



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

Campagna di promozione Estate 2020
Toscana, Rinascimento senza fine

Giugno 2020





INTRODUZIONE

Toscana Promozione Turistica e Fondazione Sistema Toscana presentano una campagna declinata in diversi formati stampa e digitali, un video e uno spot radio, per invitare i toscani e gli italiani a trascorrere le vacanze nella regione.

L'obiettivo del progetto è diffondere un messaggio rassicurante e invitante per famiglie, coppie e gruppi di amici, rispondendo così al loro desiderio di pace in sicurezza per l'estate 2020.

La sfida consiste nel gettare le basi per una comunicazione istituzionale della destinazione svincolata dagli stereotipi e più rappresentativa dell'ampiezza e dell'unicità della sua offerta turistica e di intrattenimento. Un nuovo modo di comunicare che duri nel tempo.



IL CONCEPT



RINASCIMENTO SENZA FINE



Come tutti i momenti bui nella storia dell'umanità, il Covid ha portato con sé un'opportunità: ripensare ai nostri valori e agli equilibri su cui si fondano le nostre esistenze.

Ciascuno di noi ha riscoperto il valore dell'individuo.


Il nostro modo di sentire ha subito un profondo cambiamento: desideriamo essere artefici del nostro destino e consapevoli di ciò che conta davvero.

Abbiamo imparato a sentirci di nuovo centro e misura di tutte le cose.

Abbiamo riscoperto il concetto di tempo, di spazio e, sopra ogni altra cosa, di Natura.

Ci sono incredibili analogie tra questo ritrovato umanesimo e l'eccezionale rinnovamento culturale vissuto in Italia tra Quattrocento e Cinquecento.

Stiamo vivendo un nuovo Rinascimento.



TERRITORIO CREATIVO

La vacanza è per definizione un momento di rinascita e rigenerazione.

A distanza di 500 anni, la terra madre del Rinascimento continua a nutrire gli animi e rinvigorire i sensi, attraverso tutte le sue ricchezze.

Toscana, Rinascimento senza fine



COPY CAMPAGNA

Il format copy della campagna si basa su titoli che evocano sensazioni intense e rarefatte che ciascuno di noi può vivere in Toscana.

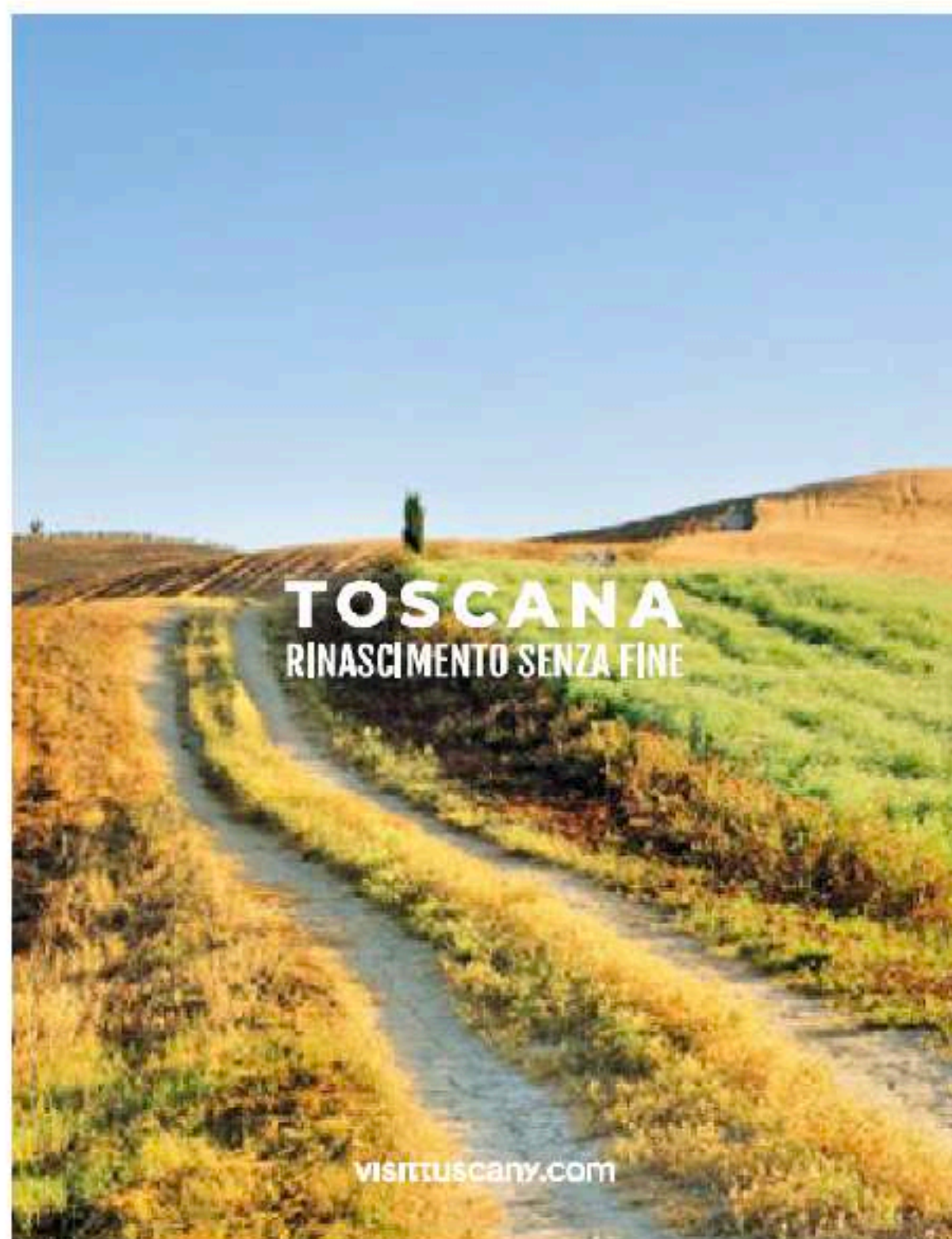
Lo stile dei titoli è sognante, poetico e ricorre spesso alla figura retorica della sinestesia: l'accostamento di due parole che appartengono a sfere sensoriali diverse.

