

#TUSCANYTOGETHER



# Strategia e operatività di Toscana Promozione Turistica

*Terre di Pisa 29.04.2026*

**TOSCANA**  
RINASCIMENTO SENZA FINE  
[visittuscany.com](http://visittuscany.com)

Questa visione ha orientato il lavoro dell' Agenzia degli ultimi anni:

- ✓ l'accompagnamento ai territori della Toscana verso una **specializzazione produttiva**, ovvero speciali “vocazioni” turistiche e proposte di valore da lanciare al mercato, e la qualificazione dei servizi pubblici di informazione e accoglienza;
- ✓ il rinnovamento del **posizionamento del brand Toscana in chiave più contemporanea**, favorendo le associazioni con trend più innovativi della domanda;
- ✓ **Toscana Diffusa** e massima attenzione a favorire la delocalizzazione per una migliore distribuzione dei flussi turistici.

## TOSCANA PROMOZIONE TURISTICA

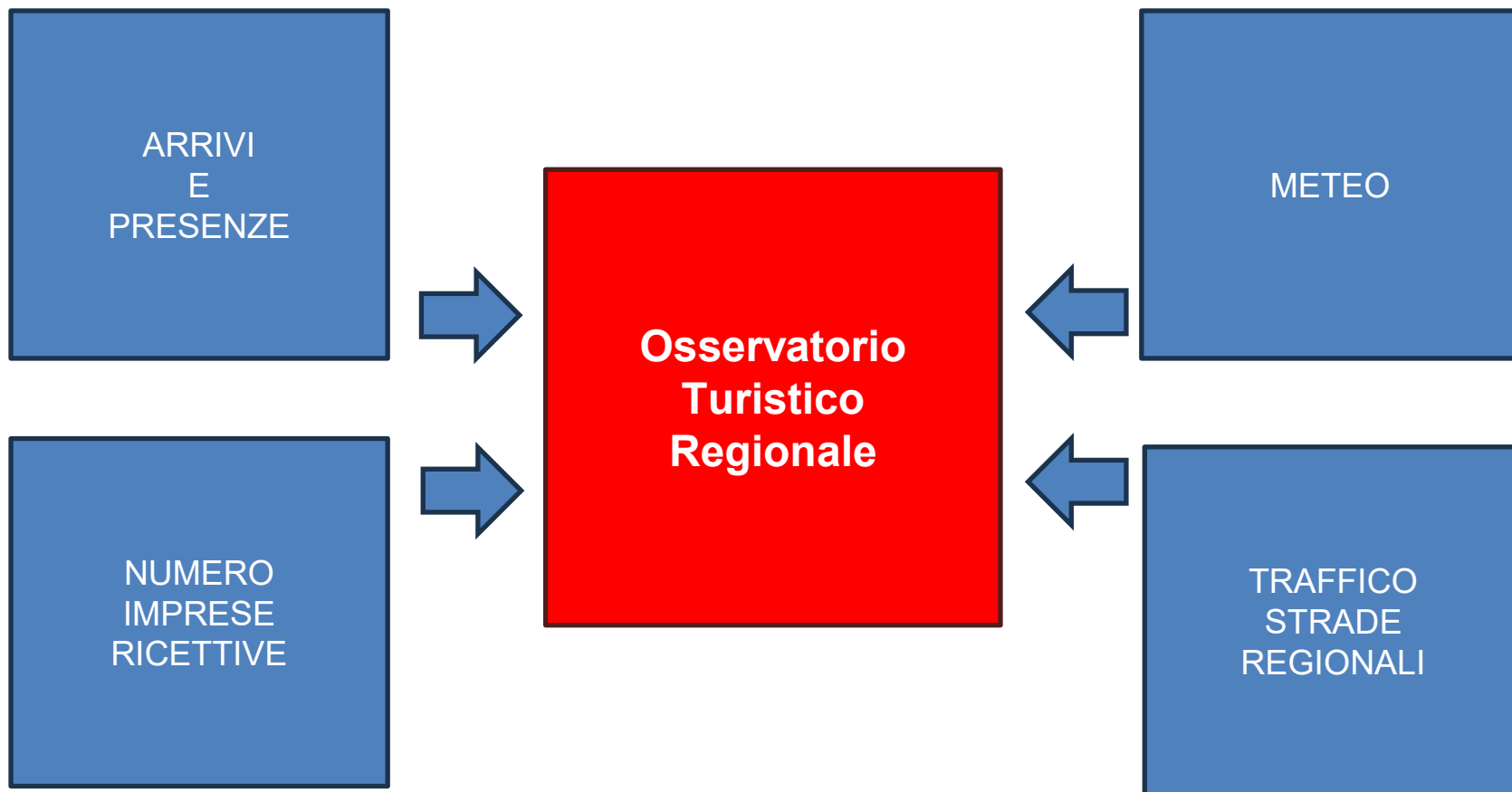
Azioni, Strumenti ed Eventi

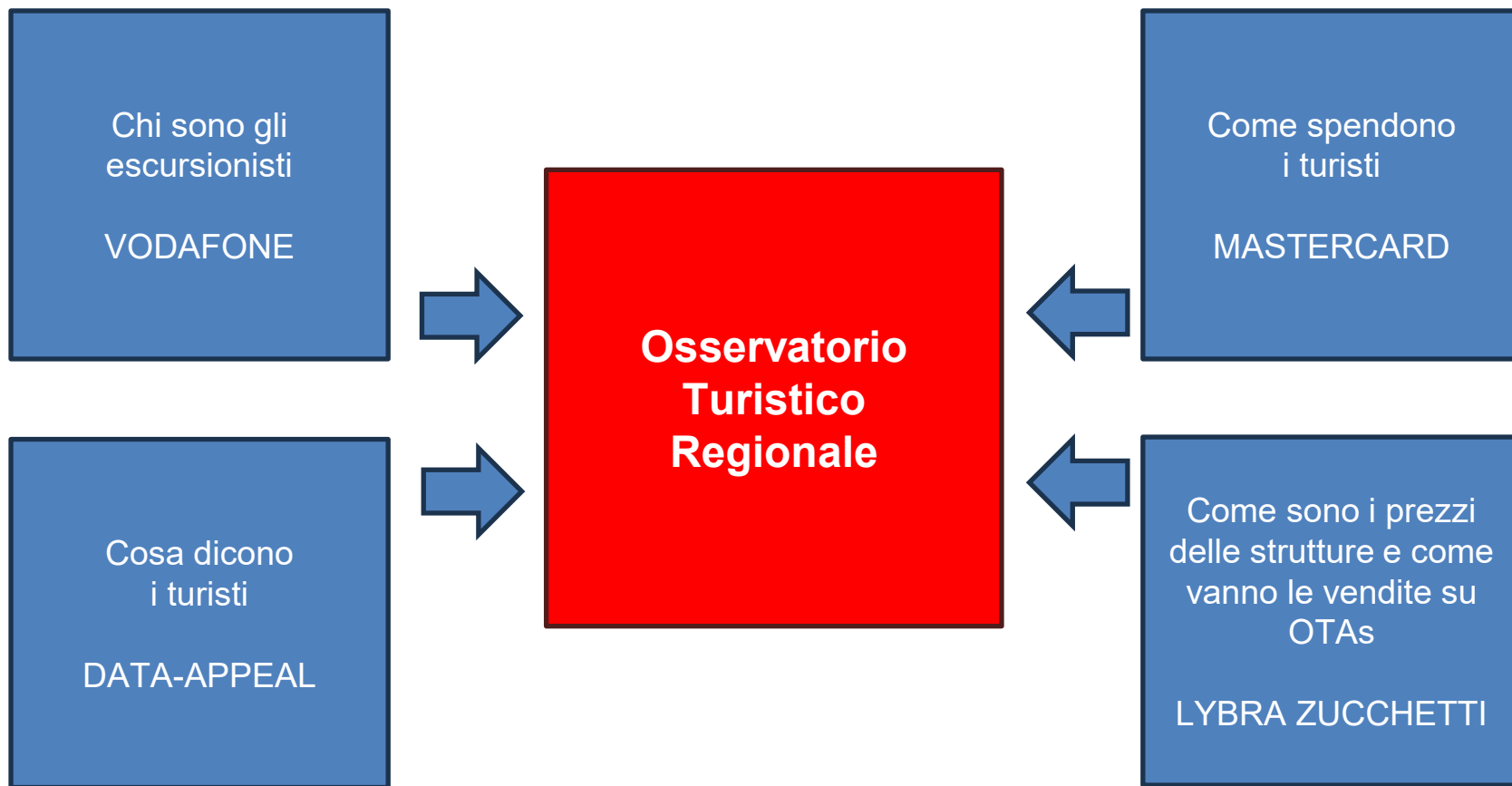
- ❑ **Osservatorio Turistico Regionale**
- ❑ **Fiere ed Eventi BtoB e BtoC**
- ❑ **Coinvolgimento delle Imprese**
- ❑ **Media Relation**
- ❑ **Campagne di comunicazione**
- ❑ **Vetrina Toscana**
- ❑ **Premi e Progetti internazionali**

I viaggiatori scelgono una destinazione per la sua bellezza o per la sua capacità di accoglierli?

Ha senso presentare la Toscana senza la sua offerta ?

Quanto conosciamo i nostri ospiti?





