

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

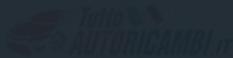
Giornale Politico - Artistico - Amministrativo - Letterario e Teatrale

Pubblicazione del 19/05/2020

Pubblicazione del 19/05/2020

Pubblicazione del 19/05/2020

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										


[www.autoricambi.it](http://www.autoricambi.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, li abbiamo accolti 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". Tutti 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 Ferrari, Vito Mollica, chef Four Seasons Firenze, e Camilla Carrega Bertolini, consulente in strategie di sviluppo per l'eventualità. Ha moderato Cristina Nalli, 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 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 Ferrari, ha subito uno stop forzato in

### DISTANTI MA PIÙ VICINI DI PRIMA



Per informazioni sui servizi turistici visitate il sito [www.toscana.com](http://www.toscana.com)

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 dei 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 Turismo 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 è 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.



19/05/2020 11:00

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

ALTRE NOTIZIE BREVI

19/05/2020 11:00