In questo modo la **narrazione** esce dalla logica ed **entra nella suggestione**, nell'immaginifico e, appunto, nella sensorialità. Alcuni esempi del linguaggio utilizzato nella campagna:

Sentirsi padroni del tempo e dello spazio
Scoprire ovunque la grandezza del possibile
Cogliere sussurri di futuro



CREATIVITÀ CAMPAGNA



A



B



C



VISITTUScany.com

**Scoprirsi padroni
del tempo e dello spazio
in un istante
che sa di eternità.**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE



visittuscany.com

**Scoprirti padroni
del tempo e dello spazio
in un istante
che sa di eternità.**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE



A



visittuscany.com

**Scoprirti padroni
del tempo e dello spazio
in un istante
che sa di eternità.**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE



B



visittuscany.com

**Scoprirti padroni
del tempo e dello spazio
in un istante
che sa di eternità.**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE



C

visittuscany.com

**Scoprirsi
padroni
del tempo
e dello spazio
in un istante
che sa
di eternità.**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE







A

visittuscany.com

**Scoprirsi
padroni
del tempo
e dello spazio
in un istante
che sa
di eternità.**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE







B

visittuscany.com

**Scoprirsi
padroni
del tempo
e dello spazio
in un istante
che sa
di eternità.**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE







C



visittuscany.com

**Arrampicarsi per le colline,
ritrovare il fiato dopo la salita.**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE

A

visittuscany.com

**Arrampicarsi per le
colline, ritrovare il
fiato dopo la salita.**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE

B



Foto: Andrea Baroni - Getty Images

visittuscany.com

**Arrampicarsi per le
colline, ritrovare il
fiato dopo la salita.**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE

C



Foto: Andrea Baroni - Getty Images

visittuscany.com

**Arrampicarsi per le colline,
ritrovare il fiato dopo la salita.**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE

D



visittuscany.com

**Arrampicarsi per le colline,
ritrovare il fiato dopo la salita.**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE

