

# #TuscanyTogether

Workshop di co-design del prodotto

Simona Polli

25 febbraio 2021

LIVING CULTURE: CULTURA, EVENTI E CREATIVITA



Regione Toscana



TOSCANA  
PROMOZIONE TURISTICA



## TURISMO CULTURALE IN TOSCANA

- ✓ 62% stranieri (Germania, Francia, Olanda, USA e Regno Unito) vs 38% italiani (nord Italia)
- ✓ Principalmente coppie o famiglie con figli adolescenti
- ✓ 61% stranieri up-market (spesa media giornaliera 146 euro vs italiani 95 euro)
- ✓ 85% organizza indipendentemente
- ✓ Periodo di visita: principalmente maggio/giugno
- ✓ Interessi: città e musei, borghi minori, cantine e tour gastronomici, shopping
- ✓ 58% interessati ad entrare in contatto con la comunità locale



## I NUMERI DEL TURISMO CULTURALE E CREATIVO

- ✓ Cultura come prima motivazione di viaggio per il 50% dei viaggiatori a livello mondiale (UNWTO)
- ✓ Italia creativa e della cultura vale 47 miliardi di euro (5,8% del Pil)



Regione Toscana



TOSCANA  
PROMOZIONE TURISTICA

# #TUSCANYTOGETHER

## EVENTI IN TOSCANA

- ✓ 75% pubblico italiano / stranieri principalmente mercati prossimità es. Germania
- ✓ Turista individuale, coppie o amici
- ✓ Permanenza breve legata all'evento a volte come tappa in vacanza più lunga/ stranieri anche 3-5 notti
- ✓ Svolgono anche altre attività legate alla prima motivazione di viaggio (sport o cultura)

Sito ufficiale della destinazione Toscana ©2020 ITALIANO ▾

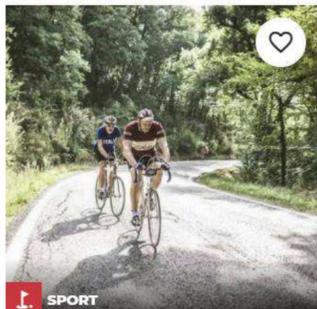
**VISITTUSCANY.COM** Scopri ora Dove andare Cosa fare Dove dormire Organizza ♥ 🔍 ☰

Cosa  
**eventi** Cerca

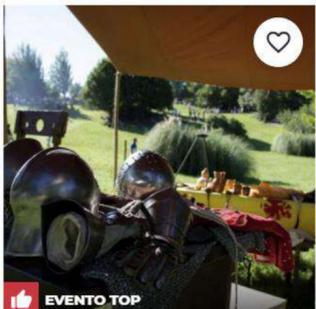
Vedi tutti Attrazioni Idee Itinerari Proposte di viaggio Ricette Sapori Prodotti artigianali **Eventi** Eventi Top Offerte

Dove: Ovunque ▾ Cosa: Tutti i temi ▾ Quando: Tutto l'anno ▾ ☰ Ordina per rilevanza ▾

75 Eventi per eventi



**Arezzo Bike Festival**  
Dal 27 mar 2021 al 18 apr 2021  
a AREZZO



**Volterra AD 1398**  
Seconda e terza domenica di agosto  
a VOLTERRA



**Cortona On The Move**  
Da luglio a settembre  
a CORTONA



**Slow Travel Fest**  
Giugno, settembre, ottobre  
a MONTECASSINI



## I NUMERI DEGLI EVENTI IN TOSCANA

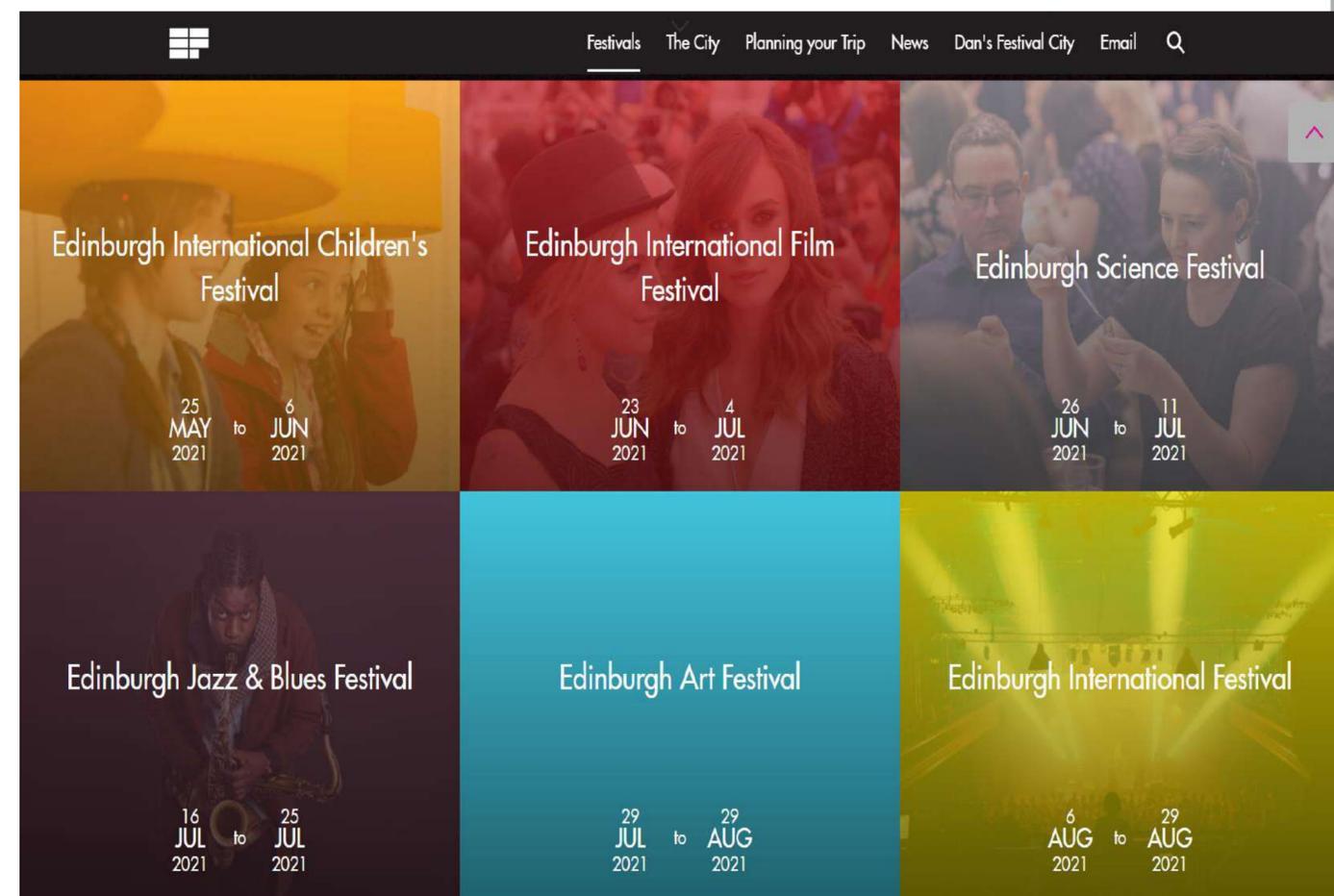
- ✓ Lucca Comics: 270k biglietti in 5 giorni nel 2019
- ✓ Puccini Opera Festival: 27k + spettatori
- ✓ Gran premio del Mugello: 139k nel 2019
- ✓ Festival di Cortona: 30k+ visitatori
- ✓ Palio di Siena: 35k+ spettatori nel 2019
- ✓ Carnevale di Viareggio: 600k spettatori nel 2019





## EDINBURGO: CAPITALE MONDIALE DEI FESTIVAL

- ✓ Edinburgo investe circa £10 milioni all'anno in eventi
- ✓ Fringe Festival: il più grande festival di arti performative al mondo (3 milioni di presenze nel 2019)
- ✓ Edinburgh International Festival: dal 1947, 3 settimane ad agosto in 6 teatri della città con spettacoli di musica, teatro, opera e danza (430k visitatori nel 2019)
- ✓ 11 festival confermati per il 2021
- ✓ Gli artisti verranno pagati anche se non si terrà il festival per bambini di maggio





Regione Toscana



# #TUSCANYTOGETHER

## EDINBURGH FESTIVAL CITY: PLAN YOUR TRIP

Festivals The City Planning your Trip News Dan's Festival City Email Q

**Somewhere to Stay** From luxury hotels to couch surfing - start planning your stay

**Getting to Edinburgh** A look at the various ways to travel to our festival city!

**Getting Around** Top tips to help you find your way around the city

**Food and Drink** Whatever you're after, Edinburgh has it all on a plate...

**Attractions** Some of the must-see features of Scotland's capital



## UNESCO CREATIVE CITIES NETWORK

L'Unesco riconosce l'arte e creatività come driver per uno dei 17 obiettivi dell'Agenda 2030 per il turismo sostenibile: *'make cities and human settlements inclusive, safe, resilient and sustainable'*

7 temi di creatività: arte folkloristica e artigianato, design, film, musica, enogastronomia, arti multimediali, letteratura





Regione Toscana

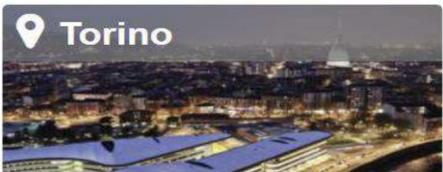
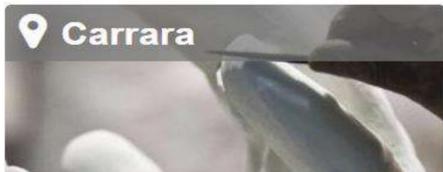
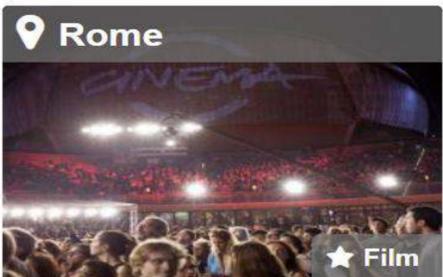


TOSCANA  
PROMOZIONE TURISTICA

# #TUSCANYTOGETHER

## CITTÀ CREATIVE ITALIANE

Eventi internazionali (Carrara International Biennale, Marmotec, Studi Aperti, forum di giovani scultori...)

