

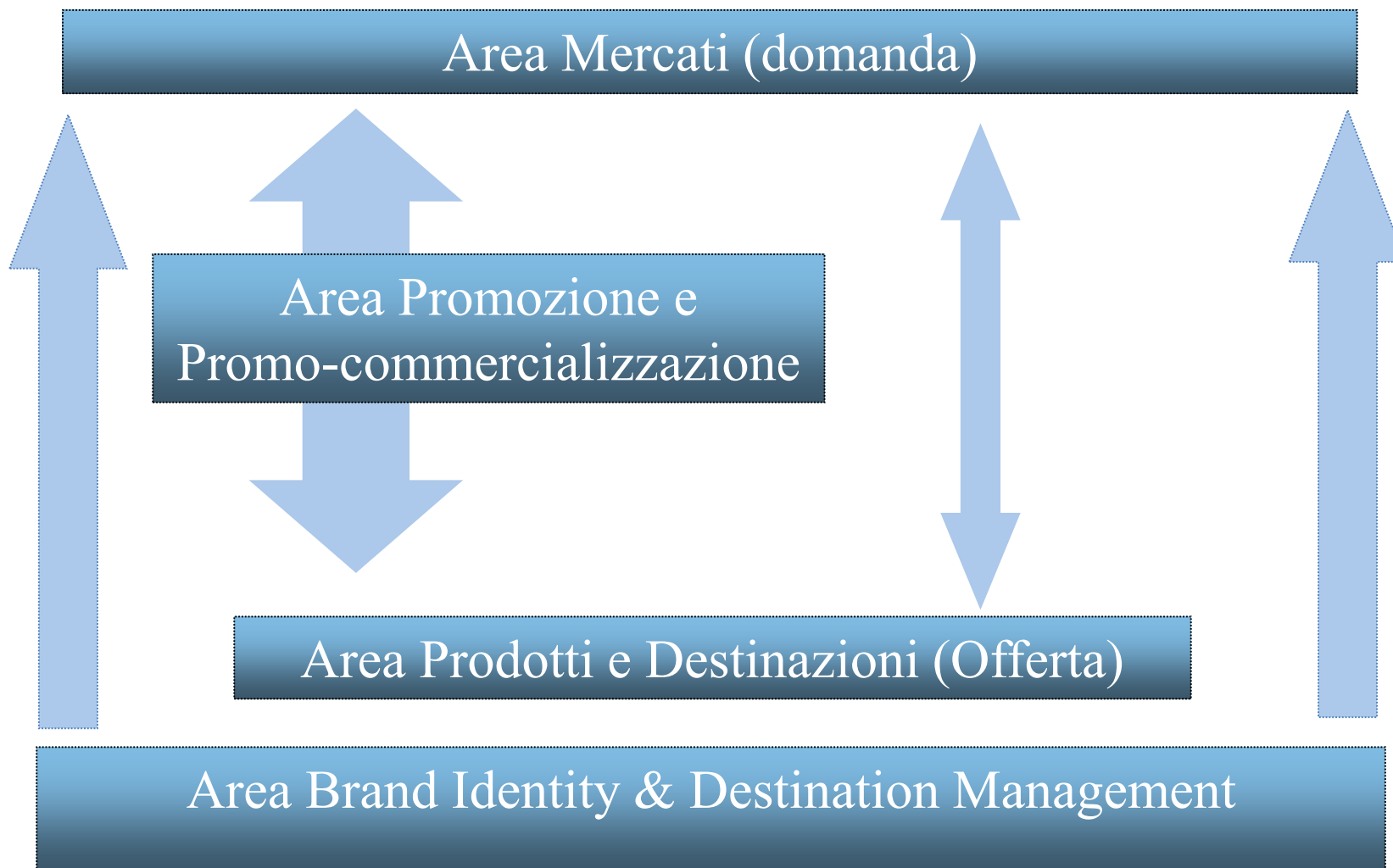


*Servizio Turismo  
Programmazione operativa  
2015 - Abstract*

*Abbadia San Salvatore, 31 marzo 2015*

<i>Obiettivo</i>	<i>Elementi chiave</i>
<p><b><i>Sviluppare progetti di natura strategica, finalizzati a valorizzare e a promuovere, in maniera organica e coerente, l'offerta turistica della regione Toscana</i></b></p>	<p><b>Linee di intervento</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>❑ Promozione del sistema di offerta turistica toscana in occasione di <b>Expo 2015</b></li><li>❑ Promozione della <b>Via Francigena</b></li><li>❑ Azioni di comunicazione da realizzarsi attraverso <b>il sistema aeroportuale integrato della Toscana</b>, quale punto di accesso alla Toscana e strumento per promuovere gli eventi di rilevanza strategica per il sistema regionale (Via Francigena, Expo 2015, Grandi Eventi culturali)</li></ul>

<i>Obiettivi</i>	<i>Elementi chiave</i>
<p><b><i>Rafforzare il posizionamento dell'immagine della Toscana</i></b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> immagine unitaria, coordinata e integrata della Toscana</li> <li><input type="checkbox"/> prodotti turistici tematici della destinazione toscana</li> <li><input type="checkbox"/> integrazione di attività e iniziative per rafforzare il livello di visibilità, sia nel settore turismo che attraverso l'attivazione di collegamenti virtuosi con altri settori</li> <li><input type="checkbox"/> integrazione tra promozione turistica e offerta culturale</li> <li><input type="checkbox"/> prodotti turistici innovativi</li> </ul>
<p><b><i>Favorire la promo-commercializzazione dei prodotti turistici toscani</i></b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> ampliamento dell'offerta turistica toscana sui mercati consolidati</li> <li><input type="checkbox"/> costruzione dell'offerta sui mercati emergenti</li> <li><input type="checkbox"/> progetti di sistema per mercati e creazione di cluster di prodotto</li> <li><input type="checkbox"/> strategie mirate per prodotti tematici e mercati</li> <li><input type="checkbox"/> promozione di eventi sul territorio toscano (attrattori culturali)</li> <li><input type="checkbox"/> eventi di promo-commercializzazione all'estero con focus su B2B</li> </ul>