E



Foto: Andrea Baroni - Getty Images



visittuscany.com

**Assaporare la meraviglia,
sentire la grandezza del possibile.**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE

A

visittuscany.com

**Assaporare la meraviglia, sentire
la grandezza
del possibile.**



TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE

B

visittuscany.com

**Assaporare la meraviglia, sentire
la grandezza
del possibile.**



TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE

C



visittuscany.com

**Assaporare la meraviglia,
sentire la grandezza del possibile.**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE

D



visittuscany.com

**Assaporare la meraviglia,
sentire la grandezza del possibile.**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE

E



visittuscany.com

**Piantare semi di stupore,
raccogliere giornate rigogliose.**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE

A

visittuscany.com

**Piantare semi di
stupore, raccogliere
giornate rigogliose.**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE



B

visittuscany.com

**Piantare semi di
stupore, raccogliere
giornate rigogliose.**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE



C

visittuscany.com

**Piantare semi di stupore,
raccogliere giornate rigogliose.**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE



D

visittuscany.com

**Piantare semi di stupore,
raccogliere giornate rigogliose.**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE



E



visittuscany.com

**Inseguire
antichi
messaggi,
cogliere
sussurri
di futuro.**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE

A

visittuscany.com

**Inseguire antichi
messaggi, cogliere
sussurri di futuro.**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE

B

visittuscany.com

**Inseguire
antichi
messaggi,
cogliere
sussurri
di futuro.**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE

C



visittuscany.com

**Immergersi
nella quiete
assoluta,
cullare pensieri
leggeri.**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE

A

visittuscany.com

**Immergersi
nella quiete assoluta,
cullare pensieri
leggeri.**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE

B

visittuscany.com

**Immergersi
nella quiete
assoluta,
cullare pensieri
leggeri.**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE

C



visittuscany.com

**Non sentirsi
mai soli
e riscoprirsi
piccolissimi.**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE

A

visittuscany.com

**Non sentirsi
mai soli
e riscoprirsi
piccolissimi.**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE

B

visittuscany.com

**Non sentirsi mai soli
e riscoprirsi piccolissimi.**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE

C



visittuscany.com

**Scoprire una terra fertile
dove mettere nuove radici.**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE

A

visittuscany.com

**Scoprire una terra
fertile, dove mettere
nuove radici.**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE



B

visittuscany.com

**Scoprire una terra fertile
dove mettere nuove radici.**

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE



C



VIDEO CONCEPT

[\(LINK AL VIDEO\)](#)



IDEA CREATIVA

L'orazione *De hominis dignitate* scritta nel 1486 da Pico della Mirandola è considerata il manifesto del Rinascimento, per la nuova definizione di uomo che rappresenta.

Il voice over dello spot è liberamente ispirato all'orazione, un testo aulico e filosofico che si sovrappone a immagini contemporanee, dimostrando come un pensiero di 500 anni fa sia quanto mai attuale.

Per rendere il corto circuito tra testo antico e immagini moderne ancora più potente, abbiamo affidato la lettura a voci giovani e toscane. In questo modo il pensiero espande i propri confini per interpretare presente e futuro. La storica culla del Rinascimento continua a ispirare sogni di rinascita: è la grande promessa della Toscana, riuscire a trasformare il viaggio in vera esperienza di rigenerazione.



VOICE OVER

VOICE OVER SPOT

“Grande miracolo è l’uomo. Libero e sovrano artefice di se stesso.
Si muove nell’ambiente secondo il suo volere.
La sua natura è illimitata. La sua categoria è il possibile.
Alla sua volontà la scelta di rigenerarsi in tutte le cose che sono divine.”

SUPER: Toscana. Rinascimento senza fine.

TESTO ORIGINALE

“Non ti ho dato, o Adamo, né un posto determinato, né un aspetto proprio, né alcuna prerogativa tua perché quel posto, quell’aspetto, quelle prerogative che tu desidererai, tutto secondo il tuo voto ed il tuo consiglio ottenga e conservi. La natura limitata degli altri è contenuta entro le leggi da me prescritte.
Tu te la determinerai da nessuna barriera costretto, secondo il tuo arbitrio, alla cui potestà io ti consegnai.
Ti posi nel mezzo del mondo perché di là meglio tu scorgessi tutto ciò che è nel mondo.
Non ti ho fatto nel mondo né celeste né terreno, né mortale né immortale, perché da te stesso quasi libero e sovrano artefice ti plasmassi e ti scolpissi nella forma che avresti prescelto.
Tu potrai degenerare nelle cose inferiori che sono i bruti; tu potrai, secondo il tuo volere, rigenerarti nelle cose superiori che sono divine”.



