Toscana: pronto un investimento di 6 milioni di euro per il turismo

La **Toscana** si prepara alla ripartenza del turismo con un Piano di promozione da 6 milioni di euro, articolato su 5 linee di intervento.
La vera novità, sottolinea una nota, è la riorganizzazione del parco di offerta regionale: 52 linee di prodotto distribuite su tutti i territori e 7 grandi temi di viaggio su cui concentrare il **marketing** del 2021, fortemente connessi con i trend del momento: living culture (cultura, eventi e creatività); city quitting (ritorno ai borghi e ai prodotti autentici); smart working & long-stay; vacanza al mare; disconnessione, ricarica in natura e attività all'aria aperta; i viaggi d'arte; new wellness, relax e rigenerazione. Completano il quadro degli interventi il lancio di proposte ad-hoc per le celebrazioni per i 700 anni dalla morte di **Dante Alighieri**.
Il Piano – novità assoluta in Italia – è stato elaborato con la nuova piattaforma digitale **'Tuscany Together'** con cui oltre 240 comuni raggruppati in 28 Ambiti turistici e la Regione con le sue Agenzie (**Toscana Promozione Turistica** per il turismo e Fondazione Sistema Toscana per il digitale) hanno co-programmato (online) le politiche del turismo con un approccio strategico.
"In Toscana si è avviato un lavoro puntuale sui prodotti turistici della destinazione con un'ottica marketing-oriented e uno strumento digitale pensato per disegnare una strategia condivisa fra i diversi livelli della PA e con le imprese", afferma **Francesco Palumbo** direttore di Toscana Promozione Turistica. "Si è messo a punto quindi uno strumento fortemente innovativo per promuovere il brand della Toscana e individuare obiettivi e risultati da raggiungere con progetti coerenti per i molti asset della Toscana".
"Compito di una DMO è oleare continuamente la capacità collaborativa del sistema turistico – aggiunge **Giancarlo Piccirillo**, coordinatore del marketing team dell'Agenzia Toscana Promozione Turistica – per ripartire con velocità sostenuta. Per mantenere alto il dinamismo e l'agire per obiettivi degli attori pubblici, centrale è l'allineamento con gli operatori del territorio, sia per il design dell'offerta che per l'ingaggio della domanda".
Ed infatti, accanto alla piattaforma digitale di programmazione parte a gennaio un ricco programma di accompagnamento e coinvolgimento degli operatori turistici della Regione: 28 **workshop** in tutta la Toscana per elaborare insieme, operatori pubblici e privati, la "proposta di valore" dei diversi territori

regionali; 16 digital labs per l’aggiornamento delle competenze sui temi e strumenti di lavoro più urgenti per la ripresa; 9 workshop di co-design dell’offerta sui prodotti turistici prioritari per la regione, coerenti con i mega-trend del mercato.
Sui sette temi di viaggio selezionati intorno ai quali è riorganizzata tutta l’offerta della regione sarà anche articolata la nuova campagna internazionale **“Toscana, Rinascimento senza fine”**, in avvio con i primi movimenti di ripresa dei mercati europei.