



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

Data 23/03/2020

Simona Polli

Come creare esperienze outdoor di
valore

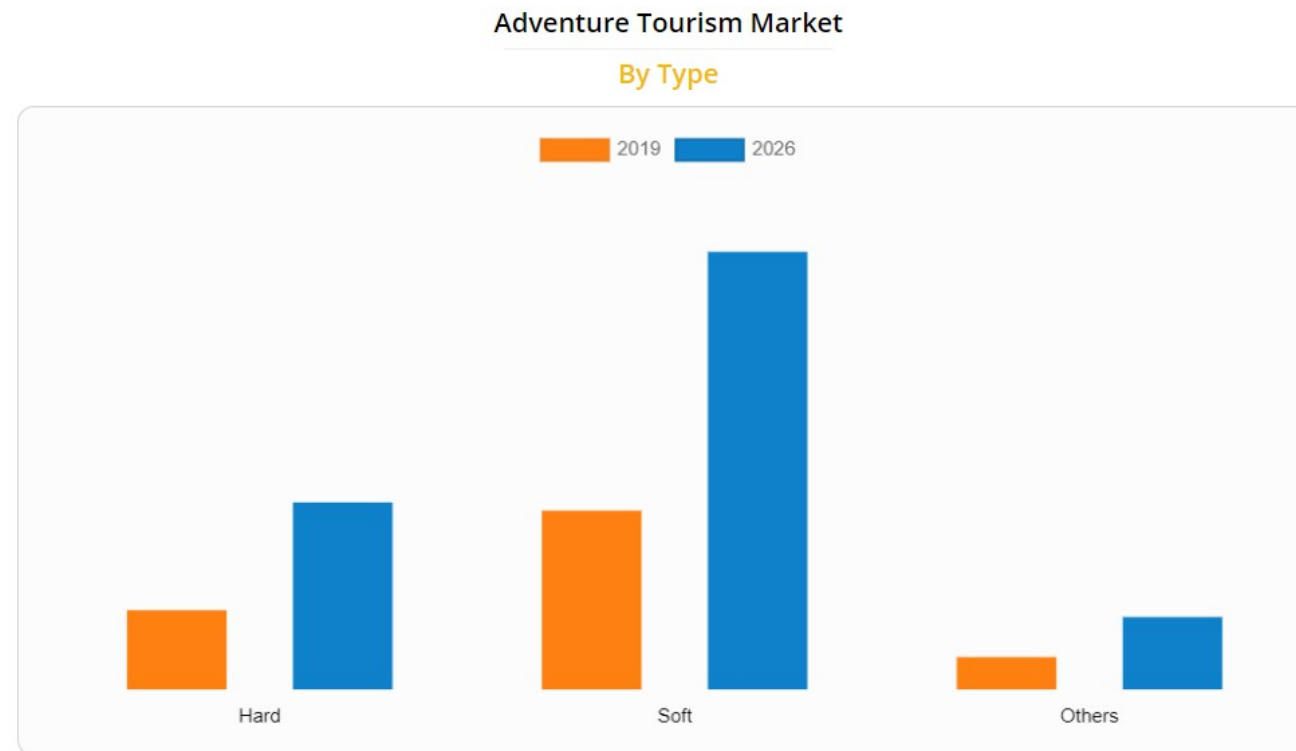


TUTTI PAZZI PER IL TURISMO OUTDOOR

- + 21% mercato del turismo avventura dal 2012 al 2017
- \$ 586 miliardi nel 2018
- **+ 75% previsto entro il 2026** (\$ 1,627 miliardi)
- Durata media del viaggio 10 gg / spesa media 1000\$
- **Europa leader mondiale** del mercato avventura, seguita da America
- Attività outdoor predilette: trekking, bici, safari, attività enogastronomiche, attività legate al benessere



ADVENTURE SOFT vs HARD



Soft tourism segments dominates the global Adventure Tourism market and is expected to retain its dominance