SPEAKER

Il voice over è stato affidato ai giovani della Compagnia dei Ragazzi dei Teatri di Pistoia, selezionati dalla loro regista Renata Palminiello. Le stesse voci sono protagoniste dello spot radio.

La registrazione è stata realizzata a Pistoia sotto la guida del regista Alessandro Soetje e della copy Claudia Bavelloni.





SPOT RADIO



SPOT RADIO 30”

Gli effetti sonori hanno un ruolo importante in questo soggetto. Sono l'elemento concreto che porta a terra le parole poetiche, raccontando l'esperienza. Le voci dei Ragazzi della Compagnia si alternano nella lettura delle varie frasi:

Voce 1: Cosa vuol dire per te rinascimento?

Voce 2: Guardare al futuro e scoprirsi padroni del tempo e dello spazio. (SFX: sentiamo l'eco di una voce che rimbomba in una vallata)

Voce 1: Arrampicarsi per le colline (SFX: campanelli di biciclette)

Voce 2: Sentire ovunque la grandezza del possibile (SFX: passi che rimbombano in una grande sala vuota)

Voce 1: Immergersi nella quiete assoluta (SFX: rumore di tuffi in mare)

Voce 2: Piantare semi di stupore... (SFX: rumore di cicale)

Voce 1: ...e raccogliere giornate rigogliose. (SFX: rumore di brindisi e risate)

Voce 3: Vivi un'estate toscana. Rinascimento senza fine.

visittuscany.com



RISORSE APERTE PER GLI OPERATORI



KIT PER GLI OPERATORI

Uno degli output della campagna è un KIT di risorse aperte per consentire a tutti gli operatori della Toscana (Ambiti, Comuni, Imprese ricettive, singoli operatori) di poter personalizzare la campagna con i propri contenuti, allineando la propria comunicazione a quella generale del brand regionale.

Il Kit conterrà:

- le risorse aperte (file, banner, font etc) del progetto creativo, per permetterne a tutti la personalizzazione e l'utilizzo
- adattamenti aperti per il proprio sito web, i canali social, i materiali editoriali, etc
- linee guida di utilizzo e coordinamento con la campagna regionale



CALL OFFERTE



UNA CALL PER GLI OPERATORI TURISTICI

La campagna di promozione della destinazione sul mercato Italia nel periodo immediatamente post crisi Covid. La declinazione digital della campagna atterrerà su alcune landing page dedicate del portale di destinazione visittuscany.com.

Su queste pagine, il pubblico troverà le nuove proposte turistiche per tornare a viaggiare.

Gli operatori turistici della Toscana sono stati chiamati a proporre le proprie offerte promo-commerciali per l'estate 2020, in modo da beneficiare del traffico generato della campagna.

In questo documento le info sulla campagna e sulle modalità di caricamento delle offerte attraverso make.visittuscany.com.





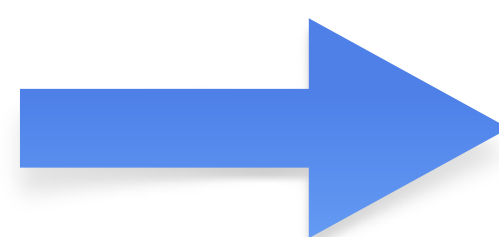
LE OFFERTE

Categorie di offerte:

- Degustazioni e food
- Escursioni e tours
- Esperienze
- Pacchetti vacanze
- Soggiorni
 - Short break/Soggiorni brevi
 - Long stay/Soggiorni lunghi
- Terme e benessere
- Altro

Caratteristiche:

- contengono servizi aggiuntivi orientati alla maggiore **sicurezza** degli ospiti
- prevedono esperienze in luoghi non affollati e attività **open air**
- dedicano servizi specifici al **remote working**
- sono focalizzate sulle **lunghe permanenze** o sugli **short break**
- prevedono politiche di **riprotezione** in caso di cambio della situazione



TuscanySafe - Informazioni per vivere la tua vacanza in sicurezza. [Scopri di più](#)



visittuscany.com

TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE

Scoprirti padroni del tempo e dello spazio in un istante che sa di eternità

[Scopri le offerte](#)

Regalati il tempo di cui hai bisogno, in uno spazio che saprà rimetterti al mondo. Vivi la tua estate in Toscana.

