

NUOVA CONCESSIONARIA MITSUBISHI  
**Autotecnica** Via Oliveti 102 - MASSA  
**Apuana** tel. 0585 256075

ANNO IV

MARTEDI' 19 MAGGIO 2020 - RECTE AGERE NIHIL TIMERE

1/2

# LA GAZZETTA DI MASSA E CARRARA

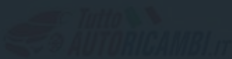
Giornale Politico - Artistico - Amministrativo - Letterario e Teatrale

Indirizzo: Via S. Maria 100 - 54100 Massa

Indirizzo: Via S. Maria 100 - 54100 Massa

Indirizzo: Via S. Maria 100 - 54100 Massa

Prima	Cronaca	Politica	Economia	Cultura	Sport	Confcommercio	Rubriche	InterSVISTA	Bravi	Cecco a Cena
L'evento	Enogastronomia	Montignoso	Aulla	Pontremoli	Lunigiana	Meteo	Viareggio	Lucca	Garfagnana	
Pistola										



tuttoautoricaricambi.it

## STAGIONE 2020

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

martedì, 19 maggio 2020, 12:20

Rilanciare l'immagine della Toscana e dell'Italia, con tanto lavoro e strategie coordinate. "Dobbiamo far innamorare di nuovo della Toscana, riconquistare la fiducia dei nostri ospiti. Per anni è stato quasi tutto scontato, ci abbiamo ecciti nel giusto modo, ma non offrendo sempre esperienze e personalizzazioni". Vito Mollica, chef del Four Seasons Firenze, vede così la ripartenza. "Ora dobbiamo formare il nostro personale per diventare dai 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, 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 Conventions & Visitors Bureau, Carolina Ferrati, Vito Mollica, chef Four Seasons Firenze, e Camilla Carrega Bertolini, consulente in strategie di sviluppo per l'eventualità. Ha moderato Cristina Nali, 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 nella situazione 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. È necessario però rilanciare l'immagine del Paese che in questi mesi è stata danneggiata".

"L'industria dell'incontro", come l'ha definita Carolina Ferrati, ha subito uno stop forzato in

### DISTANTI MA PIÙ VICINI DI PRIMA



168439

collezione di prodotti del commissario, tutti da scoprire, anche perché, essendo una  
lunga filiera, con un impatto forte sul territorio. Da settembre, non tutte le incognite del  
casi, gli eventi spadranno. 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. Il 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 "5s" che saranno alla base del  
turismo dei prossimi mesi: salute, sicurezza, spazi. Mi piacerebbe che la Toscana  
diventasse, sempre più, una vera e propria terra della salute, in grado di valorizzare e unire  
qualità della vita, ambiente, natura, bellezze paesaggistiche, storia, cultura e servizi".

Il webinar è disponibile sulla pagina Facebook di Primavera d'Impresa

Prossimo appuntamento con la formazione gratuita lunedì 25 maggio, sempre sulla  
piattaforma meeting di Zoom, con il titolo "Effetto Covid sui consumi: come si evolve il  
marketing" e il titolo del seminario in cui verranno analizzati le nuove tendenze con esperti  
e professionisti, individuando anche gli scenari che si stanno svelando all'orizzonte. Ma  
soprattutto, sarà l'occasione per capire come comunicare i cambiamenti che hanno  
coinvolto le aziende.



Taggata su

**Vuoi provare a guadagnare con Amazon? Guarda e  
impara subito**

ALTRE NOTIZIE BREVI

CONDIZIONI D'USO