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

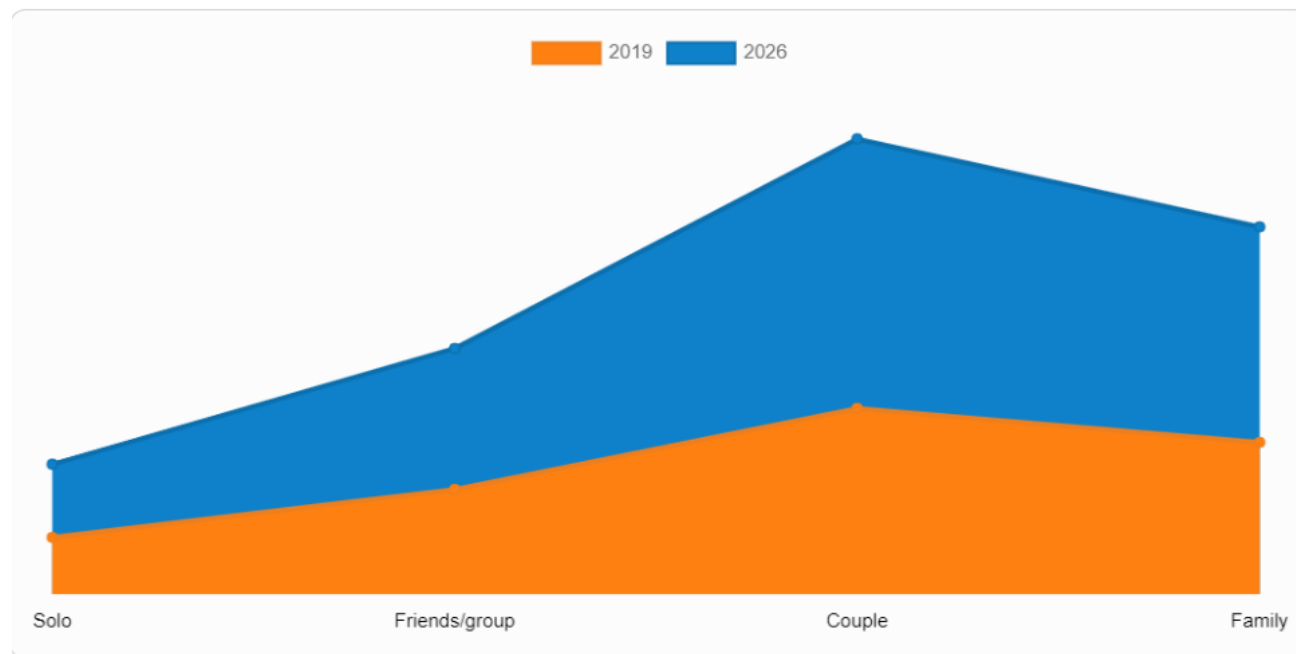
#tuscanytogether

Digital Labs

TIPOLOGIA DI VIAGGIATORE

Adventure Tourism Market

By Type of Traveller





Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

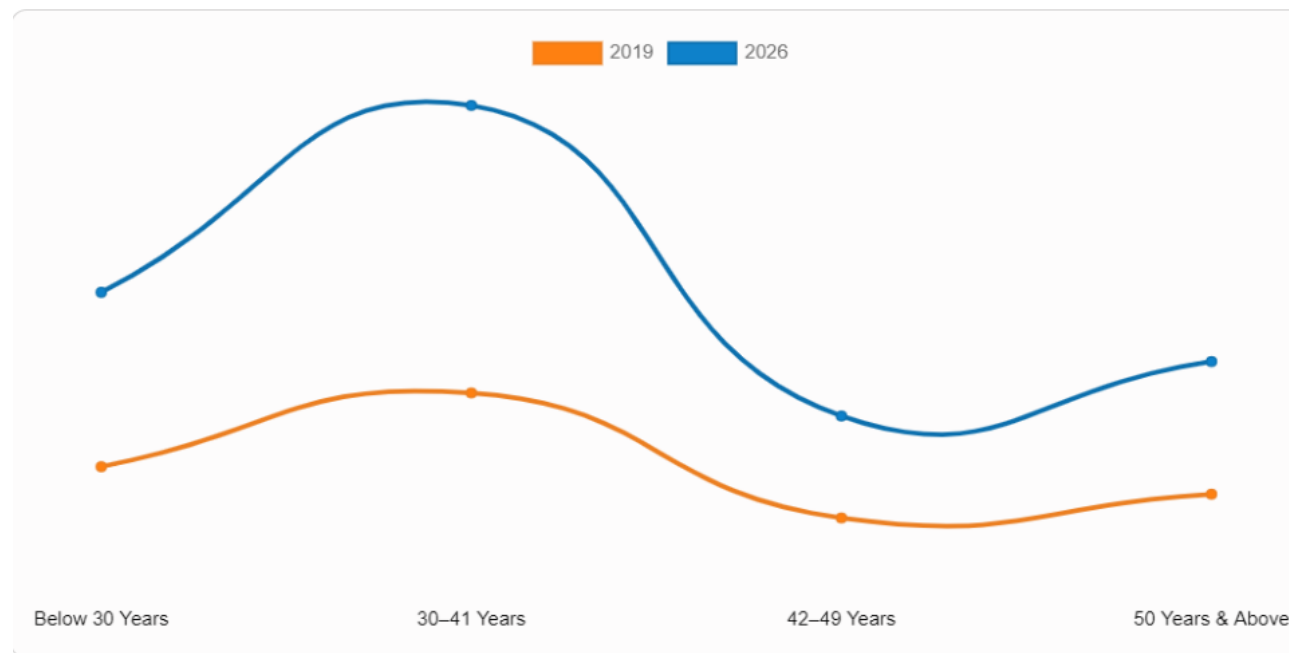
#tuscanytogether

Digital Labs

DEMOGRAFIA VIAGGIATORE

Adventure Tourism Market

By Age Group



30-41 years age group segment is projected to grow with fastest CAGR during the forecast period



TARGET OUTDOOR MONDIALE

- Europa e America 70% delle partenze internazionali di cui 40% include motivazione avventura!
- 45% prenota tramite TO
- 57% Uomini
- Età media: 49 anni. In aumento la fascia 25-45 anni
- Mercato asiatico in crescita (Cina, India, South Korea), entro 2022 primo mercato target



MERCATO OUTDOOR ITALIA

- 5 miliardi di euro
- +5% per il 2020
- Target principale **famiglie**
- Mercati provenienza: **Germania, Francia, Olanda, Austria e UK**
- In aumento domanda USA e Brasile



ATTIVITA' OUTDOOR ITALIA

Attività outdoor preferite:

- Tour in bici (34% di cui 38% e-bike)
- Trekking (33%)
- Barca /sport acquatici (27%)

*In bici prevalenza di tour (89%) anziché noleggio (11%), mentre trekking principalmente fai-da-te (73%)