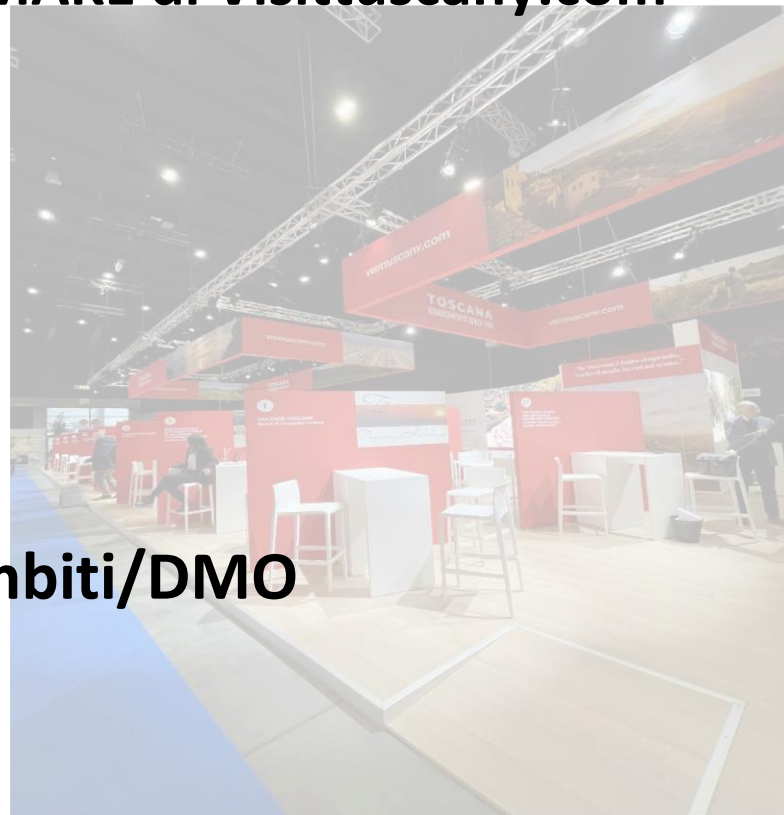
**Ambiti, DMO, DMC e operatori toscani possono partecipare con TPT alle fiere e agli eventi iscrivendosi al nostro crm inviando una mail a [crm@toscanapromozione.it](mailto:crm@toscanapromozione.it). A breve sarà attiva l'iscrizione agli eventi dal portale MAKE di [Visittuscany.com](http://Visittuscany.com)**

**Fiere B2B (DMC/Operatori)**

**Workshop (DMC/Operatori)**

**Fiere B2C (Ambiti/DMO)**

**Presentazioni da parte degli Ambiti/DMO**



## Italia

### Generaliste:

- ✓ BIT Milano 10-12 febbraio
- ✓ BTM Bari (B2C) 25-27 febbraio
- ✓ BMT Napoli (B2C) 12-14 marzo
- ✓ TTG Rimini 14-16 ottobre

### Lusso:

- ✓ AURA by TTG Firenze – 27-29 ottobre

### Enogastronomia:

- ✓ Salone del Gusto – Terra Madre Torino – 22-26 settembre
- ✓ Eruzioni del Gusto Napoli – date da definire

### Archeologico/scolastico:

- ✓ TOURISMA (B2C) Firenze - 27 febbraio – 1 marzo
- ✓ WTE Assisi (B2C) – 24-25 settembre
- ✓ BMTA Paestum (B2C) – 29 ottobre - 1 novembre

### Bike:

- ✓ FIERA DEL CICLOTURISMO Padova (B2C) – 27 - 29 marzo
- ✓ ITALIAN BIKE FESTIVAL Misano (B2C) – 4 -6 settembre

### Sostenibile/en plein air:

- ✓ FA LA COSA GIUSTA Milano (B2C) – 13 – 15 marzo
- ✓ SALONE DEL CAMPER di Parma (B2C) - 12-20 settembre
- ✓ TERRAE Bergamo (B2C) 20 – 22 novembre

## Estero

### Generaliste:

- ✓ FITUR Madrid 21 - 25 gennaio
- ✓ ITB Berlino 3 -5 marzo
- ✓ Salon Mondial du Tourisme (B2C) - Parigi 12-15 marzo
- ✓ WTM Londra – 3 - 5 novembre

### Lusso:

- ✓ ILTM Cannes 30 novembre – 3 dicembre

### Golf:

- ✓ IGTM Cannes 19- 23 ottobre

### Natura/turismo verde/attivo:

- ✓ F.RE.E Monaco di Baviera (B2C) - 18-22 febbraio

### MICE

- ✓ Imex Francoforte 19-21 maggio

### Workshop (in attesa del piano di Enit):

- ✓ SHARING TUSCANY – Mugello – 15-18 marzo
- ✓ BUY TUSCANY – Riviera Apuana/Lunigianana (30 settembre- 3 ottobre)

L'agenzia concorda costi di partecipazione **scontati** per le imprese toscane per alcune Fiere e Workshop consultabili sul sito web