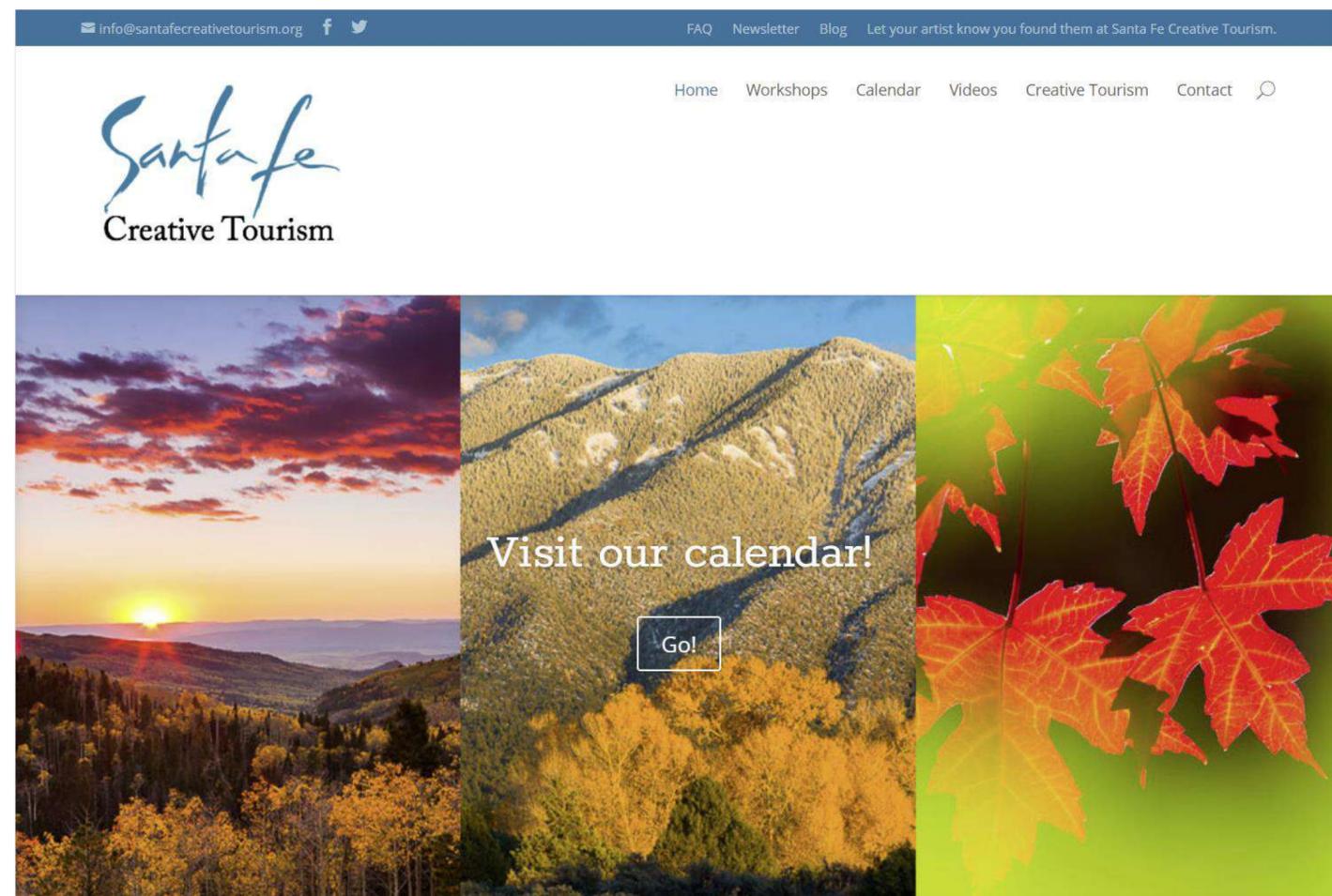




## SANTA FE CREATIVE CITY

Cittadina di 80,000 abitanti parte del network delle città creative Unesco

- ✓ Tradizioni dei nativi d'America di tessitura, ceramica, gioielli, danze folkloristiche
- ✓ 250 gallerie d'arte
- ✓ 3 eventi annuali legati all'arte: Santa Fe International Folk Art Market; Traditional Spanish Colonial Market, Indian Market





## TURISMO CREATIVO

*«Turismo che offre ai visitatori l'opportunità di sviluppare il loro potenziale creativo attraverso la partecipazione attiva in corsi e esperienze formative, che sono caratteristiche della destinazione turistica in cui si svolgono» (Greg Richards, 2000)*

*«Un viaggio diretto verso un'esperienza autentica ed impegnata, con apprendimento partecipativo nelle arti, nella cultura o nella vita di personaggi del luogo, che fornisce un legame con chi vive in questo luogo e genera questa cultura vivente» (UNESCO, 2006)*



## ELEMENTI TURISMO CREATIVO

- ✓ Partecipazione attiva del visitatore
- ✓ Esperienza di apprendimento
- ✓ Relazione dell'esperienza di visita con una caratteristica della destinazione turistica

Es. Workshop di artigianato, laboratori di cucina, manifestazioni sulla cultura e tradizioni locali, eventi di musica e arti performative



## I PRO DEL TURISMO CREATIVO

- ✓ Differenziazione dell'offerta turistica culturale
- ✓ Innovazione che nasce dall'incontro di settori trasversali (turismo, cultura, artigianato, agricoltura...)
- ✓ Preservazione di antichi saperi e tradizioni
- ✓ Valorizzazione di centri minori
- ✓ Destagionalizzazione
- ✓ Contatto con la natura
- ✓ Driver per il turismo sostenibile



Regione Toscana



TOSCANA  
PROMOZIONE TURISTICA

# #TUSCANYTOGETHER

## AIRBNB EXPERIENCES

- ✓ Dal 2016 sezione «Experiences» suddivisa in Arte e Cultura, Enogastronomia, Natura e Avventura
- ✓ Esperienze più ricercate su Airbnb: laboratori artistici, tour fotografici, artigianato...
- ✓ 2000 esperienze Arte e Cultura



★ 5,0 (28) · Portogallo

Segui il pastore - Serra da Estrela

A partire da 45€ a persona



★ 4,88 (144) · Corea del Sud

Arte di ceramica in casa tradizionale a Jeju

A partire da 34€ a persona



★ 4,99 (429) · Belgio

Crea il tuo anello d'argento

A partire da 85€ a persona



Regione Toscana



TOSCANA  
PROMOZIONE TURISTICA

# #TUSCANYTOGETHER

## LE PERSONE AL CENTRO – VISIT COPENHAGEN

*“The idea is to transform the locals into the attraction itself”*

Piano marketing della città di Copenhagen  
«The end of tourism as we know it» per rendere i cittadini l’attrazione della destinazione

VISITCOPENHAGEN



See & do

Eat & drink

City areas

Planning

Day trips

### Get to know Copenhagen from the local experts

We've asked some of Copenhagen's most well-rounded locals to share their knowledge on where to go, what to eat, drink, and what to do in their home city. This is your gateway to dig a little deeper in wonderful Copenhagen.





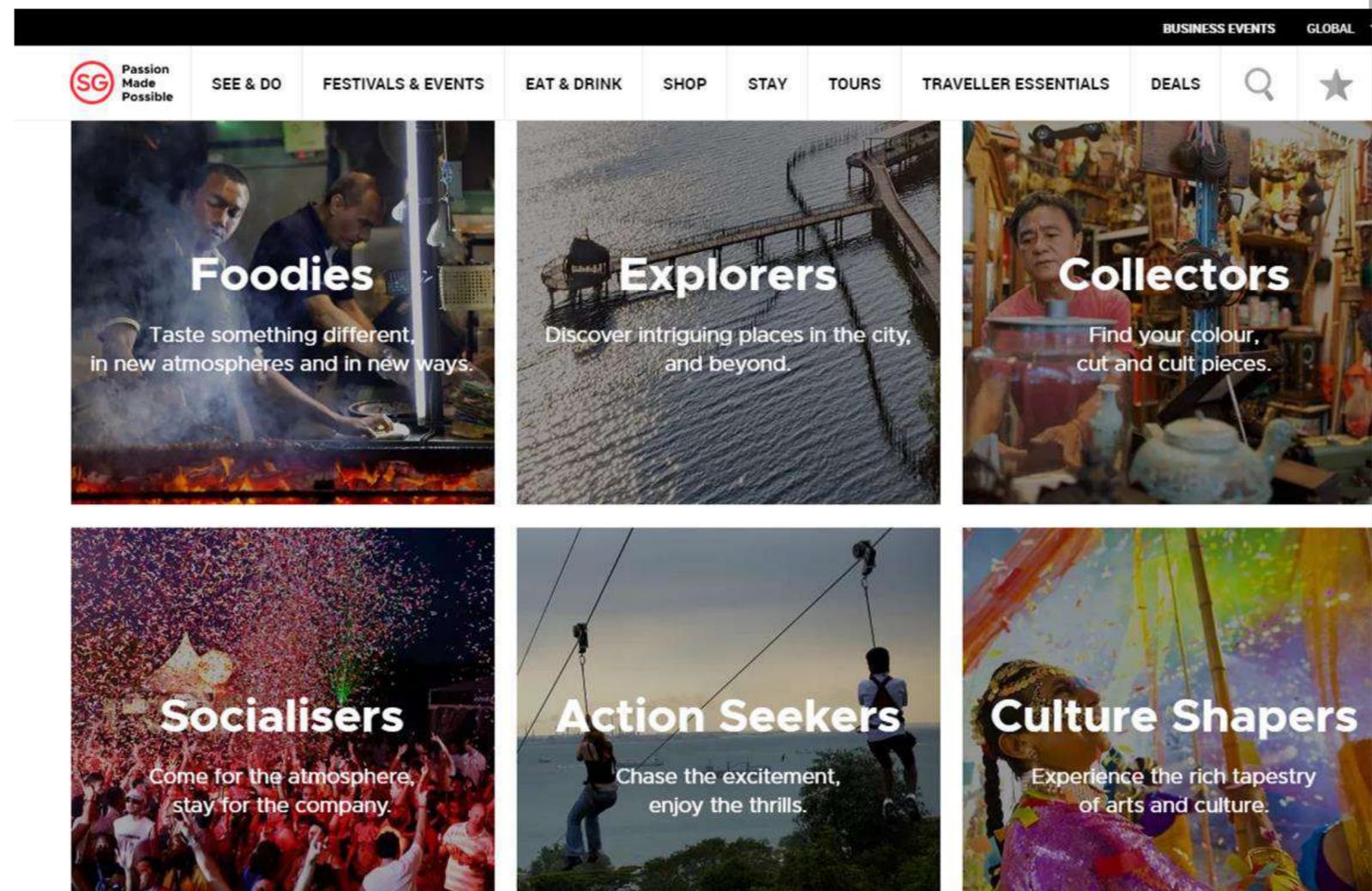
Regione Toscana



# #TUSCANYTOGETHER

## LOCAL AMBASSADORS - SINGAPORE

- ✓ Singapore Passion Ambassadors come “guide” al territorio
- ✓ Visitatore come protagonista attivo





Regione Toscana

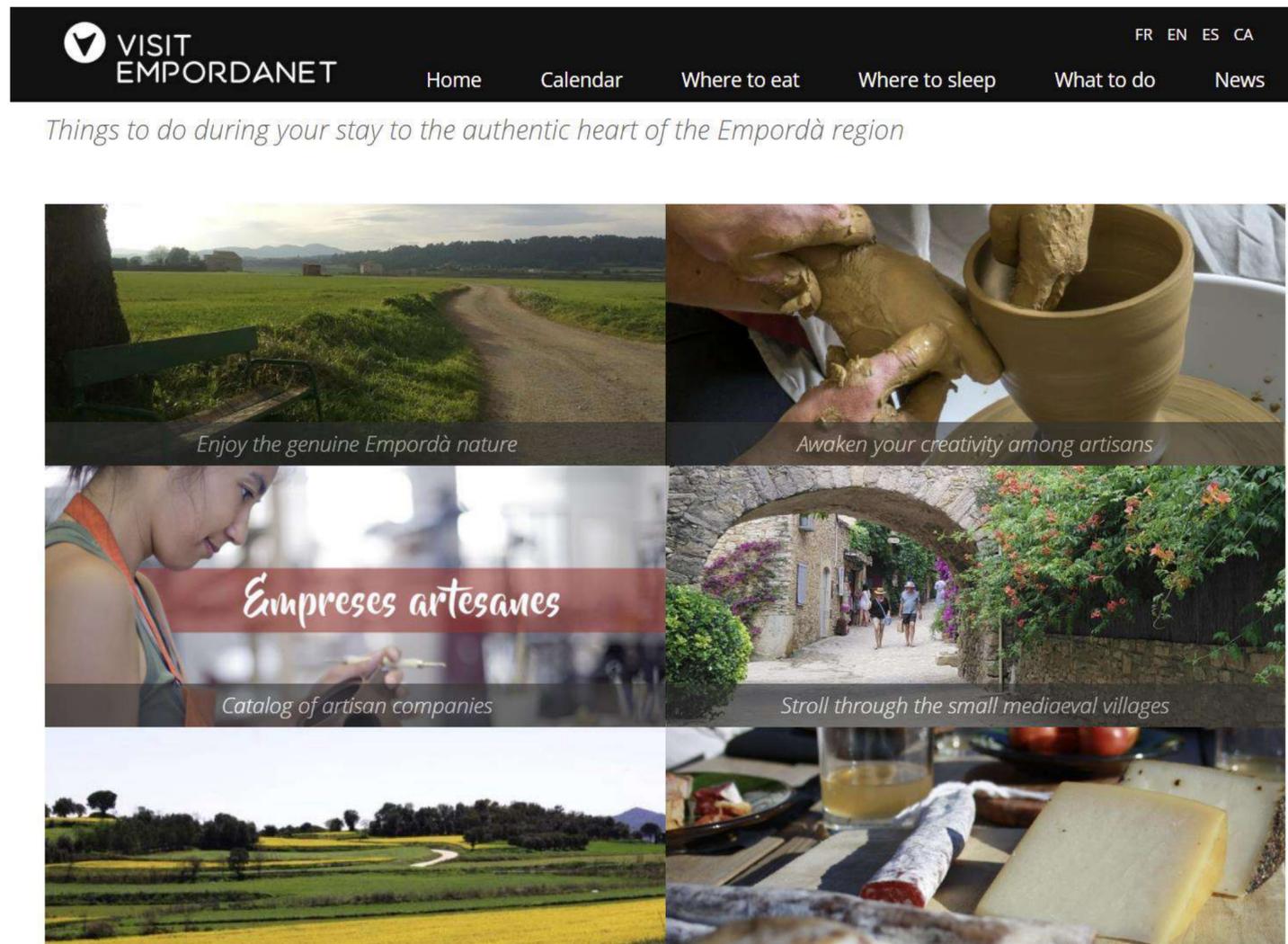


TOSCANA  
PROMOZIONE TURISTICA

# #TUSCANYTOGETHER

## CREATIVE EMPORDANET – COSTA BRAVA

5 Comuni in provincia di Girona che hanno puntato il brand territorial sulla creatività attraverso musei, eventi internazionali, workshop di artigianato e ceramica