Regione Toscana

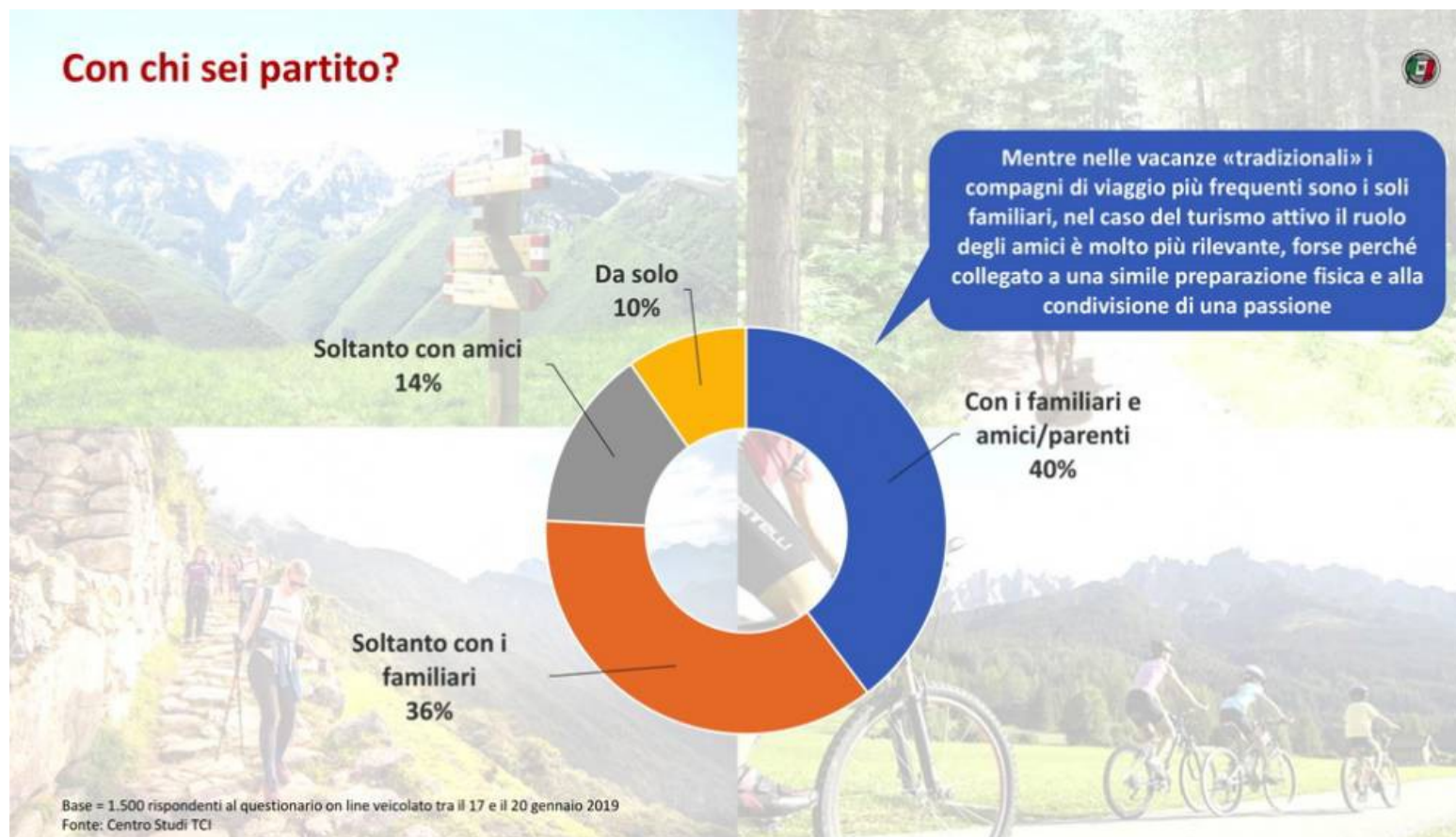


#tuscanytogether

Digital Labs

TARGET OUTDOOR ITALIANO

50% community
Touring Club ha scelto
per i propri viaggi
outdoor
esclusivamente il Bel
Paese (50%), il 42% sia
destinazioni italiane
sia straniere e appena
il 9% soltanto l'estero.





