



Regione Toscana

TOSCANA

VISITTUSCANY.COM



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

COMUNICATO STAMPA

BIT 2018: ecco la Toscana autentica che piace al viaggiatore del XXI secolo

Milano, 11 febbraio 2018 - La Toscana cambia passo e punta su *Millennials* e *Second Comers*, scommettendo sul fascino contemporaneo del suo patrimonio artistico e culturale e sugli angoli inesplorati di un territorio che è necessario visitare più volte. Un approccio alla promozione turistica completamente nuovo, quello che è stato illustrato oggi a Milano dal direttore di *Toscana Promozione Turistica* e dall'Assessore al turismo della Regione Toscana, nella prima giornata della BIT, la Borsa Internazionale del Turismo.

Un approccio - ha sottolineato l'assessore al turismo - che parte, in prima battuta, da un profondo senso di responsabilità, che è quello di chi sente di dover non solo conservare il proprio patrimonio culturale e paesaggistico, ma anche di doverlo mettere a disposizione delle nuove generazioni. E la Toscana che arriva oggi alla BIT - ha aggiunto - è una regione che guarda oltre ai mercati e ai numeri; una regione che lavora per rendere accessibile il proprio patrimonio in modo che il visitatore possa far propri immediatamente i valori di cui questo è portatore, riconoscendovisi e potendo dire, davanti ad un'opera d'arte, che quella è la sua cultura.

E così, da Milano la Toscana si rivolge alle nuove generazioni di viaggiatori e a coloro che hanno già visitato il suo territorio ma desiderano tornarci. **Il tutto con un obiettivo preciso: arrivare ad avere un segmento turistico per ogni motivazione di viaggio.** Creando una narrazione e un'offerta sempre più orientata alla **dimensione emozionale e esperienziale**. Per il futuro - ha spiegato il direttore di *Toscana Promozione Turistica* - l'attenzione è rivolta a al **Turismo Slow** e al **Turismo Avventura** per rispondere ad un trend crescente di domanda che sceglie di trascorrere le vacanze nell'anima verde della nostra regione; un maggior stile esplorativo dei clienti che si concretizza in ricerca di "esperienze" ed è mosso da una maggior motivazione culturale, dove con "cultura" di intende anche la scoperta di un'identità, tradizioni locali, riti e storia di piccole realtà rurali.

Nicola Maggi | **Ufficio Stampa Toscana Promozione Turistica**

Via Vittorio Emanuele II 62/64 - 50134 Firenze

T. 055 46 28 080 | M. 366 634 4821

n.maggi@toscanapromozionet.it



Regione Toscana

TOSCANA

[VISITTUSCANY.COM](http://visittuscany.com)



Ma la Toscana sta puntando molto anche su quelle che sono **le nuove motivazioni di viaggio** come lo **Shopping Tourism**, il **turismo del lusso** o quello legato ai **matrimoni**. E questo non solo per dare delle risposte, ma **anche per riuscire a prevedere e giocare d'anticipo**. E il calendario degli appuntamenti che la Toscana ospiterà in questo 2018 sono già tantissimi, da *DUCO*, il workshop del segmento lusso che si terrà a Firenze dal 12 al 13 marzo 2018; all'*Adventure Travel World Summit* in programma a Montecatini dal 15 al 18 ottobre e che porterà in Toscana 750 dei principali operatori internazionali di settore. Per arrivare allo *Shopping Tourism Forum* di novembre e, poi, gli eventi culturali per il Turismo e i progetti integrati per il territorio che mettano insieme più tipologie di offerta così da creare un mix vincente.

Per essere competitivi - ha spiegato il direttore dell'Agenzia regionale - dobbiamo raccontare una Toscana innovativa e anche per questo nel 2018 proporremo una nuova lettura della nostra offerta turistica in chiave contemporanea, sfruttando strumenti integrati, come la *gamification* o il nuovo sito della destinazione toscana: visittuscany.com.

E già guardandosi attorno, partendo dall'allestimento della Toscana qui alla BIT, è possibile vedere questo cambiamento di visione, con una Toscana che passa da una dimensione "fotografica" a quella di destinazione immaginata, attraverso nuovi tematismi. A partire dall'innovativo **progetto Etruschi Popolo Contemporaneo** che, attraverso strumenti come il *Coloring Book* presentato oggi, riscopre il patrimonio archeologico etrusco e attraverso una vera e propria operazione di rebranding punta ad arrivare anche ad un pubblico giovane, che non ha un percorso di preferenze culturali e storiche già definito.

Nicola Maggi | **Ufficio Stampa Toscana Promozione Turistica**

Via Vittorio Emanuele II 62/64 - 50134 Firenze

T. 055 46 28 080 | M. 366 634 4821

n.maggi@toscanapromozionet.it