Scegli la tua esperienza.

Deve Paesaggi, Località, Territ...	Cosa Tutte Tipologie e Temi	Quando 25 mar - 1 apr	Trova
---------------------------------------	--------------------------------	--------------------------	-----------------------



Trascorri un fantastico soggiorno sulla Costa degli Etruschi



Trascorri un fantastico soggiorno sulla Costa degli Etruschi



Trascorri un fantastico soggiorno sulla Costa degli Etruschi



Trascorri un fantastico soggiorno sulla Costa degli Etruschi

VIAGGI

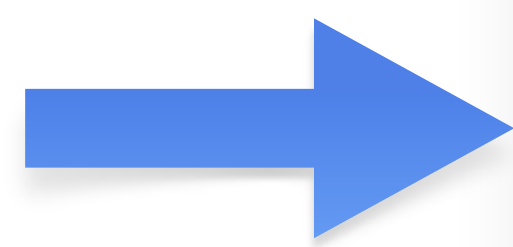
- TUTTI
- ANIMALI
- CASA E DESIGN
- CUCINA E RICETTE
- VIAGGI

SPONSORED

Sport, trekking e avventura in una terra da vivere in movimento.



Scopri cosa c'è oltre il confine, a piedi, in bici, in moto, in acqua, tra mille sfumature di verde e di blu, di natura e di storia...



TuscanySafe - Informazioni per vivere la tua vacanza in sicurezza. Scopri di più



TOSCANA
RINASCIMENTO SENZA FINE

Arrampicarsi per le colline, ritrovare il fiato dopo la salita

Lasciati ispirare

1 LUGLIO 2020 • VIAGGI

Valle d'Aosta, alla ricerca di sport e lusso a Champoluc



L'aumento delle temperature e il distanziamento sociale, la voglia di panorami aperti e ...

Scopri cosa c'è oltre il confine, a piedi, in bici, in moto, in acqua, tra mille sfumature di verde e di blu, di natura e di storia.

Scegli e prenota la soluzione giusta per te.

Dove: Paesaggi, Località, Territ...
 Cosa: In bici, Sport e avventura...
 Quando: 25 mar - 1 apr
 Trova



Trascorri un fantastico... Trascorri un fantastico... Trascorri un fantastico... Trascorri un fantastico...