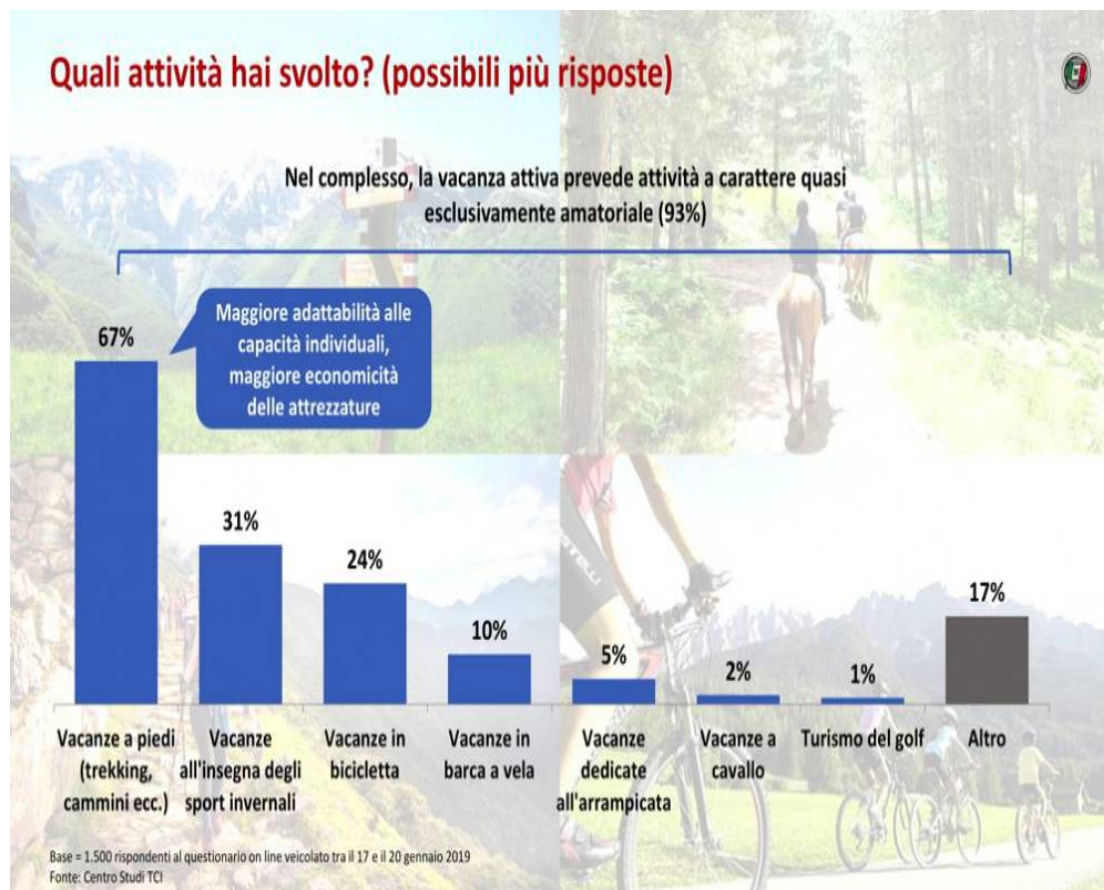
Regione Toscana



#tuscanytogether

Digital Labs

ATTIVITA' PREFERITE DAGLI ITALIANI



67% Vacanze a piedi
31% Sport invernali
24% Bicicletta

Altre tipologie: vacanze in barca a vela (19%), arrampicata (5%), turismo a cavallo (2%) e turismo del golf (1%)



TARGET & MOTIVAZIONI DI VIAGGIO

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 & MOTIVAZIONI DI VIAGGIO

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.



CREARE ESPERIENZE DI VALORE

- **VALORE PRODOTTO:** focalizzarsi sui bisogni/esperienza non sul prezzo!
Il 33% dei viaggiatori dichiara di esser disposto a spendere di più se ne vale la pena / 48% dichiara di poter spendere 10-20% in più per ridurre impatto ambientale durante le proprie vacanze.
- **INNOVAZIONE/DIFFERENZIAZIONE:** partire dalle proprie unique selling propositions e “why” che vi rende unici!
Standardizzazione vs specializzazione.
- **COMUNICAZIONE:** non esiste un buon prodotto senza una buona comunicazione.



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#tuscanytogether

Digital Labs

2020 TRAVEL TRENDS

MICROADVENTURES

SOLO TRAVEL

TURISMO SOSTENIBILE & UNDERTOURISM

TRANSFORMATIVO



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#tuscanytogether

Digital Labs

MICROADVENTURES

“an adventure that is short, simple, local and cheap — yet still exciting, challenging and rewarding” - Alastair Humphreys



visittuscany.com

#tuscanytogether



Regione Toscana



#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

INTREPIDTRAVEL.COM

5 BEST COUNTRIES FOR SOLO TRAVEL IN EUROPE



SOLO TRAVEL

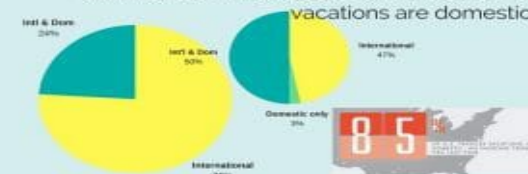
- 18% del mercato globale
- 84% sono donne
- 58% dei millennials / 40% dei baby boomers viaggiano *solo*
- 30% scelgono attività outdoor
- 52% scelgono tour guidati

SOLO
TRAVELER

SOLO TRAVELERS: WHO, WHAT, WHERE AND HOW

INTERNATIONAL TRAVEL FOCUS

Solo travelers are international travelers. 76% of millennials focus exclusively on international travel. Of all respondents, 98% focus on both international and domestic travel. By contrast, the MMYG Portrait of American Travelers shows that 85% of US vacations are domestic.



FREQUENT TRAVELERS

43% of Solo Traveler's readers travel three or more times in a year.

MORE IN 2018

73% plan to travel more in 2018.

TOURS AND CRUISES **58%**



When asked about their travel style 58% said they travel at least some of the time with a group or on a cruise.