Regione Toscana



TOSCANA  
PROMOZIONE TURISTICA

# #TUSCANYTOGETHER

## LOULE CRIATIVO – ALGARVE

Cittadina di 70,000 abitanti nel sud dell'Algarve che ha puntato sul turismo creativo con offerta di esperienze laboratoriali, manifestazioni di arte e artigianato, residenze creative e artistiche



*Almond and honey biscuits  
creative experience*

Several Dates



*Fresco Painting  
creative experience*

Several Dates



*The Earth Colours: courses in search of natural pigments  
creative experience*

Several Dates



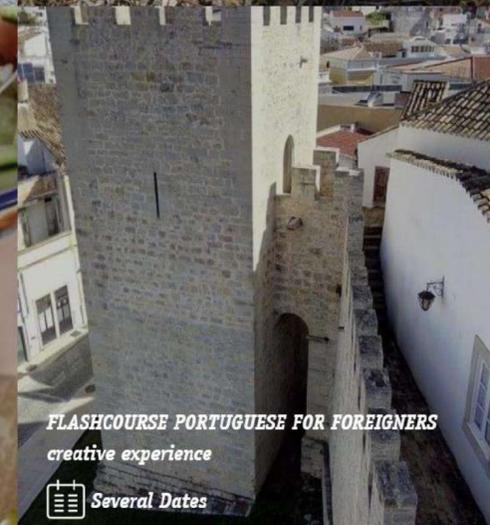
*Recreation of Platbands on Decorative Panels  
creative experience*

Several Dates



*From the Market to the Kitchen - Mountain Flavours  
creative experience*

Several Dates



*FLASHCOURSE PORTUGUESE FOR FOREIGNERS  
creative experience*

Several Dates



Regione Toscana

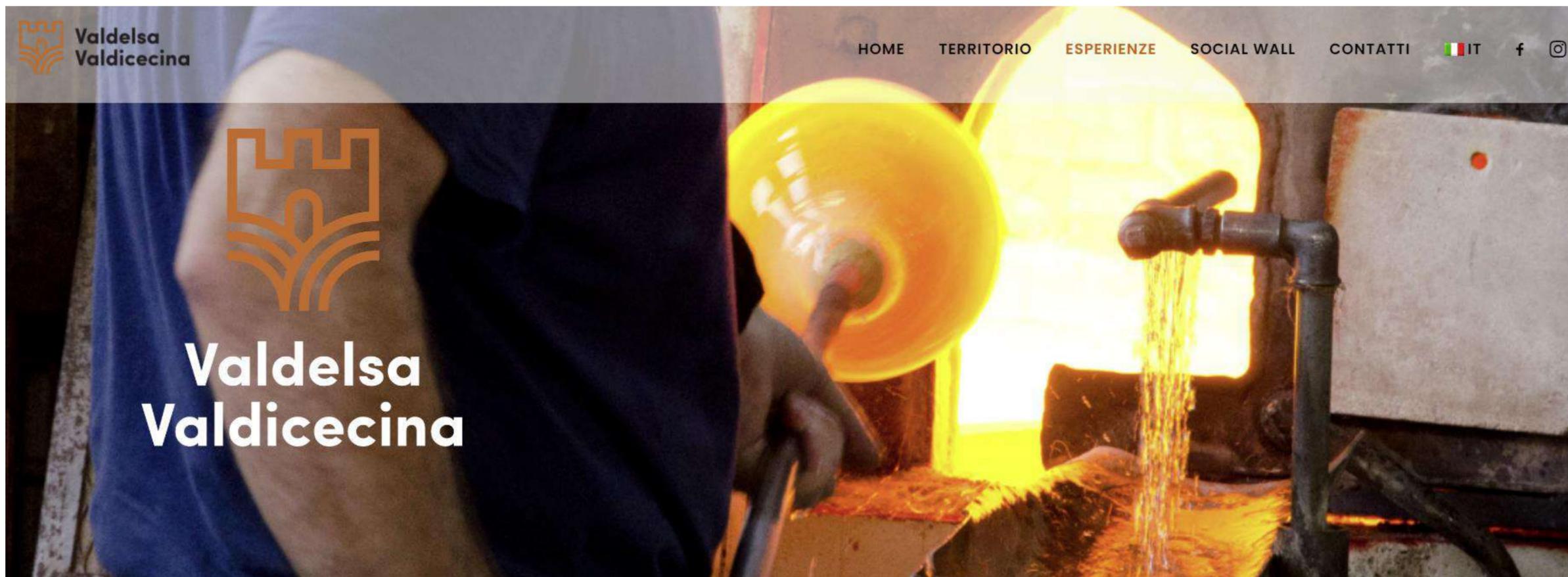


TOSCANA  
PROMOZIONE TURISTICA

# #TUSCANYTOGETHER

## BE TUSCAN FOR A DAY - VALDELSA VALDICECINA

Percorsi tematici sull'arte, tour esperienziali di food o artigianato (es. Lavorazione del cristallo)





Regione Toscana



# #TUSCANYTOGETHER

## NEVER ENDING TOURISM

Esperienze e contatto con la destinazione anche prima o dopo la visita grazie al digitale  
es. corsi di cucina, corsi di danza, lezioni di yoga e mindfulness, visite a musei...

Filtri   Date   Dimensione del gruppo   Cucina   Danza   Bevande   Intrattenimento   Fitness   **Storia e cultura**   Magia   Musica   Per il sociale   Benessere



★ 4,98 (276) · Corea del Sud  
C'era una volta: alla scoperta delle favole coreane  
**A partire da 7€** a persona



★ 4,89 (101) · Thailandia  
Ravviva la quotidianità con il cibo thailandese  
**A partire da 21€** a persona



★ 4,98 (345) · Colombia  
Impara la salsa e i balli latini partendo da zero  
**A partire da 14€** a persona



★ 4,98 (53) · Canada  
Bagel facili e deliziosi nello stile di Montreal  
**A partire da 29€** a persona



Francia  
Una festa a Parigi: attività di team building  
**A partire da 24€** a persona



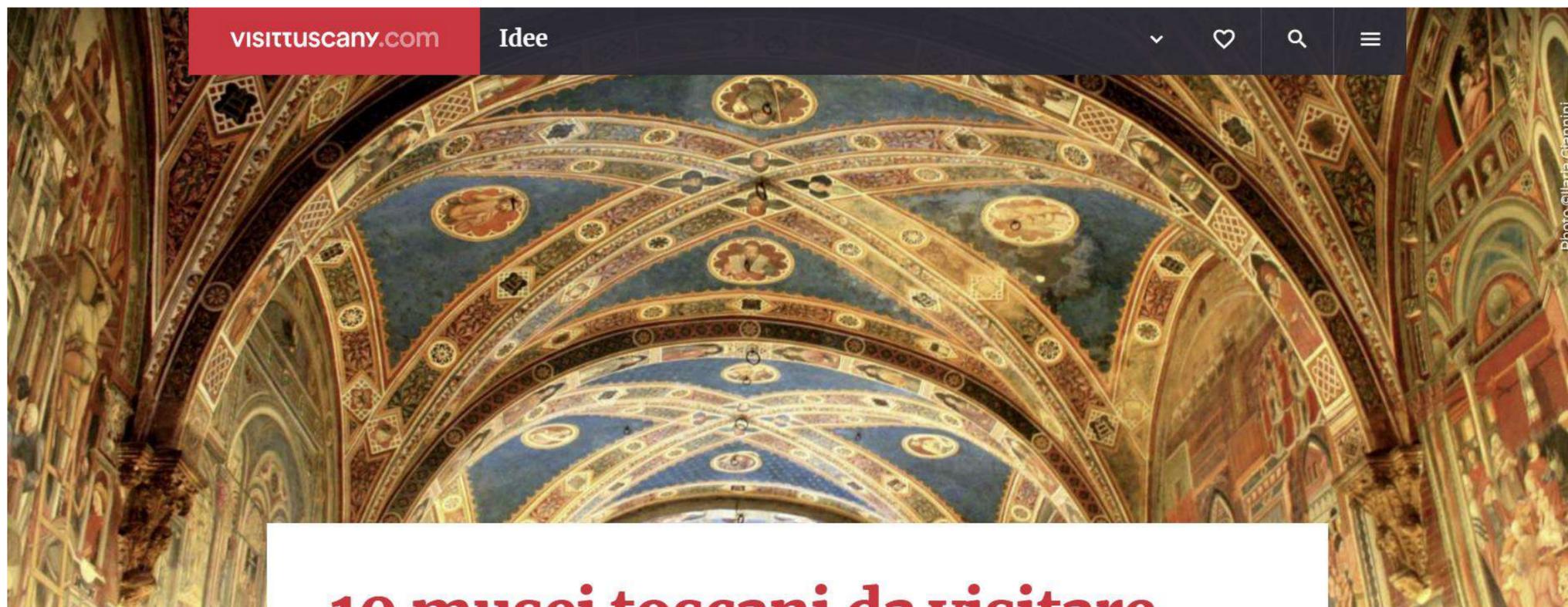
Regione Toscana



TOSCANA  
PROMOZIONE TURISTICA

# #TUSCANYTOGETHER

VIRTUAL AS THE NEW REAL



## 10 musei toscani da visitare online

Video, app e mostre virtuali per un viaggio nell'arte



in zona

1747 ALLOGGI

104 OFFERTE

19 EVENTI



Regione Toscana



TOSCANA  
PROMOZIONE TURISTICA

# #TUSCANYTOGETHER

## ECOMUSEO DEI 5 SENSI - SCIACCA

Museo diffuso di esperienze a contatto con la comunità

Tatto: laboratori di ceramica, gioielli, corsi di cucina e molitura degli antichi grani, vendemmia

Gusto: cooking class

Olfatto: saponi

Vista: Sciacca delle maestranze, Sciacca Contadina, street art, leggende

Udito: rientro dei pescatori, mercato di Sciacca...



Vivere un' ESPERIENZA  
al Museo Diffuso dei 5  
Sensi



...significa scegliere  
di essere  
protagonista di un  
viaggio unico fatto  
di emozioni ed  
empatia con la  
gente del luogo...



Regione Toscana



TOSCANA  
PROMOZIONE TURISTICA

# #TUSCANYTOGETHER

## TOUR DEGLI IMPASTI

dalla farina al pane, alla pasta e ai dolci per conoscere i segreti, scoprire le tecniche da replicare e innamorarvi di gusti autentici

Conoscete la sensazione che si prova nell'immergere le mani nella farina e fare il pane per vederlo lievitare lentamente? Ad altre farine aggiungiamo le uova per fare la pasta ottenendo un impasto liscio al tatto. Questa è l'occasione giusta per imparare a preparare la pasta fresca, in casa, qui in Sicilia dove, nel 1154 ha aperto la prima fabbrica di pasta al mondo. In questa esperienza farete il pane, la pasta e anche il dolce della nonna che accompagnerà la fine del pasto con la dolcezza di questa terra.