<p><b><i>Migliorare il grado di internazionalizzazione degli operatori turistici toscani</i></b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> progetti di rete e integrazione dell'offerta</li> <li><input type="checkbox"/> formazione e tutoraggio per le azioni di promo commercializzazione</li> <li><input type="checkbox"/> sviluppo di strumenti tecnologicamente avanzati per la promozione del prodotto turistico toscano</li> </ul>



## 1. Progetti regionali di rilevanza strategica

Indicazioni strategiche	Interventi proposti
<p>□ interventi di rilevanza strategica regionale, funzionali al posizionamento dell'immagine: azioni di comunicazione ed eventi di particolare rilievo regionale valorizzazione del brand Toscana</p> <p>□ attivazione di uno strumento di governance promozionale per le Borse e gli eventi legati al congressuale in Toscana</p> <p>□ strategie di ingresso mirate e strutturate</p>	<p>□ <b>Brand Identity - Progetti strategici</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>□ Azioni con il sistema aeroportuale toscano per la valorizzazione dell'offerta turistica verso i mercati internazionali</li><li>□ Analisi del posizionamento dell'offerta turistica</li><li>□ Redazione di contenuti specialistici e promozione off line e on line</li><li>□ Educational e formazione a media e operatori</li><li>□ Road Show Buy Tuscany - Expo 2015</li></ul> <p>□ <b>Sviluppo Prodotti e Destinazioni</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>□ <b>Via Francigena</b></li><li>□ Turismo e cultura</li><li>□ Buy Tuscany 365: supporto cluster tematici e sviluppo piattaforma</li><li>□ Governance del sistema congressuale toscano</li></ul> <p>□ <b>Sviluppo mercati, Promozione e Promo-commercializzazione</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>□ Buy Tuscany e matching sulla piattaforma Buy Tuscany 365</li><li>□ <b>Promozione dei prodotti di particolare rilievo regionale (Via Francigena, Turismo e cultura)</b></li></ul>

