia e in Europa. La campagna è importante rispetto a ciò che abbiamo fatto nel passato: investiamo risorse ingenti sui social ed in rete, nei giornali, nei grandi centri, nelle stazioni, alla radio e nelle TV e non ci limiteremo all'Italia, ma punteremo in modo crescente anche ai mercati internazionali. Con "Toscana, rinascimento senza fine" - ha aggiunto - ci presentiamo con quei valori che oggi tutti noi ricerchiamo: ambiente, salute, sicurezza, rigenerazione. Sono particolarmente soddisfatto perché è frutto anche del lavoro condiviso nell'ultimo anno con gli ambiti turistici e, quindi, con i territori".

I territori come destinazioni, per vivere il tempo a ritmi reali, riscoprendo sapori autentici, artigianalità, vivendo

borghi e sentieri con la capacità indiscussa della Toscana di sorprendere il viaggiatore, accoglierlo nelle sue tante e diversificate mete turistiche per organizzare la propria vacanza approfittando delle tante proposte presenti su visittuscany.com, sito ufficiale della destinazione, e vetrina di tutte le offerte turistiche proposte dagli operatori. "Sette motivazioni strettamente legate alle offerte delle nostre imprese, ha dichiarato Francesco Tapinassi direttore di Toscana Promozione Turistica, sviluppando una campagna di promozione "smart", completamente modulabile, che si concentrerà principalmente nei mesi di maggio, giugno e settembre, e che si estenderà al centro nord Italia, punterà su Germania, Francia, Regno Unito, Olanda e Svizzera e infine ai mercati di lungo raggio, seguendo l'andamento della domanda e dell'offerta, oltre all'evoluzione delle prenotazioni in base alla situazione sanitaria".

"Un lavoro di progettazione che è stato realizzato per la prima volta sulla piattaforma digitale "Tuscany Together" coinvolgendo tutti gli attori del settore e concentrando la strategia su grandi azioni di marketing, ha detto Francesco Palumbo direttore di Fondazione Sistema Toscana. L'operazione di marketing, oltre che di branding della destinazione, punta infatti a veicolare traffico web verso le centinaia di offerte caricate su visittuscany.com, per i turisti italiani ed europei". www.toscanapromozione.it

TUSCANY, never-ending Renaissance:

Seven reasons for travelling The travel campaign "Tuscany, never-ending Renaissance" has seven themes. The Region is proposing holidays in line with market trends, investing 5.5 million euros to boost tourism and support the sector. This promotional campaign maintains the general concept where the holiday revolves around the keywords "rebirth" and "regeneration" and where Tuscany, the motherland of the Renaissance, speaks to the traveller with a modern, contemporary explanation of its tourist destinations. "We intend outlining the distinctive

features of Tuscany - explains the President of the Region, Giani - with a project of cultural development that the Foundation and Toscana Promotion have been working on. A strategic plan coordinated by the Regional Tourism Council, putting in place substantial resources. We want to spread a transversal message that uses identity and freshness to create attraction and interest." The seven themes are: holidays at the sea; city quitting or the return to villages and simplicity; disconnecting, outdoor living and a return to nature; living culture through events and creativity; wellness, relaxation and regeneration; smart working and long stay; discovering the cities of art.

The Tuscan Islands, for their wealthy heritage, both material and immaterial, represent a destination that offers almost all of these themes. "We are ready to resume activities - added Leonardo Marras, councilor for culture - investing resources in social networks and in the internet, in newspapers, in large centres, in stations, on radio and television, aiming at Italy and increasingly even to international markets. With "Tuscany, never-ending Renaissance" we introduce ourselves with those values we are all searching for today: environment, health, safety, regeneration. I am particularly satisfied because this is the result of the work shared over this last year with

Tuffarsi in infinite sfumature di blu, per un'estate immensa.

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE

visittuscany.com

the tourist areas." Tuscany invites you to rediscover genuine tastes, craftsmanship, small villages, landscapes and pathways that will surprise the traveller, welcoming him to the various tourist destinations and inviting him to organize his holiday using the ideas on visittuscany.com. "Seven reasons closely linked to the proposals of our companies, said Francesco Tapinassi, Director of Tuscany Tourism Promotion, developing a 'smart' fully modular promotion campaign that will extend to central north Italy, aimed at Germany, France, the United Kingdom, Holland, Switzerland then the longer range markets, following the trend of supply and demand, also on the

basis of the healthcare system". "A project that has been carried out for the first time on the digital platform "Tuscany Together" involving every part of the sector and focusing the strategy on large marketing actions - said Francesco Palumbo, director of the Fondazione Sistema Toscana. In fact, the marketing and branding operation of the destination aims to lead web traffic to the hundreds of offers found on visittuscany.com."