### L'EXPERIENCE IN SINTESI

- 1 PERCHE scegliere quest'Experience? -  
venite ad imparare i segreti per trasformare acqua, farina e uova nel pane, pasta e dolci più buoni che abbiate mai provato.
- 2 DURATA +
- 3 COSTO +
- 4 COSA include? +
- 5 COME acquistare il Ticket? +

### SENSOMETRO MUSEO DIFFUSO DEI 5 SENSI



1

PRENOTA & ACQUISTA

2

RITIRA IL TICKET

3

RECATI SUL LUOGO

4

VIVI L'ESPERIENZA!



Regione Toscana



# #TUSCANYTOGETHER

## FARM CULTURAL PARK - FAVARA

*«Ho deciso di dedicare la mia vita alla bellezza, alla creatività e alla ricerca della felicità» – Andrea Bartoli*

- ✓ 2010 inaugurato il progetto di rigenerazione urbana, centro culturale ed espositivo di arte moderna
- ✓ Sede di eventi, festival, mostre con 100+ artisti coinvolti e 120k+ visitatori all'anno

FARM CULTURAL PARK

LA STORIA

I LUOGHI

LE PERSONE ▾

SCOPRI FARM

I PROGETTI

Prima di FARM Favara era un piccolo centro rurale con uno straordinario centro storico abbandonato, testimonianza di un passato glorioso ma con un presente inadeguato. FARM che Maurizio Carta ha definito "un acceleratore di particelle culturali" ha trasformato i Sette Cortili in una galleria d'arte, in residenze d'artista, in luoghi dove il cibo diventa cultura del territorio. Sono spazi per la socialità e l'abitare temporaneo, spazi che ospitano conferenze e concerti, con un giardino segreto e un tetto "commestibile". Farm è tutto questo e cento altre cose ancora.





Regione Toscana

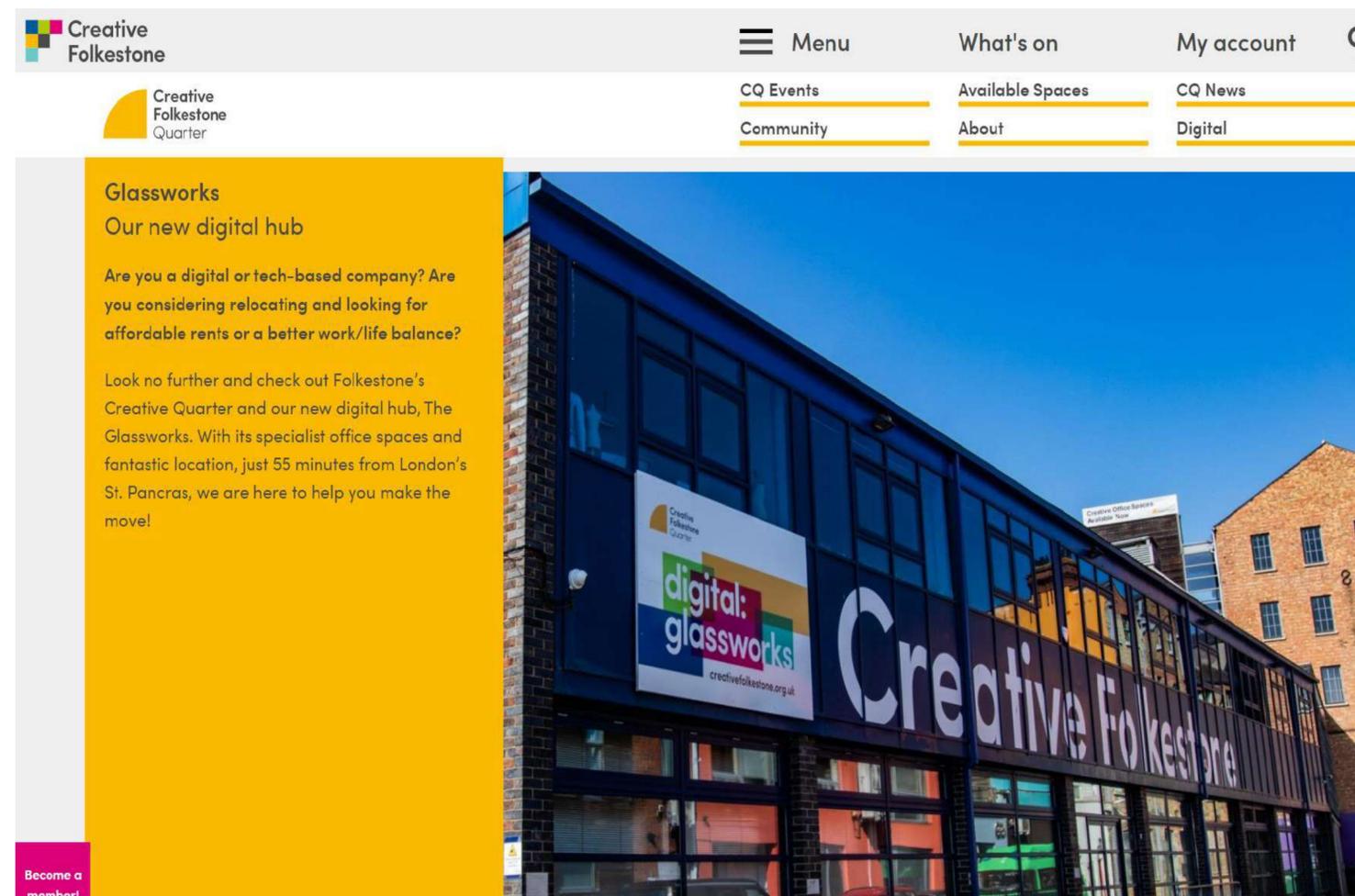


TOSCANA  
PROMOZIONE TURISTICA

# #TUSCANYTOGETHER

## FOLKESTONE CREATIVE QUARTER

- ✓ Quartiere del Kent dedicato alla classe creativa (musica, arte, spettacolo, design)
- ✓ 80+ appartamenti, 100+ studi/laboratori, 50 negozi
- ✓ Folkestone Quarterhouse: venue per spettacoli di arte, musica, teatro, festival, workshop e eventi
- ✓ Folkestone Artworks: la più grande esibizione di arte contemporanea in UK
- ✓ Folkestone Book Festival
- ✓ Folkestone Triennial (440k+ visitatori)





Regione Toscana

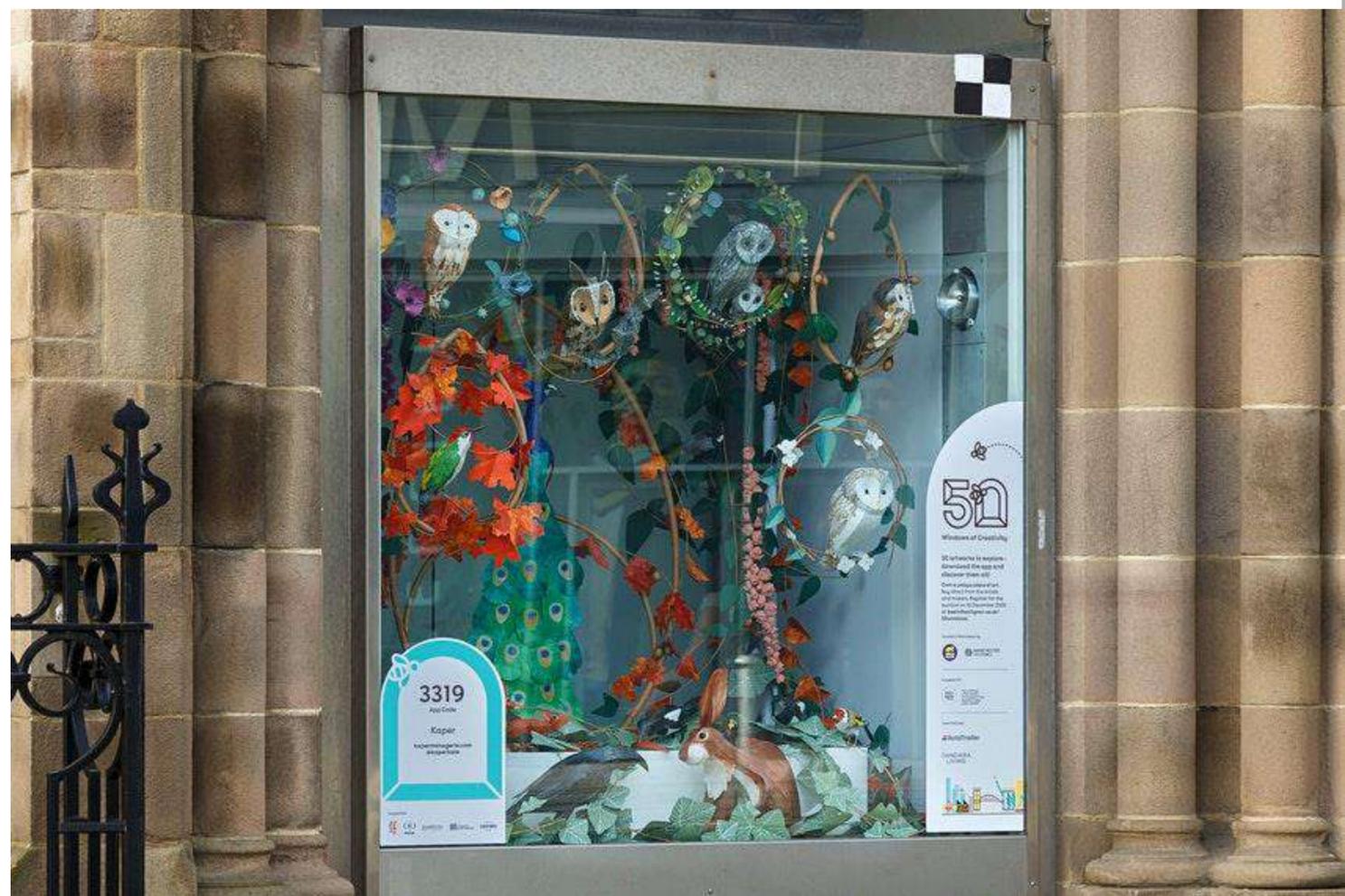


TOSCANA  
PROMOZIONE TURISTICA

# #TUSCANYTOGETHER

## MANCHESTER 50 WINDOWS OF CREATIVITY

Percorso espositivo temporaneo di 60 opere d'arte tra fotografia, murales, mosaici dislocate in 50 locations e vetrine in giro per Manchester culminato in un'asta





## STREET ART: VALPARAISO

- ✓ Graffiti e murales nei quartieri Carcel, Miraflores, Alegre, Pateon, Concepción and Bellavista
- ✓ Museo a cielo aperto di Bellavista (20 murales): lanciato nel '69 e ripreso nel 1992 da 70+ artisti
- ✓ Valpo Street Art Route
- ✓ Tour guidati street art





## TRE PROGETTI PER GHIZZANO

Ghizzano (Peccioli) come museo d'arte contemporanea con installazioni e opere di Tuttofuoco (Elevatio Corpus, installazioni marmo, neon e ferro), Kwade (scultura Solidsky) e Tremlett (Via di Mezzo policromatica).