	2024	2025	variaz.% 25/24
TOTALE FIERE ed EVENTI	69	71	3%
TOTALE PARTECIPAZIONI DI OPERATORI FIERE ed EVENTI E AMBITOUR	533	997	87%



## AMBITOUR 2025: CONOSCERE PER MIGLIORARE LA DIFFUSIONE DELLE BEST PRACTICES E COINVOLGIMENTO IMPRESE

	2024	2025
PARTECIPAZIONE OPERATORI TOTALE	96	584
<b>PARTECIPAZIONE OPERATORI MEDIA PER TAPPA</b>	19,2	<b>36,50</b>

Nel 2025 sono state **realizzate 16 tappe** dell'Ambitour Toscana, realizzato in collaborazione ANCI: nell'ambito dei tour organizzati all'interno degli ambiti, sono stati invitati anche **operatori di incoming** e di **servizi** per conoscere i diversi ambiti e potenzialmente entrare in contatto con gli stakeholders, **costruendo un prodotto vendibile per turisti italiani e stranieri**.

**La media di partecipazione degli operatori dal 2024 è cresciuta del 90%**



Nel 2025 il **coinvolgimento diretto delle imprese** è avvenuto non solo con i **GDL** e gli **Ambitour** ma anche con una serie di incontri itineranti dedicati alle imprese sul territorio (**We are More**) volti proprio alla condivisione di azioni, attività e opportunità con gli stakeholder del territorio da parte dell'Agenda Regionale.



A sx – Gruppo di Lavoro Turismo Sostenibile  
In alto – «We are More» Montelupo, ott 2025

## Buy Tuscany 2025 Costa degli Etruschi: un'edizione da record

**160 seller toscani** (il numero più alto mai registrato in diciassette edizioni) hanno incontrato **circa 200 buyer internazionali** provenienti da ben **42 Paesi**, stabilendo un **nuovo record** anche per la rappresentanza estera.

Nella giornata del 1° ottobre si sono svolti **oltre 5.000 incontri B2B**, generando circa **80.000 minuti di trattative** che hanno messo in relazione il turismo toscano con il mondo intero. Il sistema di matchmaking, preparato con sette mesi di anticipo e basato su un record di oltre **24.000 preferenze espresse** (Like), ha prodotto agende con un livello di **soddisfazione complessivo superiore al 95%** e un tasso di **“perfect matching” pari all’86%**.



	FAM TRIP REALIZZATI 2025
Amiata	
Area pratese	
Arezzo	X
Casentino	X
Chianti	X
Costa degli Etruschi	
Elba e Isole	
Empolese Valdelsa e Montalbano	
Firenze e area fiorentina	X
Garfagnana e Media valle	
Livorno	X
Lunigiana	
Maremma Nord	X
Maremma Sud	X
Mugello	X
Piana di Lucca	
Pistoia e Montagna Pistoiese	X
Riviera Apuana	
Terre di Pisa	X
Terre di Siena	
Terre di Val d'Elsa e dell'Etruria Volterrana	X
Val d'Orcia	X
Valdarno Aretino	
Valdichiana Aretina	
Valdichiana Senese	X
Valdinievole	
Valtiberina Toscana	
Versilia	X

## Buy Tuscany 2025 Costa degli Etruschi: I FAM TRIP

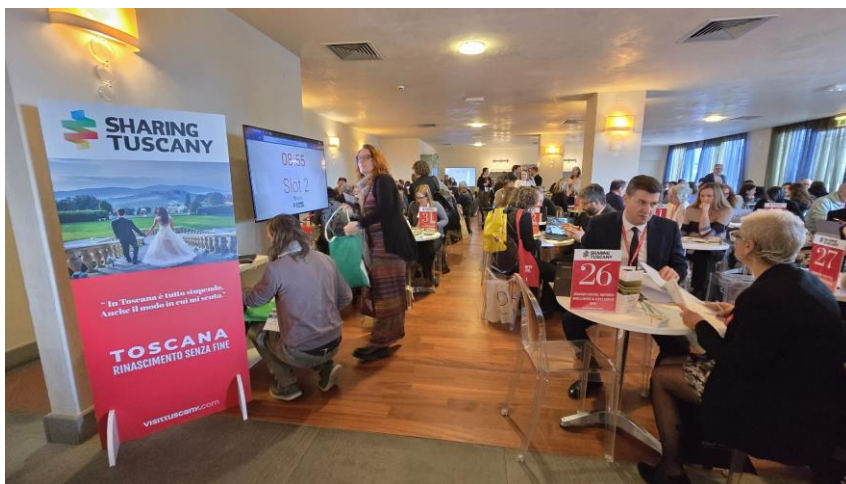
In occasione del Buy Tuscany sono stati realizzati **11 FAM TRIP** che hanno coinvolto **14 ambiti**, la metà degli ambiti complessivi, con una visione di copertura complessiva nell'ambito del biennio 2025/26, con **un totale di 169 operatori «buyers» coinvolti**