OPERATORI TOTALI ISCRITTI

900

Variazione rispetto a prima della call

+691 utenti • **+330%**

AGENZIE DI VIAGGIO

55

Variazione rispetto a prima della call

+30 utenti • **+120%**

TOUR OPERATOR

76

Variazione rispetto a prima della call

+41 utenti • **+117%**

GUIDE TURISTICHE, AMBIENTALI O ALPINE

171

Variazione rispetto a prima della call

+106 utenti • **+163%**

STRUTTURE RICETTIVE

565

Variazione rispetto a prima della call

+493 utenti • **+684%**

STABILIMENTI BALNEARI

5

Variazione rispetto a prima della call

+5 utenti

OPERATORI VETRINA TOSCANA

19

Variazione rispetto a prima della call

+13 utenti • **+216%**

TERME

1

Variazione rispetto a prima della call

+1

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

8

Variazione rispetto a prima della call

+2

OFFERTE TOTALI RICEVUTE

705

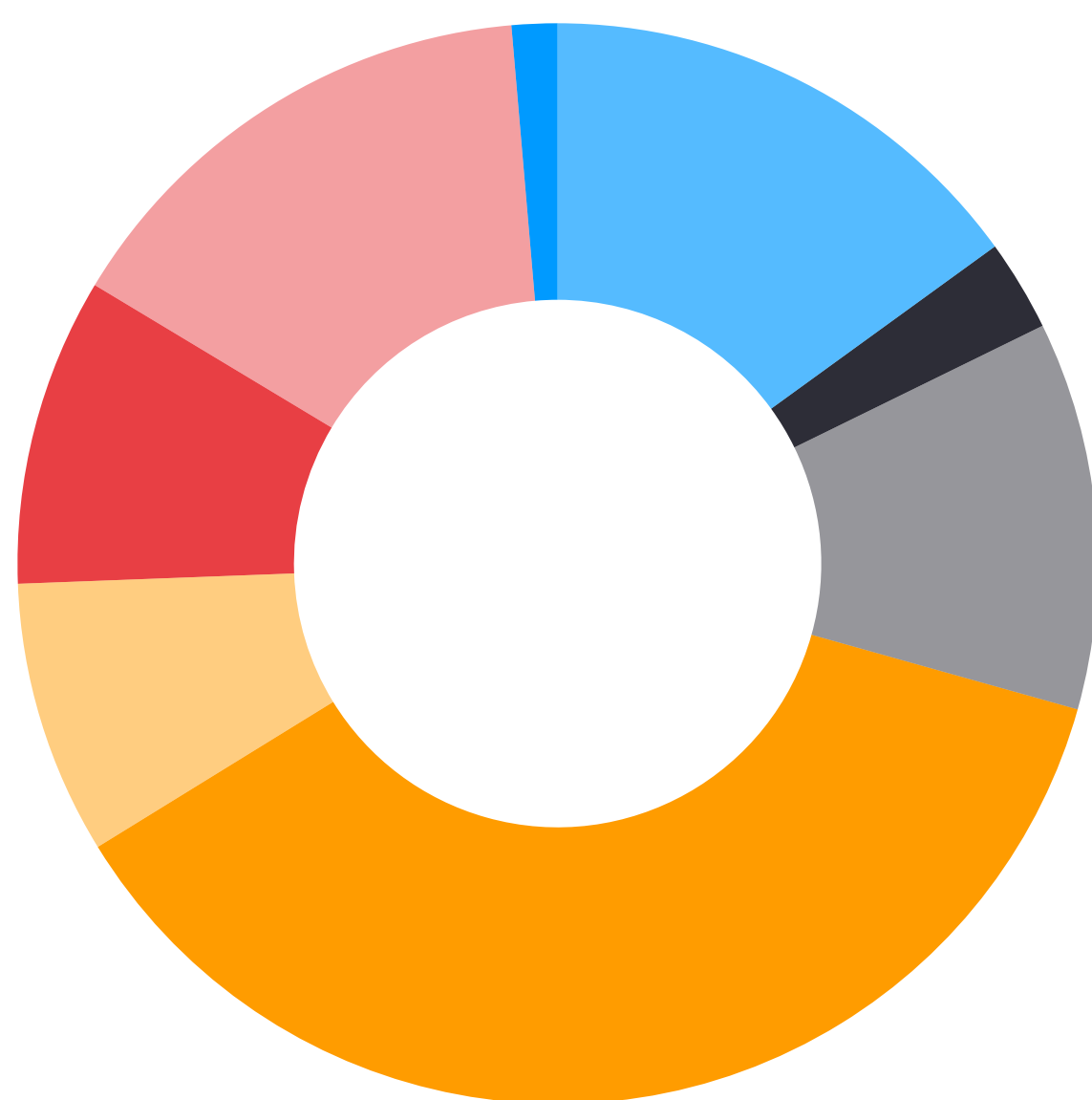
Nell'ambito della call

OFFERTE CON TAG "ESTATE" PUBBLICATE

368

Nell'ambito della call

OFFERTE PER TIPOLOGIA



	% Offerte	N. Offerte
● SOGGIORNO BREVE (1-4 NOTTI)	15%	44
● SOGGIORNO LUNGO (14+ NOTTI)	3%	8
● ALTRO SOGGIORNO	12%	34
● ESCURSIONI E TOUR	37%	108
● DEGUSTAZIONI E FOOD	8%	24
● ESPERIENZE	9%	27
● PACCHETTI VACANZE	15%	44
● TERME E BENESSERE	1%	4