Regione Toscana



TOSCANA  
PROMOZIONE TURISTICA

# #TUSCANYTOGETHER

## MAUA: MUSEO ARTE URBANA AUMENTATA

Progetto di museo aperto e partecipativo by Bepart:

- ✓ Mappatura fotografica con le scuole
- ✓ Workshop per animation designer di AR
- ✓ Mostra delle opere animate
- ✓ Percorsi di street art guidati o self-guided tramite app

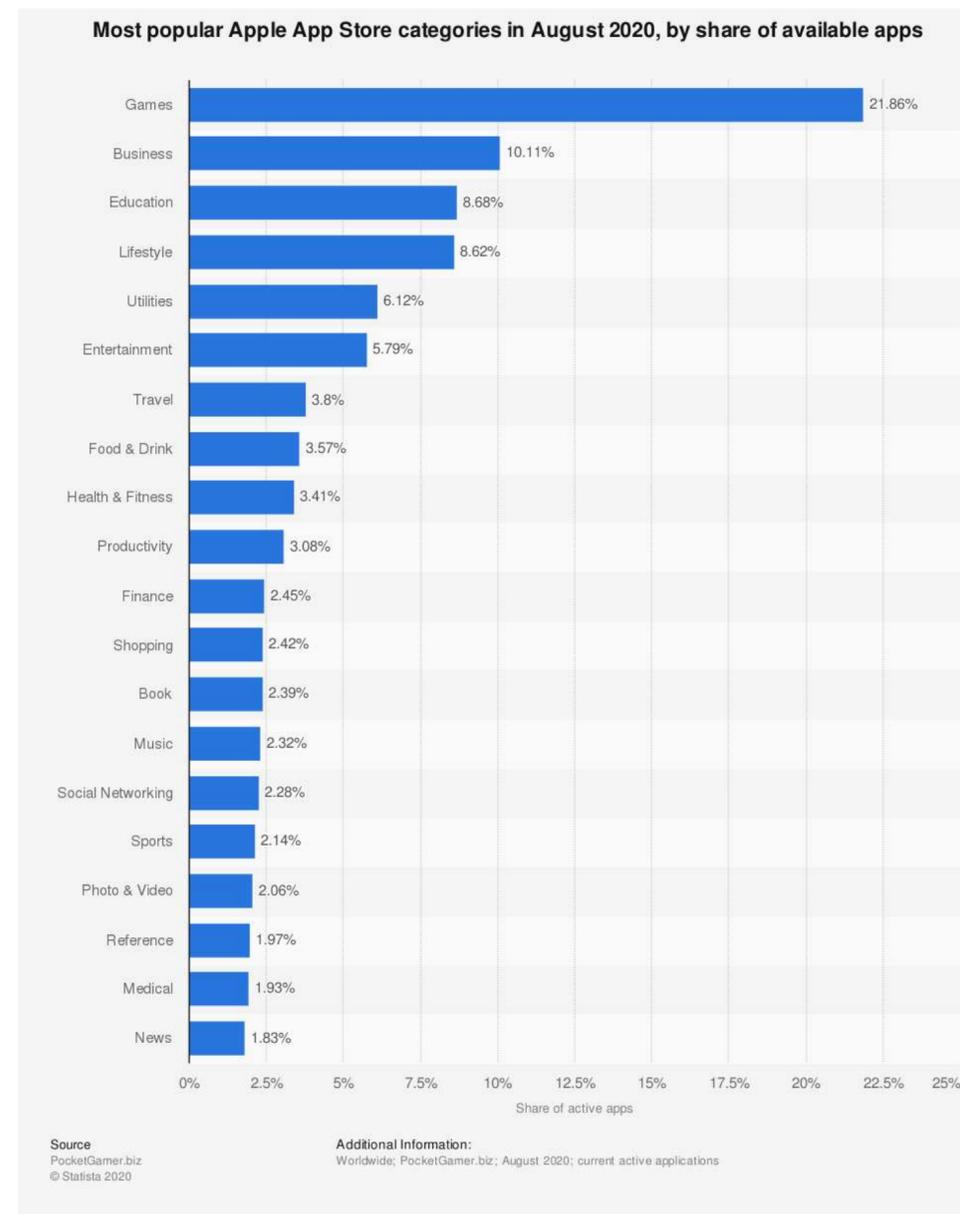
MAUA





## GAMIFICATION

- ✓ 1.6+ milioni di gamers al mondo nel 2020  
(Fonte: Statista)
- ✓ App di gaming n. 1 su Apple App Store (21,86%  
vs travel 3,8%)





Regione Toscana

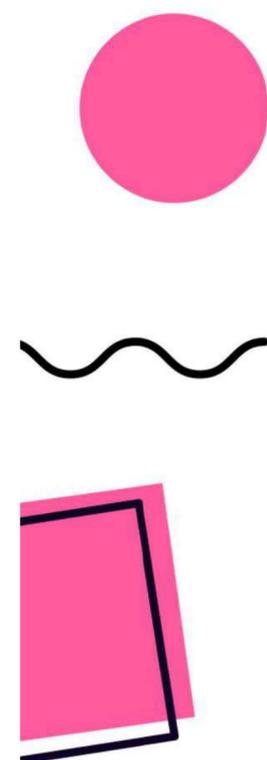


TOSCANA  
PROMOZIONE TURISTICA

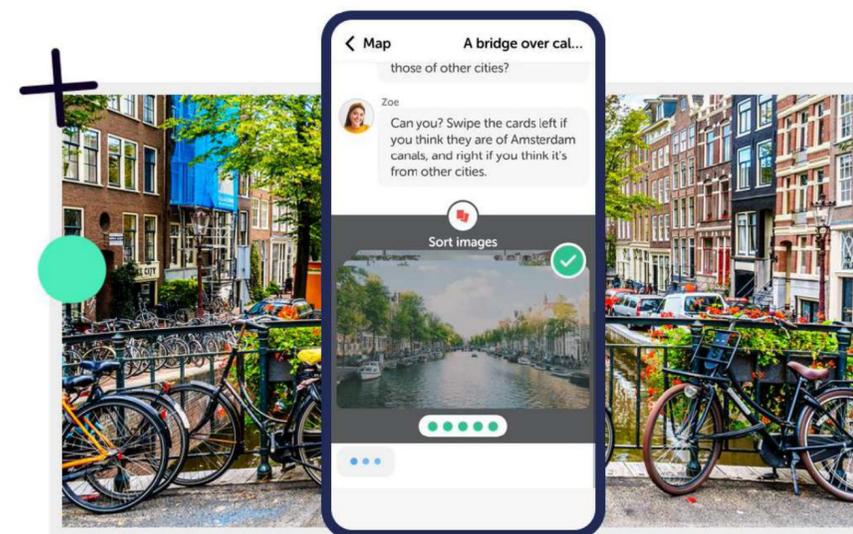
# #TUSCANYTOGETHER

## GAMIFICATION & TRAVEL

**NEXTO:** app di gamification per la visita interattiva delle destinazioni, premiato nel 2019 come best practise di digitalizzazione da **European Capital of Smart Tourism**



5 star self-guided experiences  
for your park





Regione Toscana



TOSCANA  
PROMOZIONE TURISTICA

# #TUSCANYTOGETHER

## GAMIFICATION & TRAVEL

**QUESTO:** app di gamification per la visita interattiva delle città attraverso quiz tematici



### Florence, Italy



Florence: The Medici Conspiracy Quest  
14.99 EUR • 3.5 km • 70 min  
★ 4.3 (225)



Haunted Florence: Dante's Inferno  
12.99 EUR • 2.5 km • 57 min  
★ 4.5 (116)



The Serial Killer of Florence (+18)  
9.99 EUR • 3.0 km • 45 min  
★ 4.7 (35)

### Other cities



Montréal  
Canada



Genova  
Italy



Philadelphi  
USA

Hi there 🤖 If you need any assistance, I'm always here.

Enter your message...