## Sharing Tuscany 2026 Mugello

**Workshop** (dedicato al mercato Italiano)

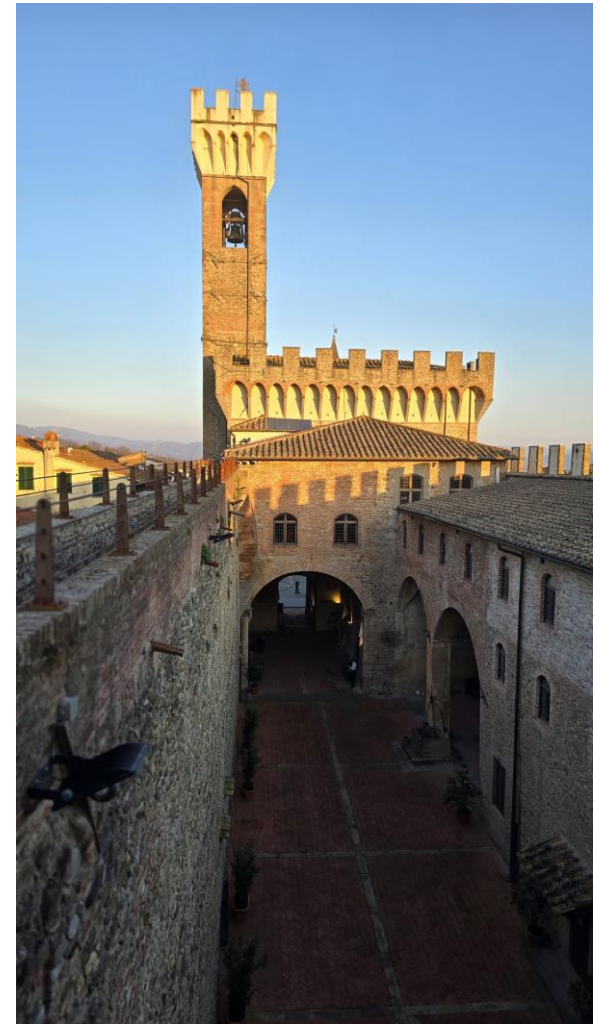
L'edizione **2026 di SharingTuscany** si è svolta in Mugello ed ha visto la presenza **di 74 sellers e 74 buyers**, con focus particolare sulle **esperienze** per il mercato italiano, particolarmente attento alla **creazione di nuovi prodotti di matrice esperienziale**, autentica e locale.



## Sharing Tuscany 2026 Mugello

**Workshop** (dedicato al mercato Italiano)

In occasione dello Sharing Tuscany **15 Comunità d'Ambito** hanno presentato la propria offerta turistica ai 74 buyer nazionali partecipanti all'iniziativa





Nel 2025 il **coinvolgimento delle imprese** è avvenuto anche attraverso l'istituzione dei **Gruppi di Lavoro** verticali, ovvero attività trasversali di **co-design** delle esperienze coordinate dall'Agenzia insieme ad operatori e stakeholders.

I **Gruppi di Lavoro** hanno infatti la finalità di elaborare itinerari con tutte le indicazioni necessarie per poterli vendere, oltre ad elevare qualitativamente l'offerta generalizzata.

## 147 operatori coinvolti e 18 itinerari elaborati

	<b>CICLOTURISMO</b> +Mental Wellness + Vetrina Toscana	<b>CREATIVITÀ E INDUSTRIALE</b> operatori Academy+co-design	<b>FAMILY</b> +Cammini+Tos cana Artigiana	<b>FAMILY</b> +Turismo equestre+ Pet Travel	<b>FEMMINILE</b> +Sostenibilità +Cicloturismo+To scana Artigiana+Mental Wellness+ Vetrina Toscana+Cammi ni+Turismo equestre	<b>MENTAL WELLNESS</b> +Cammini+T urismo equestre+Vet rina Toscana	<b>SCOLASTICO</b> +Toscana Artigiana	<b>SOSTENIBILE</b> +Cicloturismo +Cammini + Family	<b>PET FRIENDLY</b>
N. Itinerari elaborati	2	3	2	1	4	2	1	3	
<b>TOTALE operatori</b>	<b>14</b>	<b>35</b>	<b>9</b>	<b>5</b>	<b>18</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>28</b>	<b>27</b>

Dal 2022 Toscana Promozione Turistica ha attivato una serie di **gruppi di lavoro verticali su tematismi di rilevante importanza** per la regione o particolarmente innovativi nello scenario turistico. Il lavoro, proseguito nel 2023 e nel 2024 con l'attivazione di nuovi gruppi, è portato avanti anche nel 2025 insieme agli Ambiti e agli operatori privati e altri stakeholder chiave

