

mercoledì, Maggio 20, 2020 Accedi

f @ in P t

LECO DELLA  
LUNIGIANA



HAI UNA PICCOLA AZIENDA E FAI CONSEGNE A DOMICILIO?  
Fai pubblicità con noi! Ripartiamo insieme!  
marketing@ecodellalunigiana.it - 3806445632

Home Comuni Dalla Provincia Dalla Regione Fuori Lunigiana Sostienici Pubblicità Servizi Contatti



Home > Dalla Regione > Turismo, strategie per il rilancio: "Dobbiamo far innamorare di nuovo i viaggiatori..."

Dalla Regione

# Turismo, strategie per il rilancio: "Dobbiamo far innamorare di nuovo i viaggiatori della Toscana"

leri il webinar di Primavera d'Impresa organizzato dalla cooperativa CRISIS

Di Redazione - 20 Maggio 2020

7 0

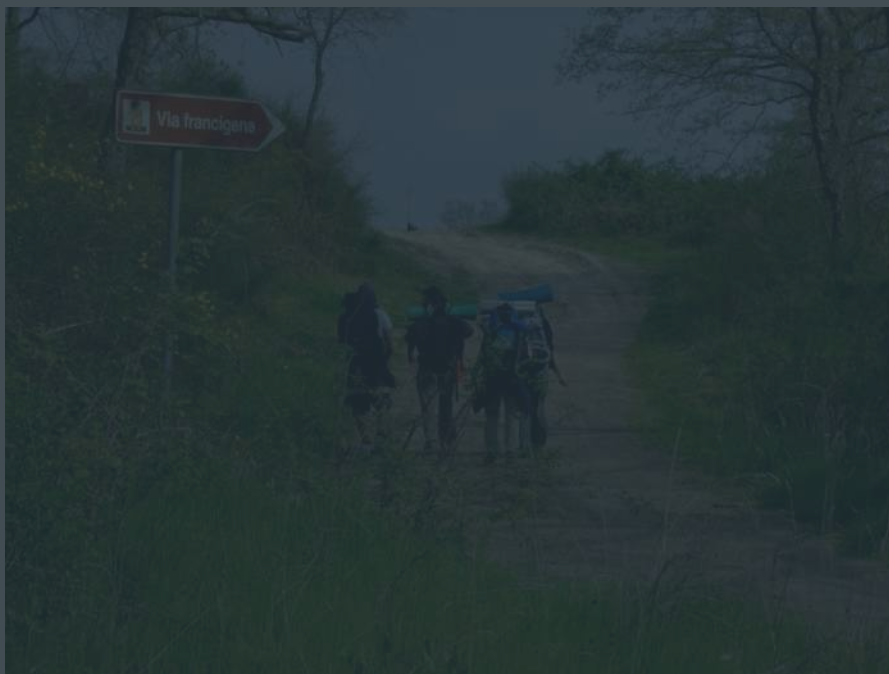


## RICEVI LE NOSTRE EMAIL?

Sei iscritto alla newsletter ma **non ricevi le nostre email**? Ecco cosa devi fare:

- Al sabato mattina, cerca la nostra email nella cartella **promozioni** o **spam**
- Sposta l'email nella cartella **posta in arrivo**

In questo modo non ti perderai più i nostri aggiornamenti settimanali. Grazie!



Rilanciare l'immagine della Toscana e dell'Italia, con tanto lavoro e strategie coordinate. "Dobbiamo far innamorare di nuova della Toscana, riconquistare la fiducia dei nostri ospiti. Per anni è stato quasi tutto scontato, li abbiamo accolti nel giusto modo, ma non offrendo sempre esperienze e personalizzazione". Vito Mollica, chef del

Four Seasons Firenze, vede così la ripartenza. "Ora dobbiamo formare il nostro personale per diventare più bravi di prima, abbiamo tutte le capacità per accogliere bene ed essere unici". Tanti gli argomenti trattati nel seminario dedicato alle imprese che lavorano nel settore turistico, con proposte e progetti lanciati ieri nel webinar "Turismo: come cambia l'ospitalità. Il modello Toscana nella fase post-Covid" di Primavera d'Impresa, l'iniziativa regionale dedicata alle piccole e medie imprese toscane che innovano, promossa e organizzata dalla cooperativa CRISIS. Sono intervenuti: il consigliere regionale e presidente della Commissione Costa, Antonio Mazzeo, il direttore di Toscana Promozione Turistica, Francesco Palumbo, la direttrice Destination Florence Convention & Visitors Bureau, Carlotta Ferrari, Vito Mollica, chef Four Seasons Firenze, e Camilla Carrega Bertolini, consulente in strategie di sviluppo per l'enoturismo. Ha moderato Cristina Nati, presidente CRISIS.

In queste settimane molte imprese hanno lavorato su più fronti per diversificare le offerte. "Puntare sulla fidelizzazione dei clienti – spiega Carrega Bertolini – diventa fondamentale nelle situazioni di emergenza. Abbiamo costruito piattaforme online per nuove esperienze di consumo, ma siamo consapevoli che il virtuale non potrà mai sostituire il reale. In questa fase piena di incertezze se lavoriamo bene a livello virtuale, domani potremmo offrire esperienze con un valore aggiunto maggiore. E' necessario però rilanciare l'immagine del Paese che in questi mesi è stata danneggiata"

"L'industria dell'incontro", come l'ha definita Carlotta Ferrari, ha subito uno stop forzato in ogni comparto, anche nel congressuale. "Un duro colpo, anche perché il settore ha una lunga filiera, con un impatto forte sul territorio. Da settembre, con tutte le incognite del caso, gli eventi ripartiranno. Siamo fiduciosi e pronti, ma dobbiamo avere informazioni certe". In generale, allargando il campo ad ogni comparto turistico "è indubbio che partendo da qui dobbiamo lavorare per una migliore gestione dei flussi e per una convivenza migliore tra residenti e turisti. L'offerta dovrà cambiare, essere più ampia e qualificata"

Gli strumenti per il rilancio sono stati messi in campo dalla Regione Toscana attraverso Toscana Promozione Turistica con la prossima campagna di promozione. Il messaggio da lanciare lo spiega il direttore Palumbo: "La Toscana si prende cura dei propri ospiti, è un luogo per rigenerarsi anche psicologicamente e risponde ai bisogni profondi delle persone. E' nostro compito comunicare in maniera efficace questo messaggio di sicurezza, di cura, non solo dal punto di vista sanitario, ma come accoglienza". Sono stati predisposti strumenti condivisi, come la campagna promozionale in open source, una call destinata a tutti gli operatori per presentare in maniera coordinata le offerte e strategie di co-marketing con le linee aeree

"Tenere insieme salute e sviluppo è complicato – ha aggiunto il consigliere Mazzeo – ma è nostro compito creare le condizioni per ripartire e ricostruire la domanda. L'obiettivo deve essere fare della nostra regione un modello virtuoso delle '3s' che saranno alla base del turismo