Regione Toscana

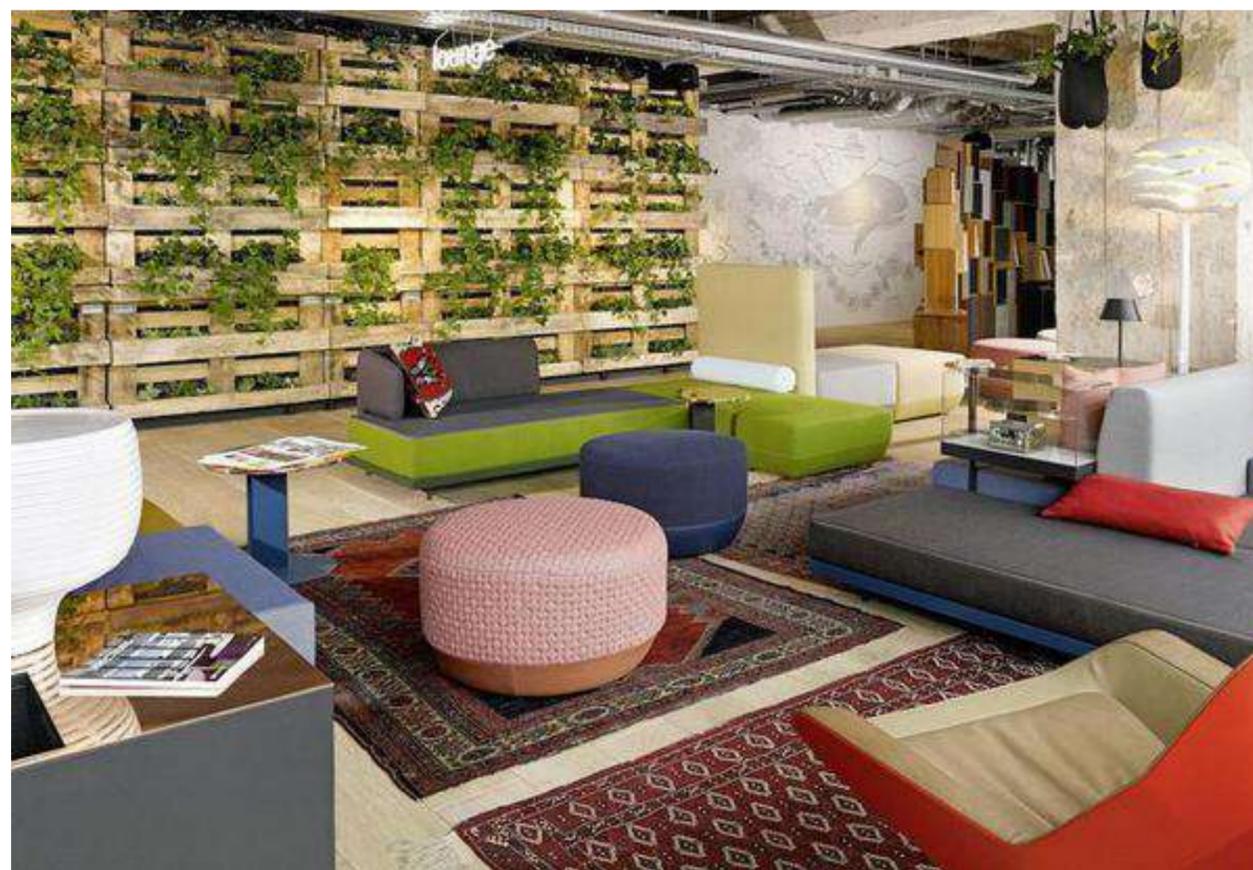


TOSCANA  
PROMOZIONE TURISTICA

# #TUSCANYTOGETHER

## DESIGN HOTELS

**25Hours Hotel Bikini**, Berlino: design urban jungle tra natura e cultura



**Savona 18**, Milano: connubio tra struttura rétro, contemporaneità degli arredi, elementi vintage





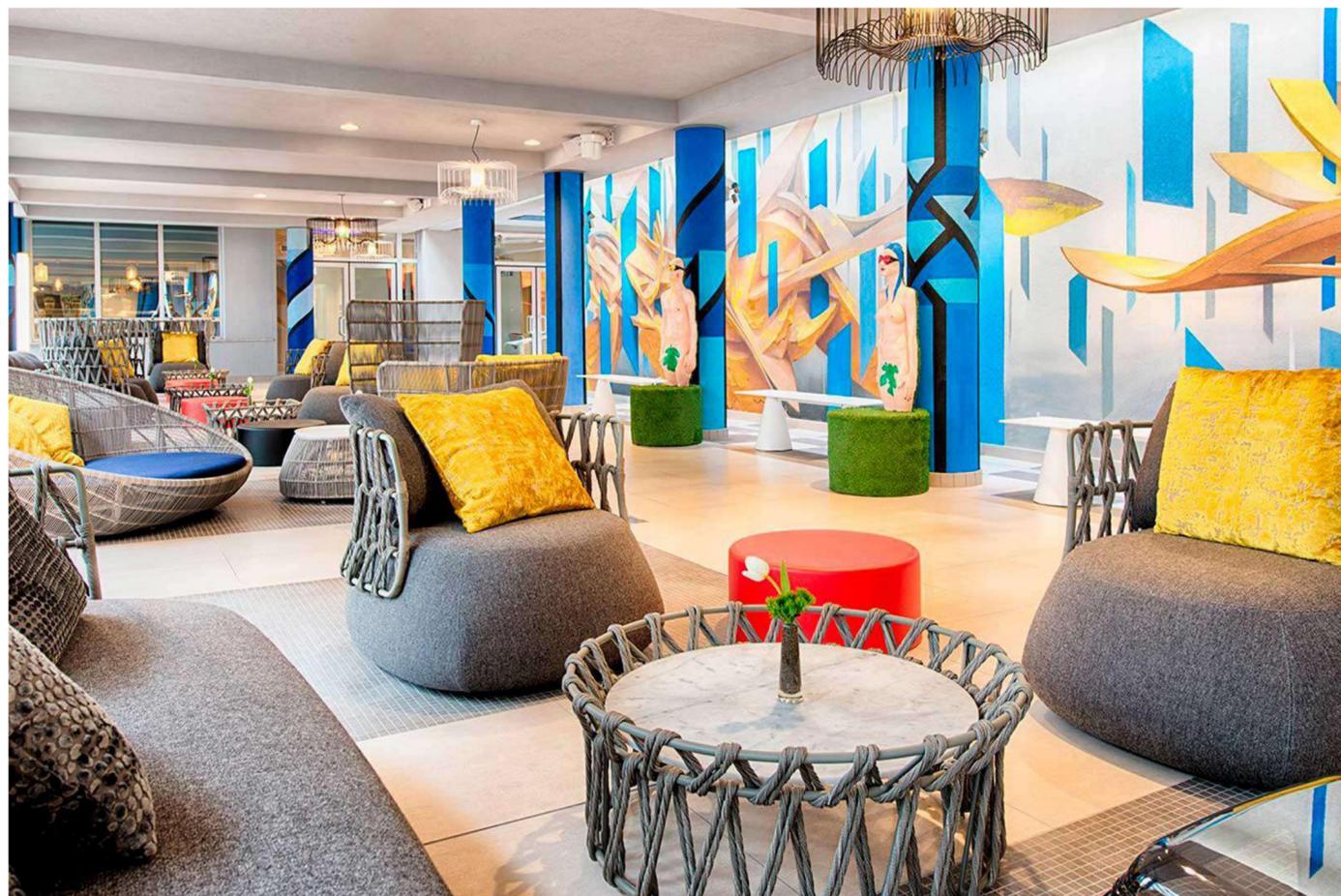
Regione Toscana



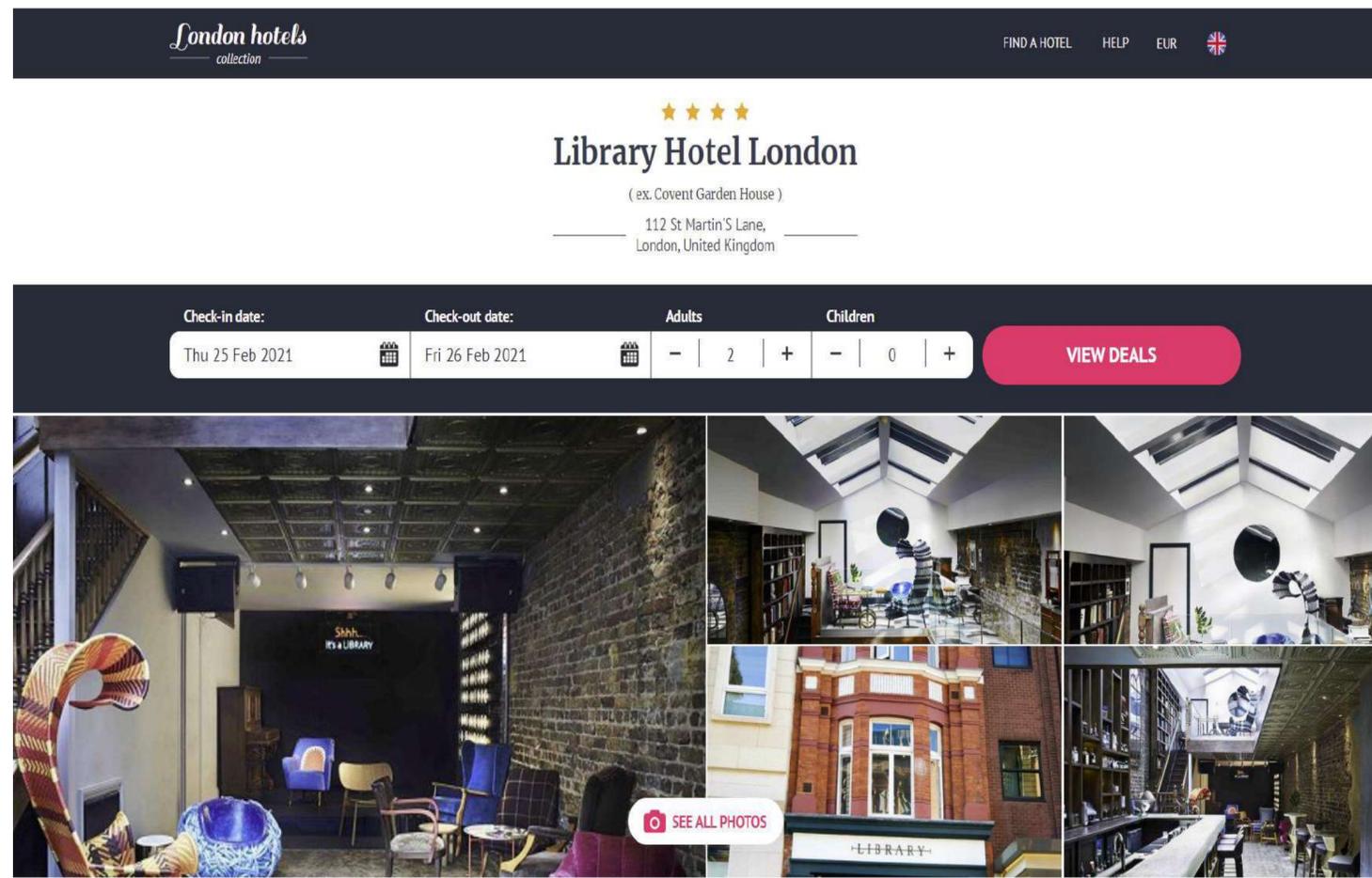
# #TUSCANYTOGETHER

## DESIGN HOTELS

**Nyx Hotel, Milano:** primo lifestyle hotel d'Europa che coniuga ospitalità, design e arte. Museo diffuso di street art



**Library Hotel, Londra:** rivolto alla classe letteraria in cerca di esclusività e design sostenibile





## LUOGHI INSTAGRAMMABILI

- ✓ Il 40% dei Millennials sceglie la destinazione in base all'instagrammabilità della vacanza. (Fonte: Schofields Insurance)
- ✓ Instagram Tour es. altalene a Bali
- ✓ Itinerari delle panchine giganti

### Bali: tour Instagram di 1 giorno dei luoghi più suggestivi

Riepilogo Informazioni principali In evidenza Itinerario Punto di incontro Recensioni

**1.5 ore**

- Tempio di Lempuyang
- Tirta Gangga

**4.5 - 6.5 ore**

- Cascata di Tukad Cepung (pranzo)
- Altalena sulla giungla
- Tegalalang

**2 ore**

- Bali

Google  
Dati mappa ©2021 Termini e condizioni d'uso Segnala un errore nella mappa

📍 Punto di incontro 📍 Fermate principali ● Altre fermate

#### In evidenza

- Spunta i luoghi più instagrammabili di Bali dal tuo elenco delle cose da vedere con questo tour di 1 giorno
- Scopri la cultura e la storia balinese in compagnia di una guida locale esperta
- Dai al tour un tocco personale con attività personalizzabili
- Goditi la vista sullo straordinario Monte Agung durante il pranzo
- Scatta foto ricordo da condividere con i tuoi follower

#### Descrizione completa

Fatti invidiare dai tuoi follower su Instagram mentre esplori Bali con un tour di 1 giorno personalizzabile nei suoi luoghi più famosi.



## BIG BENCH COMMUNITY PROJECT - LANGHE

- ✓ 2010 prima big bench costruita dal designer Chris Bangle a Clavesana
- ✓ 2014 Big Bench Community Project: per promuovere la costruzione di altre panchine giganti valorizzando le eccellenze artigianali locali
- ✓ Oggi 126 panchine in tutta Italia





Regione Toscana



TOSCANA  
PROMOZIONE TURISTICA

# #TUSCANYTOGETHER

## ARTE E NATURA

HOME CHI SIAMO COSA FARE + INFO + MULTIMEDIA PARTNER/SPONSOR



"BoscoArteStenico" - Trentino Italia - Museo d'Arte nella Natura  
certificato marchio OPEN Turismo Accessibile  
certificato PEFC per una gestione forestale sostenibile



### ARTESELLA

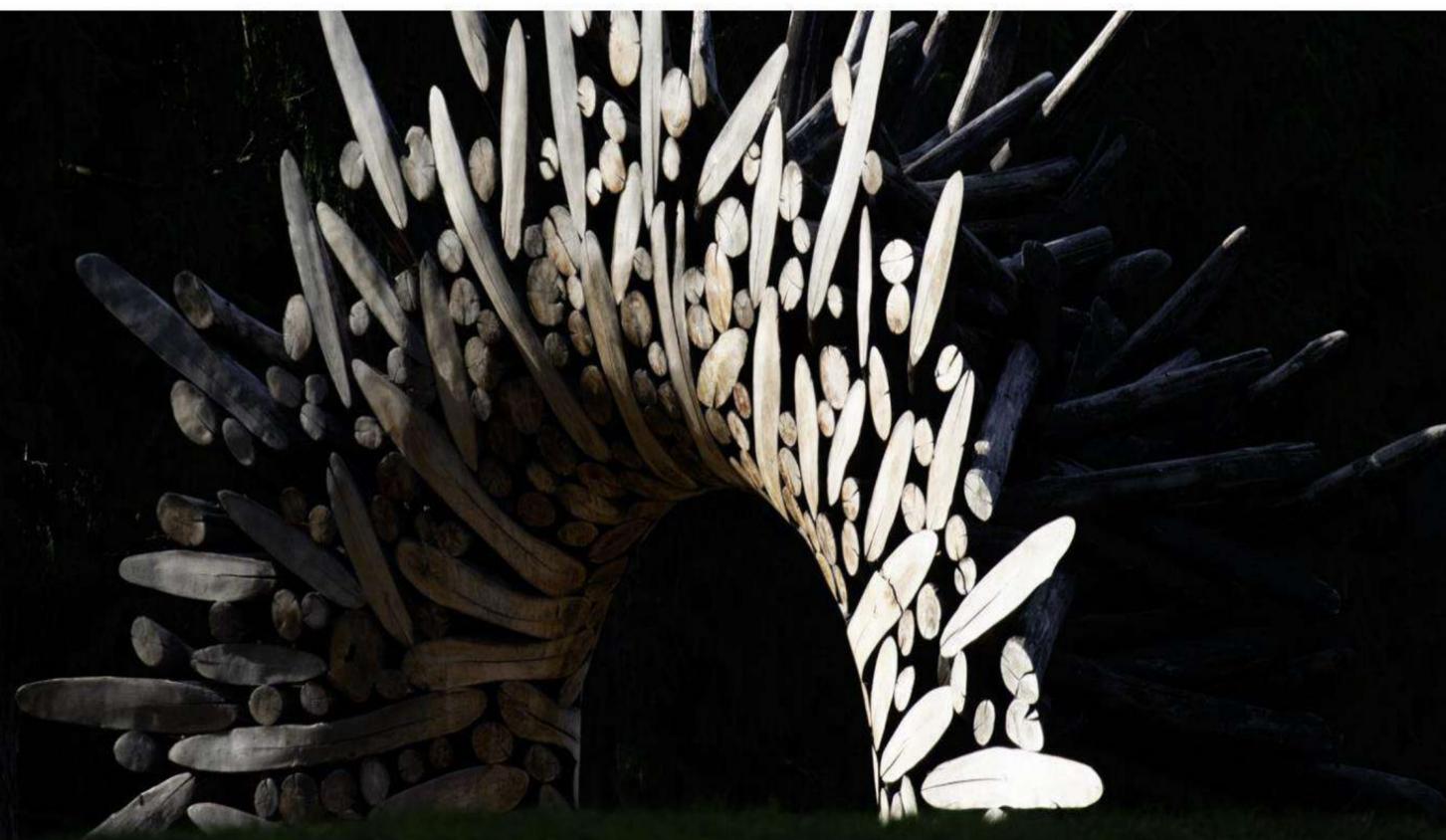
THE CONTEMPORARY MOUNTAIN

VISITE STENICO TURISMO ASSOCIAZIONE BAS GLI AMICI DI BAS MAB BIOSFERA UNESCO VIDEO CONTATTI

### Benvenuti in Bosco Arte Stenico

Il percorso BoscoArteStenico si trova a Stenico in Trentino (Italia), distante da Trento una trentina di chilometri, precisamente in Val Giudicarie poco distante dalle Terme di Comano, in centro geografico tra le località di Riva del Garda, Madonna di Campiglio e Molveno Andalo.