## PROGETTI SPECIALI:

- ❑ **TURISMO SOSTENIBILE**
- ❑ **TURISMO AL FEMMINILE**
- ❑ **CREATIVITÀ A IMPATTO SOCIALE**
- ❑ **PET FRIENDLY**
- ❑ **TURISMO INDUSTRIALE**

## PRODOTTI TURISTICI

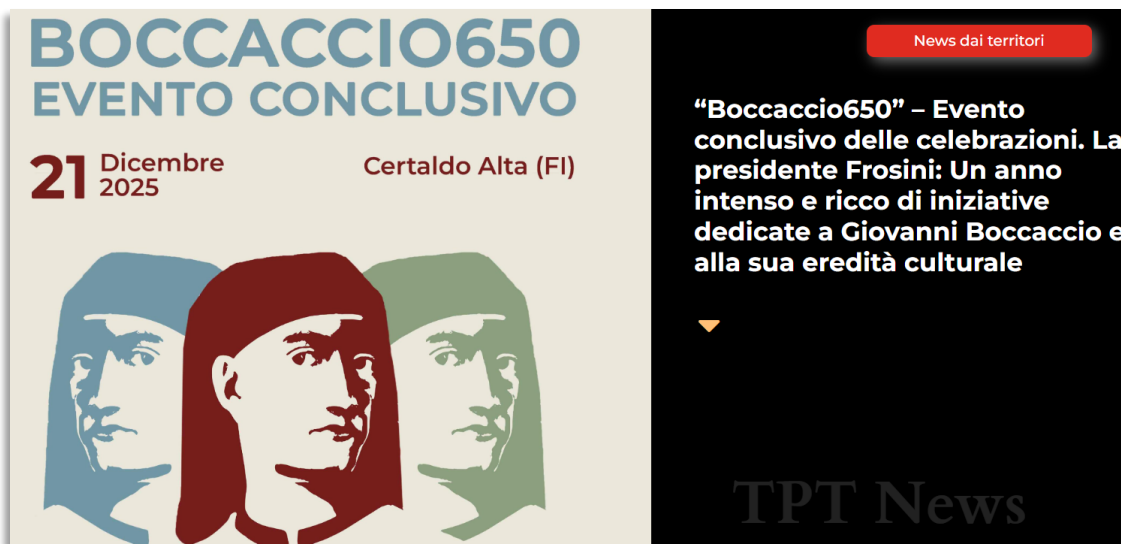
- ❑ **FAMILY**
- ❑ **CICLOTURISMO**
- ❑ **CAMMINI**
- ❑ **CAMPER E CARAVAN**
- ❑ **MENTAL WELLNESS**
- ❑ **GOLF**
- ❑ **TOSCANA ARTIGIANA**
- ❑ **SCOLASTICO**

## MEDIA RELATIONS

in collaborazione con Uffici Stampa territoriali



## Sintesi delle Attività della **redazione interna 2024/25**



**201 comunicati/news** sul sito diffusi su attività istituzionale di TPT e info dai territori

**179 articoli prodotti per 9 numeri della Newsletter mensile**

indirizzata alle antenne estere di TPT, ad ENIT e all’ufficio stampa nazionale

**115 azioni publiredazionali**

**72 articoli/servizi realizzati per la campagna di comunicazione Italia**

**22 contenuti per ENIT Italia ed estero**

**186 richieste di foto evase per giornalisti ed Enit Italia ed estero**

per un totale di circa 1500 immagini circolate nel periodo considerato

Nel **2025** l'agenzia ha realizzato **7 Press Tour** di carattere collettivo, attualmente in fase di follow up e di realizzazione dei contenuti, concentrando lo sforzo sulle aree di focus promozionale attuale e sui prodotti turistici da sviluppare, secondo il piano strategico, e **coinvolgendo un crescente numero di ambiti.**

Ambiti coinvolti nei press tour collettivi: **21**  
 giornalisti coinvolti in press tour collettivi: **41**  
 giornalisti coinvolti in attività press individuale: **46**

	<b>GIAPPONE</b> 2- 5/03/2025	Trip ENIT <b>BRASILE</b> Festival Na Praia 25- 28/03/25	Press tour <b>SPAGNA</b> in comarketing con Grimaldi 10- 12/05/2025	Press tour <b>ACTIVE</b> 20- 24/05/2025 (multinazione)	Press tour <b>FAMILY</b> (OLANDA) 3- 7/06/2025	Press tour Tuscany by <b>BIKE</b> 25-28/09/25 multinazione	<b>CITTA' D'ARTE</b> Italy Ambassador Awards blog tour 9-11 Novembre
<b>AMBITI COINVOLTI</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>1</b>

GIORNALISTI COINVOLTI NELLE ATTIVITA' INDIVIDUALI

**Regno Unito** - 19 ; **Francia** - 6 ; **Germania** - 5; **Italia** - 3 ; **Spagna** - 2; **Olanda** - 2 ;  
**Australia** - 2 ; **Cina** - 2; **Nordics** - 2; **Svizzera** - 1; **India** -1; **Brasile** - 1

## Campagne di comunicazione tematiche: alcuni esempi

Family 0-2 anni sostenibilità

«Quanto mi piace passare dall'abbraccio della mamma a quello di madre natura.»