OFFERTE PER AMBITO



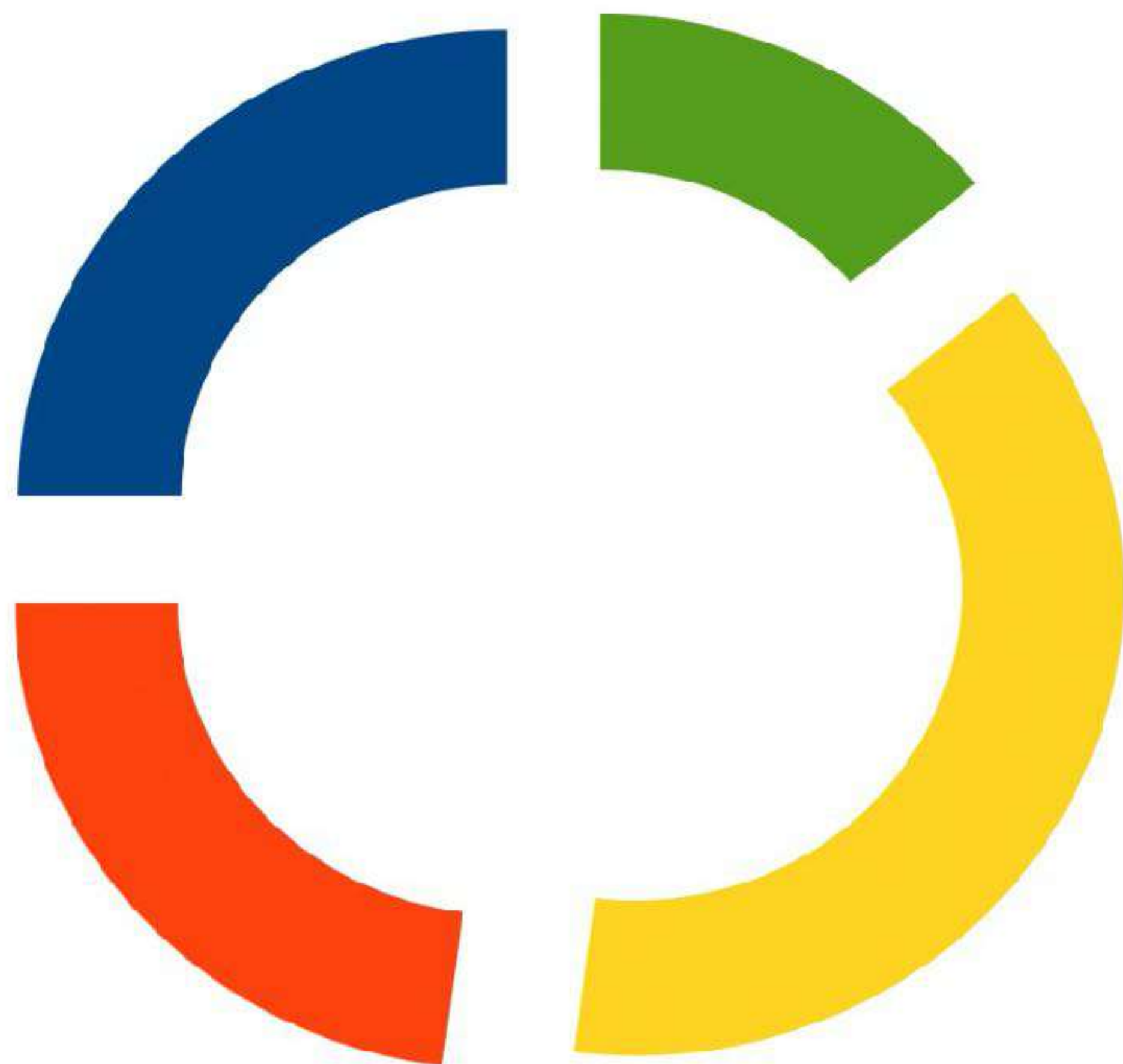
	% Offerte	N. Offerte
● AMIATA	2%	5
● AREA PRATESE	0%	1
● AREZZO	1%	4
● CASENTINO	1%	2
● CHIANTI	12%	36
● COSTA DEGLI ETRUSCHI	1%	3
● ELBA E ISOLE DI TOSCANA	2%	6
● EMPOLESE VAL D'ELSA E MONTALBANO	2%	5
● FIRENZE E AREA FIORENTINA	11%	32
● GARFAGNANA E MEDIA VALLE DEL SERCHIO	2%	5
● LIVORNO	-	-
● LUNIGIANA	4%	12
● MAREMMA NORD	7%	19
● MAREMMA SUD	4%	12
● MUGELLO	4%	11
● PIANA DI LUCCA	5%	15
● PISTOIA E MONTAGNA PISTOIESE	3%	8
● RIVIERA APUANA	4%	11
● TERRE DI PISA	7%	20
● TERRE DI SIENA	1%	4
● VAL D'ORCIA	1%	4
● VAL DI CHIANA ARETINA	2%	7
● VAL DI CHIANA SENESE	9%	26
● VALDARNO	2%	6
● VALDELSA VALDICECINA	5%	15
● VALDINIEVOLE	5%	16
● VALTIBERINA TOSCANA	-	-
● VERSILIA	2%	7