VISITE





Regione Toscana



TOSCANA  
PROMOZIONE TURISTICA

# #TUSCANYTOGETHER

## CHIANTI SCULPTURE PARK

- ✓ Mostra permanente di sculture contemporanee e installazioni
- ✓ Anfiteatro che ospita eventi musicali a luglio e agosto
- ✓ Pievasciata Borgo d'Arte Contemporanea



HOME EVENTI ARTISTI PIEVASCIATA B.A.C. FOTO CONTATTI FROM MOMA BLOG INFO



+39 0577 357151 info@chiantisculpturepark.it



LUCERTOLA MURAIOLA



VIRGEN NEGRA



STRUZZI METROPOLITANI



I COLORI DEL CHIANTI



WARHOL IN CHIANTI



INCOMUNICABILITÀ



PAX



OMAGGIO AL PALIO



CHIANTI CLASSICO



PEPERONI



Regione Toscana



TOSCANA  
PROMOZIONE TURISTICA

# #TUSCANYTOGETHER

## IL CANTIERE ART GALLERY

Spazio polifunzionale ricavato da ex hangar industriale di 400m2 inaugurato dicembre 2020 in provincia di Treviso

- ✓ Galleria d'arte
- ✓ Cocktail bar





Regione Toscana



TOSCANA  
PROMOZIONE TURISTICA

# #TUSCANYTOGETHER

## NAPA VALLEY: VINO E ARTE

✓ LEDE FAMILY WINE BACKSTAGE: Sala degustazioni con esposizioni d'arte e musica

✓ THE HESS COLLECTION: tour guidati esclusivi della galleria d'arte con degustazione di vini



### Backstage Tasting Lounge

The artwork of Jerry Garcia  
Fall/Winter 2020

#### Backstage Experience

Get a Backstage pass for access to our limited production wines. This cool and comfortable lounge also features rotating art exhibits and, of course, classic rock music. *Prior*

THE HESS COLLECTION  
MOUNT VEEDEE / NAPA VALLEY

VISIT SHOP WINES STORY ART CLUB EVENTS RECIPES



VISITOR CENTER  
4411 Redwood Road

ELEVATED TOUR AND  
WINE TASTING



Regione Toscana



TOSCANA  
PROMOZIONE TURISTICA

# #TUSCANYTOGETHER

## CULTURAL SCOUTS SYDNEY

- ✓ 500/600 tour culturali all'anno
- ✓ Itinerari culturali attraverso i quartieri, bar, gallerie d'arte etc.

PUBLIC TOURS PRIVATE TOURS EXPERIENCES EDUCATION



GIFT VOUCHERS STOMPING GROUND ABOUT CONTACT f @





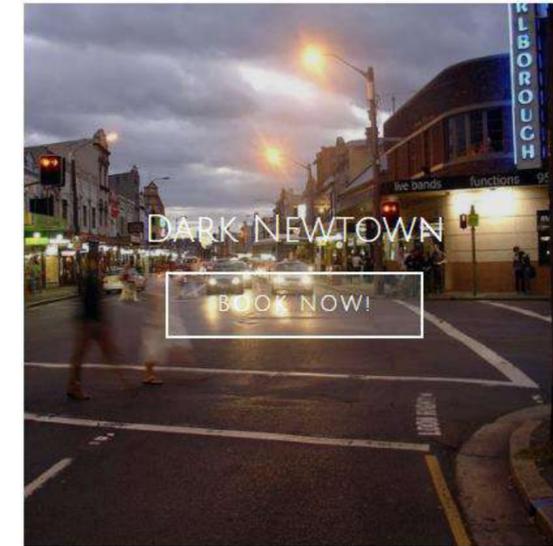
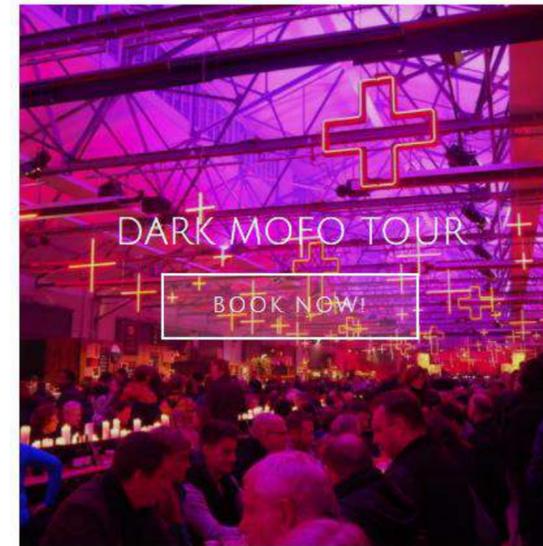
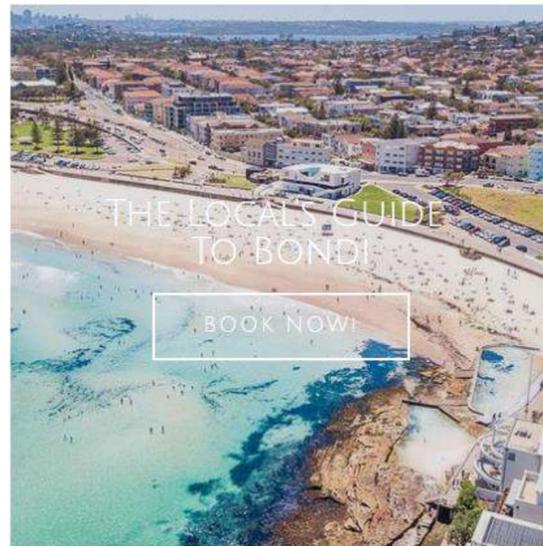
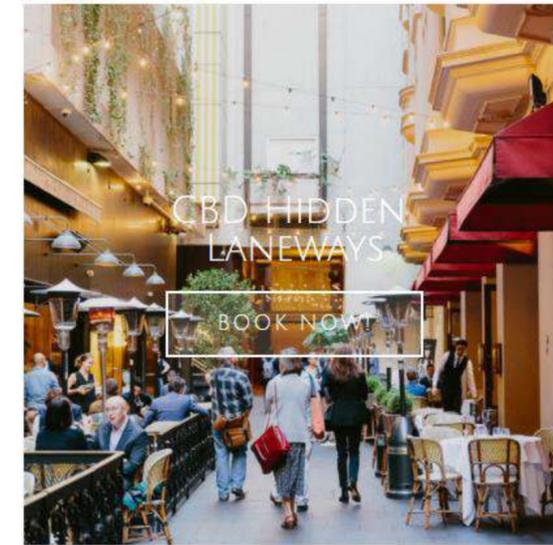
Regione Toscana



TOSCANA  
PROMOZIONE TURISTICA

# #TUSCANYTOGETHER

## PUBLIC TOURS

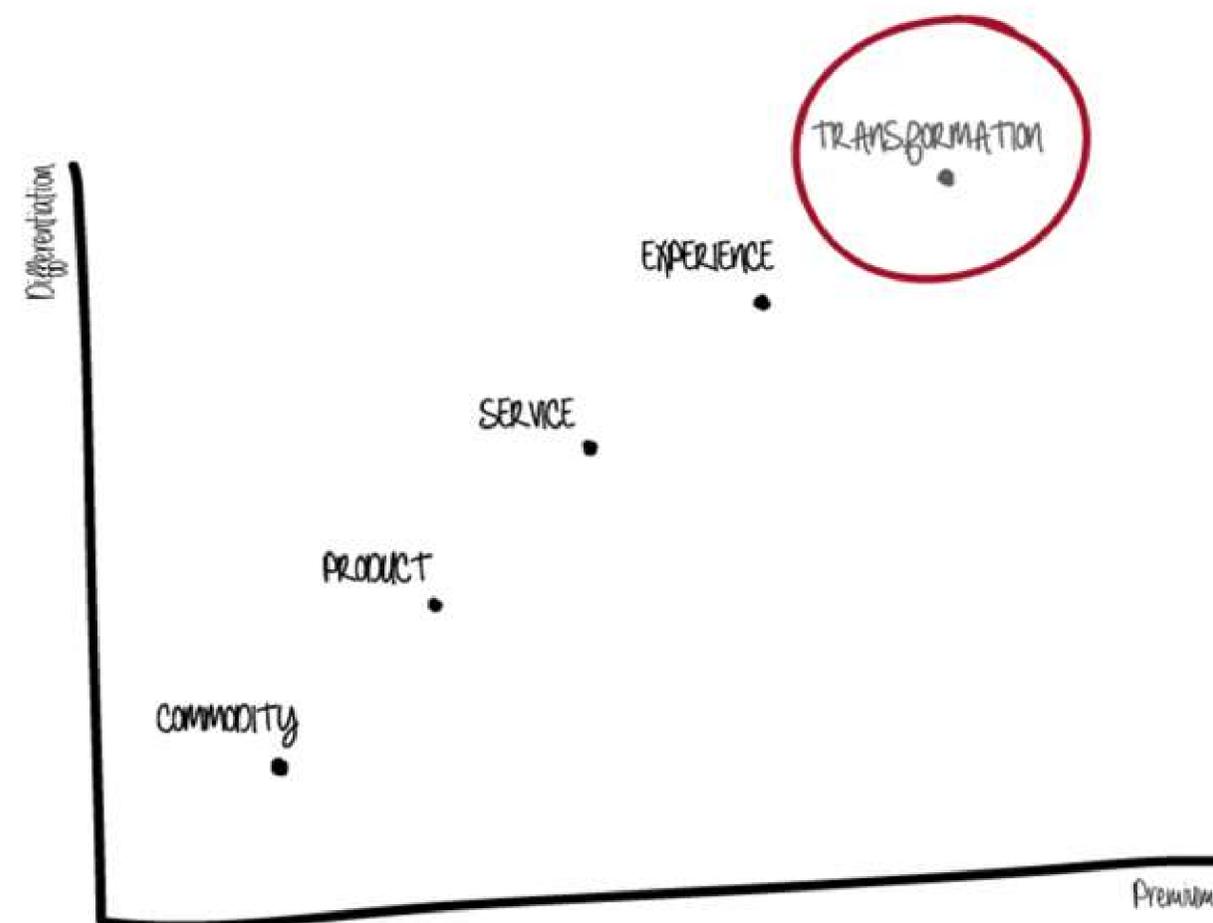




## TURISMO TRASFORMATIVO

2016 Adventure Travel Word Summit Alaska

*“Transformational travel is intentionally traveling to stretch, learn, and grow into new ways of being and engaging with the world.”* - Transformational Travel Council