**TOSCANA**  
RINASCIMENTO SENZA FINE

Family nonni e nipoti

Qui esperienza e curiosità si incontrano ogni giorno.



**TOSCANA**  
RINASCIMENTO SENZA FINE

Turismo eno-gastronomico

Il sapore di questa vacanza ci accompagnerà a lungo.



**TOSCANA**  
RINASCIMENTO SENZA FINE

Vivere una vacanza che lascia il segno, non l'impronta.



Riduci l'impronta ambientale della tua vacanza, scopri la prima Regione in Italia a creare l'Atlante degli Itinerari Cicloturistici e l'Atlante dei Cammini.

**TOSCANA**  
RINASCIMENTO SENZA FINE

Turismo Industriale

Se le ascolti bene, le fabbriche raccontano storie incredibili.



**TOSCANA**  
RINASCIMENTO SENZA FINE

Wedding

visittuscany.com

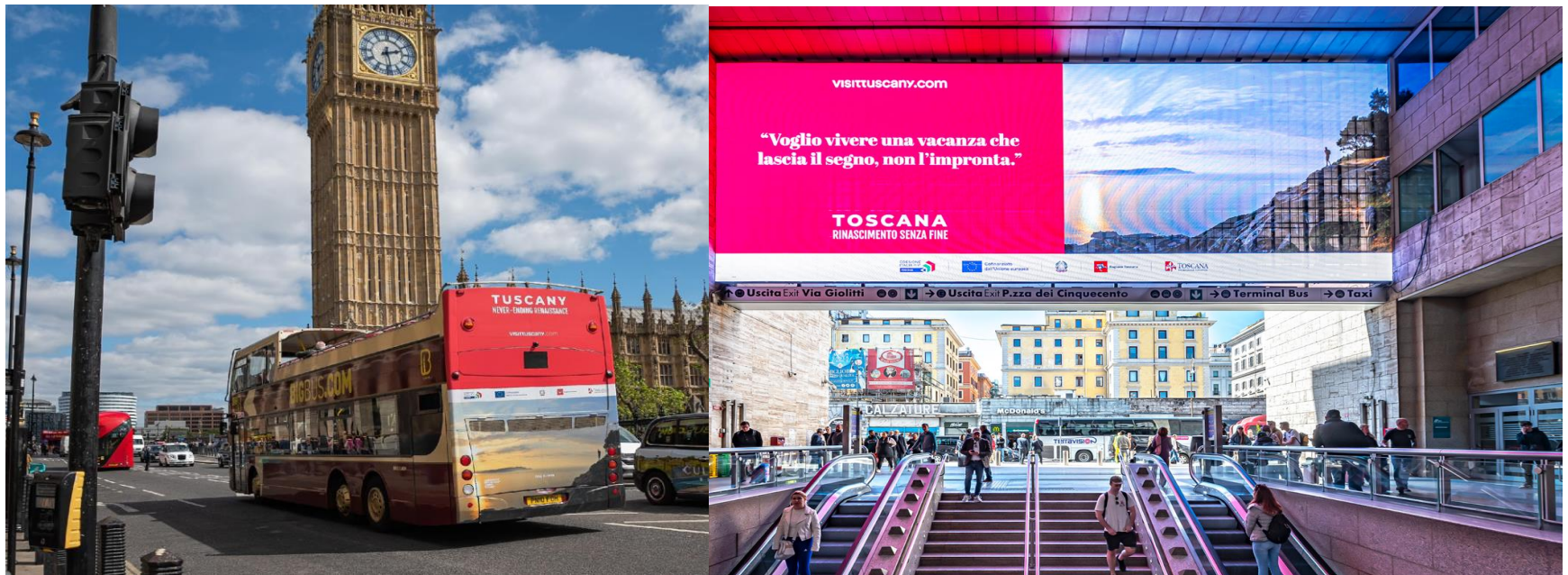
**Promettersi eterno amore in una location senza tempo.**



**TOSCANA**  
RINASCIMENTO SENZA FINE

visittuscany.com | TUSCANY FOR BUSINESS

In relazione alle preferenze dei mercati di riferimento, molte delle immagini della campagna Toscana nella Stazione di Roma Termini e Milano Centrale sono riferite proprio alla **sostenibilità** e al **potere evocativo della vacanza toscana**, così come le immagini applicate sui mezzi di trasporto europei, utilizzati per la campagna, fanno riferimento all'immaginario collettivo internazionale della Toscana, con il richiamo al **Rinascimento senza fine**.