## 2. Progetti Paese, Piano Italia, Progetti Prodotto e Cluster territoriali

Indicazioni strategiche	Interventi proposti
<ul style="list-style-type: none"> <li>□ progetti di sistema per mercati target</li> <li>□ creazione di cluster d'impresa per prodotto</li> <li>□ azioni integrate di promozione e comunicazione</li> <li>□ attivazione di percorsi di tutoraggio e formazione per gli interventi di promo-commercializzazione</li> <li>□ attenzione all'innovazione del prodotto turistico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ <b>Brand Identity</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>□ Analisi del posizionamento dell'offerta turistica</li> <li>□ Redazione di contenuti specialistici e promozione off line e on line</li> <li>□ Educational e formazione a media e operatori</li> </ul> </li> <li>□ <b>Sviluppo Prodotti e Destinazioni</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>□ Sviluppo prodotti innovativi (Luxury Wine Resorts, Turismo Slow, Bike, Tuscany for Kids, Plein air, Love me in Tuscany, UNESCO, Wellness, Golf, Archeologia)</li> </ul> </li> <li>□ <b>Sviluppo mercati</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>□ Analisi, sviluppo e azioni di promozione dell' offerta toscana su <a href="#">mercato nazionale</a>, Paesi BRIC, Est Europa, Germania e Nord Europa, Usa, Canada, Corea del Sud, Turchia</li> </ul> </li> <li>□ <b>Azioni di promozione e promo-commercializzazione</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>□ Eventi e presenza alle principali fiere di settore (BIT, ITB, MITT, IMEX, TTI, Salon de Vacances, WTM, EIBTM, ILTM, BTO, BTC, SeaTrade, Incoming BTS, Incoming MICE, IGTM, SKIPASS)</li> <li>□ Promozione Montagna invernale</li> <li>□ Promozione prodotti innovativi (Luxury Wine Resorts, Turismo Slow, Bike, Tuscany for Kids, Plein air, Love me in Tuscany, UNESCO, Wellness, Golf, Archeologia)</li> </ul> </li> </ul>

### 3. Gli interventi per l'offerta turistica Montagna

Indicazioni strategiche	Interventi proposti
<ul style="list-style-type: none"> <li>□ CONSOLIDAMENTO SUL MERCATO INTERNO</li> <li>□ PROMOZIONE SUI MERCATI INTERNAZIONALI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ <b>PARTECIPAZIONE ALLA FIERA SKIPASS – MODENA OTTOBRE</b></li> <li>□ <b>PROMOZIONE OFFLINE E ONLINE DEL PRODOTTO TURISTICO MONTAGNA INVERNALE</b></li> <li>□ <b>PROGETTO FESTIVAL DELLA MONTAGNA</b></li> <li>□ <b>PROGETTO DI PROMOZIONE DELL'OFFERTA MONTAGNA ESTIVA – TURISMO NATURA E SLOW</b></li> <li>□ <b>PROMOZIONE TURISMO BIKE</b></li> </ul>

### 3. Gli interventi per l'offerta turistica Mare

Indicazioni strategiche	Interventi proposti
<p>□ RILANCIO SUL MERCATO INTERNO</p> <p>□ PROMOZIONE SUI MERCATI INTERNAZIONALI TARGET</p>	<p>□ <b>PARTECIPAZIONE ALLE FIERE SALON DES VACANCES, ITB BERLINO, WTM LONDRA, ILTM CANNES</b></p> <p>□ <b>PIANO ITALIA - PROMOZIONE OFFLINE E ONLINE DELL'OFFERTA TURISTICA MARE TOSCANA</b></p> <p>□ <b>SUPPORTO PROMOZIONALI AGLI EVENTI DI RILEVANZA TURISTICA E INNOVATIVI PROGRAMMATI SULLA COSTA TOSCANA</b></p> <p>□ <b>ORGANIZZAZIONE EVENTI BTOB E PROMOZIONALI DEDICATI – IN ITALIA E SUI MERCATI EUROPEI</b></p>