LA PIANIFICAZIONE

IL LANCIO SUL MERCATO DOMESTICO

MEDIA PLAN ATTIVATO



- 25% Radio nazionali con propensione all'ascolto nel centro nord
- 23% DOOH e OOH con maggior copertura città centro nord e Roma
- 38% Press off e online (Quotidiani, settimanali e periodici con propensione alla copertura del centro nord, generalisti e di settore)
- 14% Digital marketing (Programmatic e Social advertising)



PROMOZIONE SUI MERCATI INTERNAZIONALI

La promozione sui primi mercati a registrare una ripartenza delle prenotazioni (Unione Europea) non è mai terminata, neppure durante i mesi di lockdown e continua tutt'oggi.

Tre le direttrici:

- **PROMOZIONE BUSINESS TO BUSINESS (T.O e Intermediari della domanda)**
- **SOCIAL MEDIA E DIGITAL MARKETING**
- **ATTIVITÀ REDAZIONALI IN COLLABORAZIONE CON I GRANDI MEDIA**

MEDIA RELATION A LIVELLO INTERNAZIONALE

COUNTRY	MEDIA
AUSTRALIA	Lonely Planet Florence &Tuscany
RUSSIA	Interfax / Agenzia stampa russa
RUSSIA	Tass / Agenzia stampa russa
RUSSIA	RIA Novosti (Toda) / Agenzia stampa russa
RUSSIA	Kommersant
RUSSIA	Vedomosti
RUSSIA	Rambler News Service - https://rns.online - Agenzia stampa -
RUSSIA	RosBusinessConsulting - RBC - www.rbc.ru
RUSSIA	Frequentflyers.ru
PAESI BASSI	De Volkskrant
PAESI BASSI e BELGIO	Toscane Dominicus Travel
SVEZIA	Tag-och-mat-i-italien
USA	Men's Journal
SINGAPORE	Expat Choice
INDIA	India Today
GERMANIA	TagesZeitung
FRANCIA	Figaro
SPAGNA	Condè Nast Traveller
FRANCIA GERMANIA	Forbes
GERMANIA	Presseportal
GERMANIA	Genussfreak
GERMANIA	Wanderfreak
GERMANIA	Radlfreak
PAESI DACH	3Sat - 50 minuti prime time TV
GERMANIA	Guida Baedeker



LA FASE DUE DELLA CAMPAGNA

A copertura della seconda parte dell'anno e primo semestre 2021 è prevista una estensione della campagna ai mercati internazionali UE e, in coerenza con l'apertura dei mercati, anche al long haul. Questa fase prevede un ulteriore approfondimento tematico verticale dei contenuti adv per le tipologie di offerta regionale (prodotto/destinazioni).

La campagna prevederà l'integrazione tra mezzi off (OOH, stampa generalista e specializzata, pubblicazioni periodiche e/o editoriali) e on line (web display, video banner, social advertising, SEM), coinvolgendo mezzi generalisti e specializzati in viaggi, leisure, eventi culturali, spettacolo dal vivo, stampa specializzata, radio, televisione, OOH.

La nuova identità competitiva è utilizzata su tutti gli strumenti di promozione messi in campo per l'anno 2021: fiere ed eventi BtoB, canali social e sito internet BtoC (visittuscany.com).

Il progetto di comunicazione comprende anche il lancio di un contest internazionale su Instagram legato all'#MyTuscany: racconta la tua esperienza/immagine/sogno della tua Toscana attraverso e vinci un viaggio.



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