## Aderenti al progetto Vetrina Toscana nel 2025

*(crescita sul 2024)*

- Ristoranti **1088 (+7,4%)**
- Botteghe **334 (+14,4%)**
- Produttori **474 (+11,0%)**  
#unviaggionelviaggio
- Strutture ricettive **228 (+98,3%)**

Partner:

Movimento città del vino

Movimento città dell'olio

Movimento città del tartufo



•TUTTO IL BUONO DELLA REGIONE•  
[www.vetrina.toscana.it](http://www.vetrina.toscana.it)



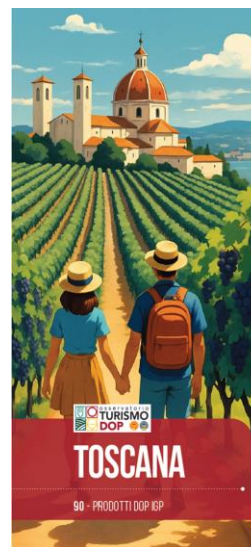
## Prima in Italia: I PREMI

Destinazione enogastronomica preferita dagli Italiani

**PER**  
**Numero di Dop-Igp**  
**Numero di agriturismi**  
**Aumento occupazione nell'agricoltura**  
**Diffusione della cucina toscana**



La settima edizione (2025) del **Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano** indica la Toscana come **la destinazione preferita degli italiani, la regione più desiderata per i futuri viaggi enogastronomici**. Il 33,9% dei turisti del Belpaese vorrebbe visitarla ed il 39,3% dichiara di essersi recato nel corso dei viaggi più recenti.



# RTR INDEX 2025. CLASSIFICA GENERALE

11



**REGIONAL TOURISM  
REPUTATION INDEX**  
IL PRIMO RATING ITALIANO SUL TURISMO

REGIONE	PUNTEGGIO	CHANGE 2024*
01 TOSCANA	<b>113,5</b>	=
02 TRENTINO ALTO ADIGE	<b>112,2</b>	=
03 SICILIA	<b>109,7</b>	=
04 PUGLIA	<b>106,1</b>	↑
05 LAZIO	<b>105,4</b>	↓
06 VENETO	<b>105,1</b>	↑
07 LIGURIA	<b>101,9</b>	↑
08 FRIULI VENEZIA GIULIA	<b>100,4</b>	↑
09 MARCHE	<b>100,1</b>	↑

## REGIONAL TOURISM REPUTATION INDEX

# 03



# 2025

01	TOSCANA	113,5	=	11	SARDEGNA	99,1	=
02	TRENTINO ALTO ADIGE	112,2	=	12	BASILICATA	98,7	↑
03	SICILIA	109,7	=	13	CALABRIA	98,5	↑
04	PUGLIA	106,1	↑	14	CAMPANIA	98,0	↑
05	LAZIO	105,4	↓	15	EMILIA ROMAGNA	97,7	↓
06	VENETO	105,1	↑	16	UMBRIA	97,4	↓
07	LIGURIA	101,9	↑	17	PIEMONTE	96,0	↓
08	FRIULI VENEZIA GIULIA	100,4	↑	18	ABRUZZO	93,1	=
09	MARCHE	100,1	↑	19	VALLE'AOSTA	91,3	=
10	LOMBARDIA	99,2	↓	20	MOLISE	89,3	=



↑=↓ Andamento rispetto al RTR INDEX 2024



### TRENTINO ALTO ADIGE

Con ben 2,1 milioni di like e follower è la destinazione più "social" d'Italia. Segue il Friuli V.G

### LAZIO

Con quasi 60mila strutture e attrazioni valutate più che positivamente è la destinazione con l'offerta turistica più apprezzata



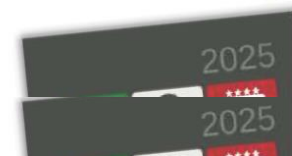
### SICILIA

Con 38mila pagine indicizzate è la regione più "ricercata" sul web



### MARCHE

È la regione con il maggior punteggio per qualità della ristorazione



# Prima in Italia: I PREMI

## La Toscana premiata ai Best Luxury Hotel Awards 2025!

Il prestigioso riconoscimento annuale, ideato da Teamwork Hospitality con il patrocinio di Altagamma e il contributo di ELLE Decor e EHMA – European Hotel Managers Association, che celebra l'eccellenza dell'ospitalità di lusso in Italia.

Premio speciale è stato assegnato alla nostra Regione con la seguente motivazione: *“Per la bellezza del territorio che, con il suo patrimonio artistico, culturale e paesaggistico, rappresenta un **modello di eccellenza italiana** riconosciuto in tutto il mondo.”*



#TUSCANYTOGETHER



Grazie per l'attenzione

**TOSCANA**  
RINASCIMENTO SENZA FINE  
[visittuscany.com](http://visittuscany.com)