Regione Toscana



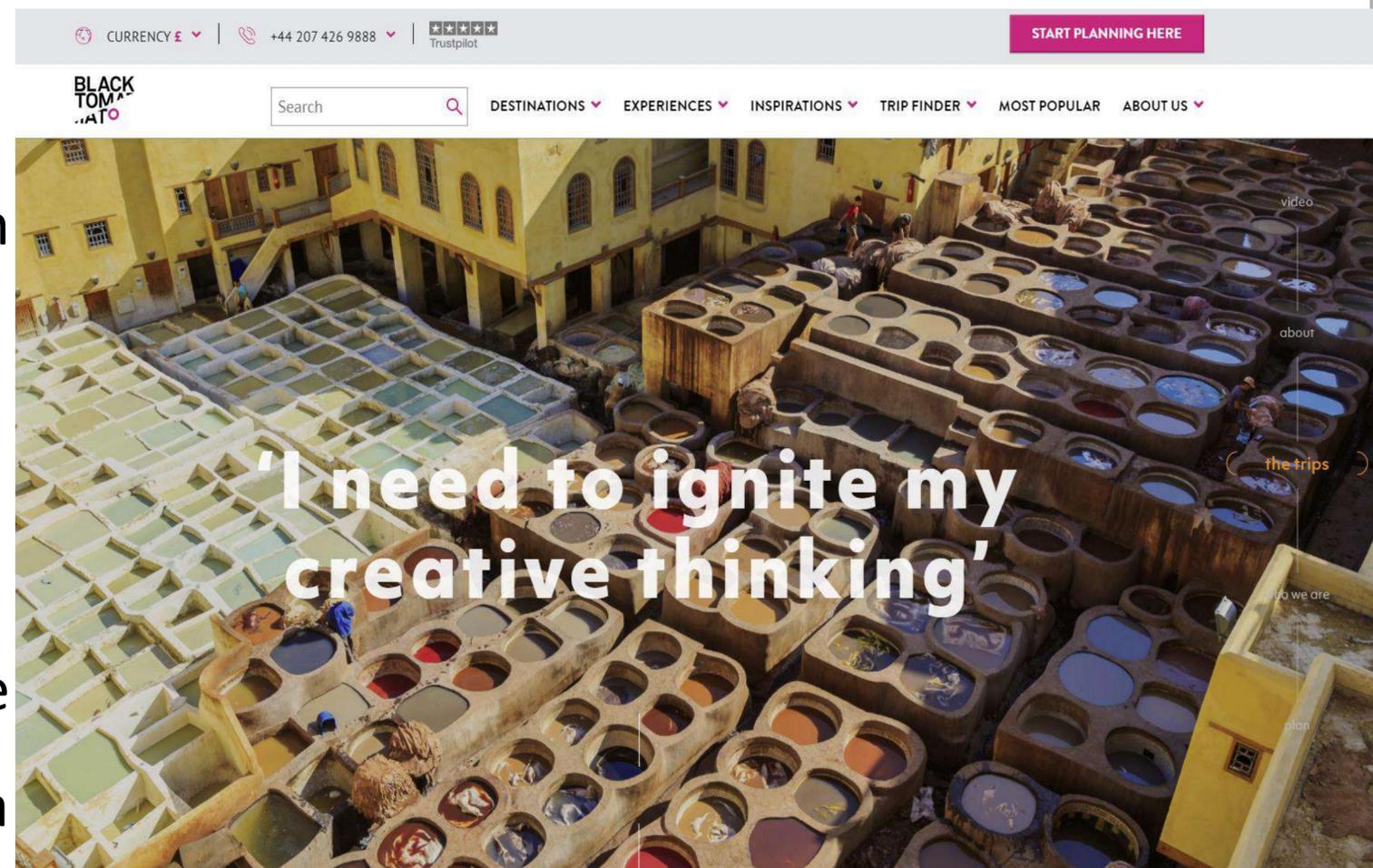
TOSCANA  
PROMOZIONE TURISTICA

# #TUSCANYTOGETHER

## BRING IT BACK – BLACK TOMATO

Tour trasformativo per stimolare la creatività:

- ✓ Visita all'Emerging Business Factory e incontro con architetti e designer
- ✓ Visita di Sidi Ghanem, distretto design di Marrakesh
- ✓ Partecipazione a workshop creativi artigianali
- ✓ Pernotto al campo tendato di lusso nel deserto e incontro con il manager per discutere di sostenibilità





Regione Toscana



# #TUSCANYTOGETHER

## CAPITAL IS CUL-TOUR

Progetto Europeo su 5 ECoCs (Rijeka, Gelsenkirchen/Ruhr Area, Burgos, Matera, Kosice) per la creazione di esperienze trasformative

Game of **TRACES** HOME ECOCs EXPERIENCES CREATIVE INDUSTRIES YOUR CULTURAL PASSPORT

I am interested!

ADVENTURE DISCOVERY PEOPLE

**Kosice**

**Back to the future**

When you were growing up, what was your favourite time in history? Prehistoric times, the Middle Ages, or the recent past? In Košice, you can

I am interested!

Schedule

DISCOVERY EMPOWERMENT INSPIRATION PEOPLE

**Ruhr Area**

**Be a musician: the workshops of the MusicFactory Dortmund**

I am interested!

DISCOVERY PEOPLE

**Ruhr Area**

**Cooking in the trendy quarter of Bochum**

KOCHMOMENTE realises the idea of a fresh, innovative and barrier-free cooking school for the



Regione Toscana



TOSCANA  
PROMOZIONE TURISTICA

# #TUSCANYTOGETHER

## SOUNDS OF HAMM

Tour esperienziale e creativo della città di Hamm attraverso i suoi suoni e registrando la propria esperienza in una traccia audio attraverso punti tappa come la stazione, il centro pedonale, un negozio di musica, un coffee bar, Gallery of Disciplines (hub culturale creativo della città)

Game of **TRACES**

HOME ECOCS EXPERIENCES CREATIVE INDUSTRIES YOUR CULTURAL PASSPORT

Ruhr Area

### Sounds of Hamm

Experiencing a city through its sounds is like giving shape to a dynamic, ever changing entity. Get under the skin of Hamm on an audio tour – forsake the visual world, and get ready for a deeply personal journey.



## COME CREARE UN'OFFERTA DI VALORE

- ✓ INNOVAZIONE/DIFFERENZIAMENTO: partire dalle proprie unique selling propositions e “why” che vi rende unici! Standardizzazione vs specializzazione
- ✓ VALORE PRODOTTO: focalizzarsi sui bisogni/esperienza non sul prezzo!
- ✓ COMUNICAZIONE: non esiste un buon prodotto senza una buona comunicazione.



## TARGET

### GENERAZIONE Z (15-25 anni)

- ✓ attenzione al budget
- ✓ fortemente influenzati da social/influencers
- ✓ cercano relax e nuovi amici
- ✓ prenotano quasi esclusivamente via mobile

### GENERAZIONE Y / MILLENNIALS (25-40 anni)

- ✓ principalmente viaggiano “solo”
- ✓ trovano ispirazione su blog e social
- ✓ buona disponibilità economica
- ✓ cercano esperienze uniche, trasformative, locali, avventura e cultura/creatività



## TARGET

### GENERAZIONE X (40 - 55 anni)

- ✓ hanno buona capacità di spesa ma poco tempo (weekend/soggiorni brevi)
- ✓ viaggiano principalmente in famiglia
- ✓ cercano relax / benessere e cultura

### BABY BOOMERS (55+)

- ✓ elevata capacità di spesa e molto tempo
- ✓ interessati a relax, visite culturali, cultura e conoscere a fondo culture locali/imparare



I FEEL  
SLOVENIA

VALICON TOURISM



## SEGMENT GROUPS

### EXPERIENCES

THE PRIMARY MOTIVATION IS  
CONNECTED TO AN ACTIVE INDIVIDUAL.



- Energy • Individualism
- Me • Expressing oneself
  - Own needs
- Active experience

### SOCIALISING

THE PRIMARY MOTIVATION IS  
CONNECTED TO FAMILY OR COMPANY.



- Socialising • Closeness
  - Connectedness
  - Common interest
  - Compromise

### CARE FOR ONESELF

THE PRIMARY MOTIVATION IS CONNECTED  
TO AN INDIVIDUAL OR A COUPLE.



- Regeneration
  - Retreat
  - Detox
- Calming
  - Pampering
  - Relaxing

KEY WORDS



I FEEL SLOVENIA

## Iris, URBAN CONSCIOUS (EXPLORERS)



"There is never a lack of money for travelling and exploring. You can also "couch surf."

- resourceful
- open
- curious
- adventurous

**OCCUPATION** university lecturer

**STATUS** single

**TRAVELS** often, short trips

**COMES FROM** Benelux, UK, USA, Australia



travels in a group

### PRIMARY MOTIVATION

- Learning about a new, different environment

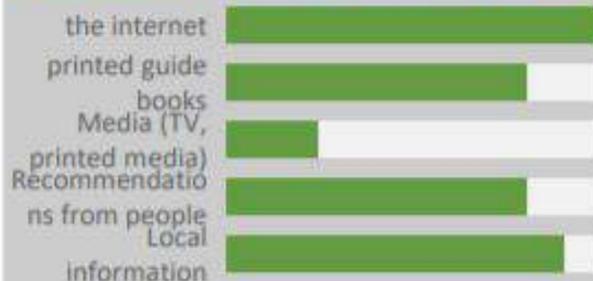
### SECONDARY MOTIVATIONS

- Gathering experience
- Learning about cultures, "live like a local"
- Self-reflection

### EXPECTATIONS

- A special experience (to experience a different environment)
- Escaping routine and everyday life
- Opportunity for reflection
- Authentic experience
- A broad network of public transportation and accessible information

### DECISION-MAKING INFLUENCE



### TOPICS OF INTEREST culture, towns/cities

- To learn about the pulse of the city, the suburbs, and "dormitory communities"
- A culinary trip around a city
- Graffiti, museums, modern art
- Local events



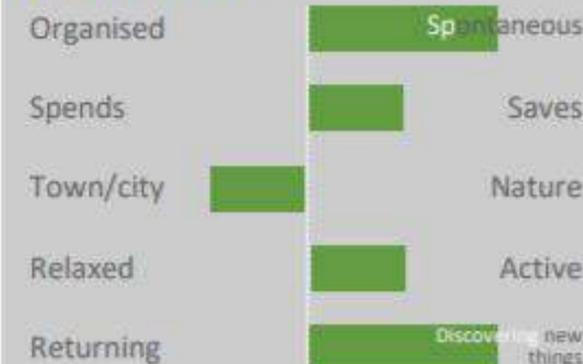
### TRAVEL



### SLEEP



### TRAVEL STYLE



### DESCRIPTION

She is currently writing her doctoral thesis. Her favourite places to visit are places with a combined rich natural and cultural tradition. She wishes to be authentically in touch with the environment in a brief period of time, she likes unusual things, so she looks for local accommodation, local food providers, and contact with locals; she is also interested in everything connected with social responsibility and environmental responsibility. She is attracted to differentness, diversity, and less-typical tourist offers. She is a free spirit, but she is also interested in trends.

### SURVEY

1-3 months in advance

### SOURCES OF INFORMATION

Web  
printed guide books

### RESERVATION

1-3 months in advance



### TRAVEL

3 days  
€300 per person



## ELEMENTI PER CREARE VALORE

- ✓ TARGET: individuare un target specifico/personas e relative motivazioni di viaggio
- ✓ STORYTELLING: avere un tema/raccontare una storia già in fase di costruzione prodotto non solo comunicazione! Linguaggio coinvolgente che metta il viaggiatore nel ruolo del protagonista
- ✓ ELEMENTI DI VALORE: attrattori che differenzino l'offerta dalla concorrenza
- ✓ ESPERIENZE UNICHE: attività *hands-on*, laboratori, visite esclusive
- ✓ EFFETTO WOW E SORPRESA: ciò che vale il viaggio



## PROFILO TURISTA CREATIVO

- ✓ WHY: scoprire la cultura locale, sentirsi parte integrante della destinazione, contatto con i locals, impatto sociale, mettersi alla prova, trasformazione
- ✓ TARGET: classe creativa, livello di istruzione elevato, 90% millennials proveniente da centri urbani, generazione Z, indipendente, cerca online/social
- ✓ INTERESSI: creatività, autenticità, design, enogastronomia, ecoturismo, slow tourism



## MOTIVAZIONI TARGET CREATIVO

- ✓ **cultural addict:** spinto da un forte interesse culturale e disposto a viaggiare anche lontano per sperimentare nuove attività culturali
- ✓ **intensive visitor :** cultura come oggetto principale del proprio viaggio
- ✓ **occasional amateur:** viaggia essenzialmente per un altro e per altri motivi, ma comunque propenso a partecipare ad attività culturali o a visitare un sito culturale se a portata di mano

# #TuscanyTOgether

## GRAZIE



Regione Toscana



**TOSCANA**  
PROMOZIONE TURISTICA