



Toscana d'a... mare presenta il TCB

Durante l'originale educational a Viareggio per la stampa Mice e leisure organizzato da Toscana Promozione, è stato illustrato il progetto per il Toscana Convention Bureau, con il plauso di Federcongressi&eventi

➡ **Cristina Chiarotti**

Si è svolto lo scorso 14 e 15 aprile "Toscana d'a... mare - Press sailing challenge" un educational per presentare la regione Toscana da un punto di vista originale, se non addirittura inedito. Quattordici giornalisti specializzati in turismo e in meeting industry sono stati accompagnati alla scoperta delle bellezze della regione attraverso un'esperienza velica al largo della Versilia e non solo. L'iniziativa si inserisce nel "Piano Italia 2013-2015", un'operazione di product placement che punta a rinnovare e vivacizzare l'immagine della Toscana in tutti i segmenti di domanda turistica. Il punto d'osservazione degli immensi tesori della natura e dell'arte della Toscana è stato proprio il mare, in particolare il tratto di costa versiliana al largo di Viareggio: da lì, infatti, non da un tradizionale approdo di terra, i partecipanti hanno potuto ammirare la costa e le imponenti Alpi Apuane con le loro cave di marmo bianco. Ma l'educ-tour è stata so-

prattutto l'occasione ideale, complici gli splendidi spazi del Grand Hotel Principe di Piemonte, una perla sul lungomare di Viareggio, per **Alberto Peruzzini**, Dirigente del servizio turismo di Toscana Promozione e per **Carlotta Ferrari**, Direttore del Firenze Convention Bureau e Vice-Presidente di Federcongressi&eventi, di presentare in dettaglio i piani per il rilancio del settore congressuale e del turismo nazionale in Toscana, che prevedono pianificato in un triennio un investimento di 2 milioni di euro. «Per consolidare il già apprezzabile andamento del settore Mice (meetings incentives conferences exhibitions, ndr) toscano», ha detto Peruzzini, «stiamo perseguendo una strategia in quattro passi: la ridefinizione del ruolo dei Convention&Visitors Bureau della regione, le loro forme giuridiche, le loro finalità, il loro funzionamento; l'integrazione della mappatura regionale e la promozione del suo uso da parte di stakehol-



gié di lavoro in uso nei rapporti tra buyer e supplier, di analizzare il posizionamento e la percezione dell'offerta congressuale della Toscana nei mercati internazionali, di supportare la promo-commercializzazione delle proposte degli operatori locali selezionati secondo i criteri a suo tempo delineati dal progetto interregionale Italia for Events, di pianificare e organizzare la partecipazione alle fiere e agli eventi b2b». In tutto ciò Enit, quale soggetto coordinatore della presenza dell'offerta congressuale nazionale presso le principali manifestazioni nazionali e internazionali, è visto come interlocutore strategico, al pari delle altre regioni unite nell'organismo interregionale Mice in Italia (di cui la Toscana è capofila) e di Federcongressi

Sopra, una veduta di Viareggio. A sinistra, il gruppo dei giornalisti che a bordo delle barche a vela di "Sailing Challenge" ha sperimentato un'eccitante giornata di vela

ders e utenti di riferimento; un'azione propedeutica per la formazione del personale addetto ai CB territoriali o cluster d'impresa; la promozione del settore sotto un brand integrato della meeting industry toscana, sul mercato nazionale e internazionale». Tutto ciò sarà la premessa per il Toscana Convention Bureau, non un CB propriamente inteso ma la "messa in rete" dei CB già esistenti, «in grado di diffondere l'uso di best accepted practices internazionali», ha continuato Peruzzi, «quali modelli, processi e terminolo-





Durante le conferenza stampa sono stati presentati in dettaglio i piani per il rilancio del settore congressuale e del turismo nazionale in Toscana

&eventi, quale espressione dei soggetti privati.

Per quel che riguarda l'aspetto leisure della ricettività regionale, Peruzzini è partito dalle stime tratte dal Centro Studi Turistici su dati provvisori: nel 2012, rispetto al 2011, la Toscana ha patito un calo del 5,5% negli arrivi dei turisti italiani e ha guadagnato lo 0,3% sugli stranieri. «Vogliamo intervenire tempestivamente con un piano triennale per bloccare l'emorragia di turismo nazionale e soprattutto evitare che il calo si espanda dal balneare al resto della variegata e attrattiva offerta toscana». Il "Piano Italia" triennale è lo strumento con cui la Toscana risponde a questa sfida: «È una visione integrata di promozione economica del turismo», ha dichiarato Peruzzini, «il cui scopo è di confrontarsi con il mercato e mettere in condizione l'offerta toscana di attrarre turisti e competere con le altre destinazioni, proponendo una visione e una strategia unica di marketing». Partendo dai dati, che segnalano come il poter vivere la natura, conoscere qualcosa di nuovo e divertirsi siano fattori leader che coinvolgono i desideri dell'80% dei turisti (con ulteriori driver di scelta e preferenze nell'alloggio e nelle attività che evidenziano il grave momento di crisi economica), Peruzzini ha illustrato l'idea che sta alla base del progetto. «Vogliamo coinvolgere la partecipazione attiva di territorio, operatori di settore e istituzioni. Lo schema è semplice: tutte le idee di viaggio, le offerte e i pacchetti che arrivano dal territorio diventeranno oggetto della nostra comu-

nificazione e promozione. Abbiamo stanziato 500mila euro per il 2013, 700mila per il 2014 e 800mila per il 2015. In totale due milioni, che per noi significano il mantenimento del presidio sul mercato nazionale della promozione turistica». «Con ciò», ha concluso il dirigente, «vogliamo lanciare un segnale importante su due fronti: sulla comunicazione, perché in un momento complicato come questo è un successo già solo aver trovato risorse così ingenti; sulla promozione congressuale, che abbiamo identificato quale fattore particolarmente strategico per tutto l'incoming». Alla conferenza era presente anche il Direttore del Firenze Convention Bureau e Vice-Presidente di Federcongressi&eventi **Carlotta Ferrari**, che ha salutato i presenti plaudendo all'iniziativa e descrivendo il progredire dei rapporti tra l'associazione da un lato ed Enit e Mice in Italia dall'altro nella promozione internazionale del congressuale italiano. Presenziavano anche i rappresentanti di strutture ricettive e degli organismi promozionali delle province di Massa-Carrara, Lucca, Pisa, Livorno e Grosseto. Il giorno dopo, con l'esclusiva opportunità di "vivere" il mare toscano in un'entusiasmante regata, i giornalisti sono saliti a bordo delle barche a vela di Sailing Challenge, e hanno sperimentato un'eccitante giornata di vela. L'esperto italiano di servizi velici per aziende, **Oliviero Cappuccini**, li ha accompagnati in questo sogno azzurro, cui ha fatto da riscontro, come su un palcoscenico naturale, il favoloso scenario della costa versiliana. ■