VISITTUSCANY.COM

#TUSCANYTOGETHER



Regione Toscana

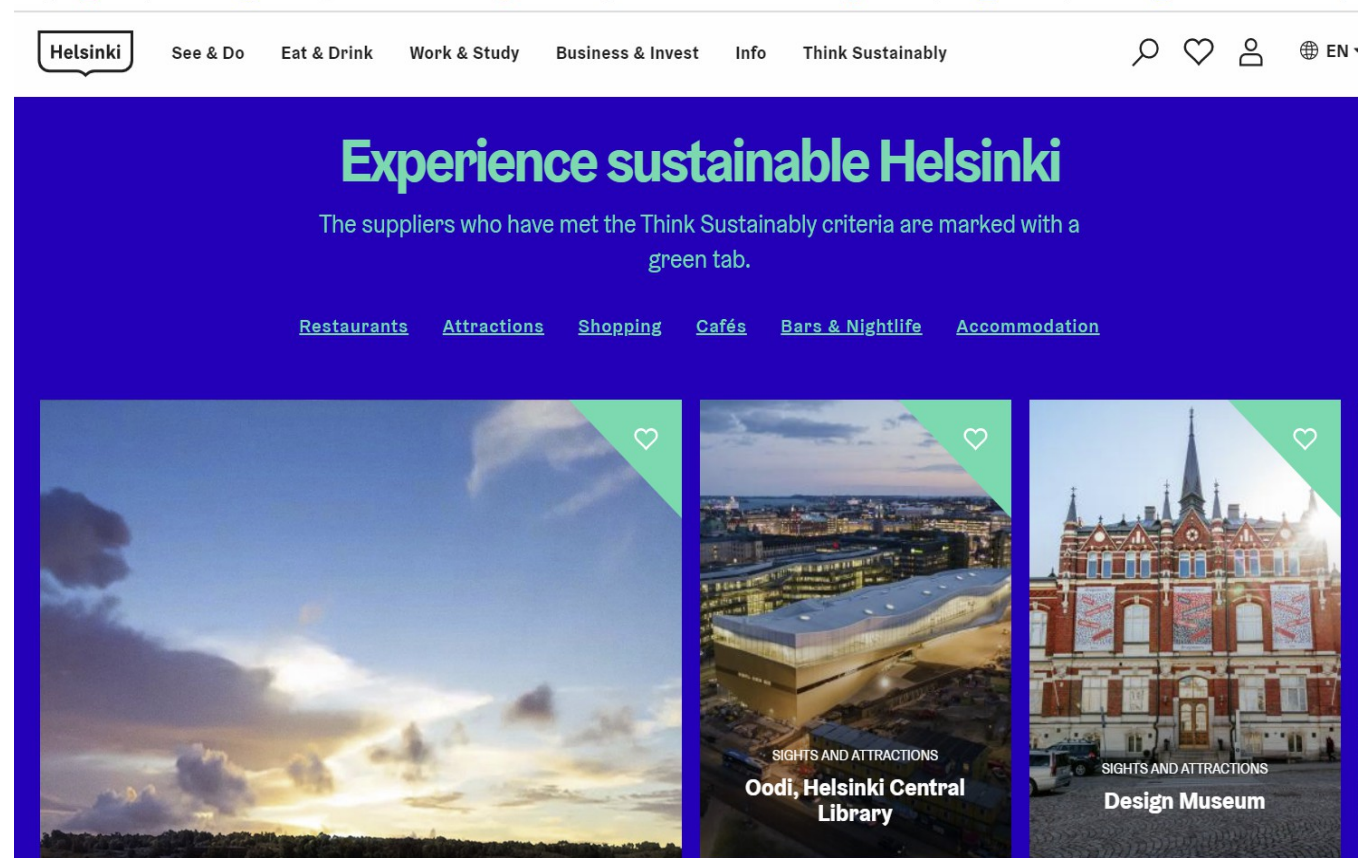


#tuscanytogether

Digital Labs

TURISMO SOSTENIBILE E UNDERTOURISM

- Secondo Booking.com il 55% dei viaggiatori internazionali è propenso a fare un viaggio più sostenibile
- 70% fa attenzione a scegliere strutture eco-friendly





Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs



TURISMO TRASFORMATIVO

***“Le esperienze trasformative
spronano le persone a intraprendere
cambiamenti significativi e duraturi
nelle proprie vite”***

- Transformational Travel Council



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#tuscanytogether

Digital Labs

MOTIVAZIONI DI VIAGGIO

#1 Trasformazione

Relazioni, impatto ambientale, scelte di viaggio e consumo consapevoli, impegno sociale, gestione del tempo e stile di vita, benessere psico-fisico/mindfulness.





STAYCATION

- Pinterest aveva previsto le **staycations come top trend del 2020** visto il +38% delle ricerche relative nel 2019
- Google ha visto un aumento negli ultimi due anni di ricerche per **“attività vicino a me”**.

FLYGSKAM (flight shame): 2019
-50% voli domestici in Germania

CORONA VIRUS: Get Your Guide ha registrato un -50% nel solo mese di marzo con aumento di attività vicino casa, soprattutto outdoor!



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#tuscanytogether

Digital Labs

+230% negli ultimi 6 anni!

La maggior parte viaggia sola, vogliono mettersi alla prova, imparare e fare amicizia

TURISMO FEMMINILE

Search site by keyword...

adventurewomen
THE DESTINATION IS JUST THE BEGINNING

1.800.804.8686 [FREE CATALOG](#)

ADVENTURE VACATIONS ARE YOU AN ADVENTURE WOMAN? ABOUT US VIDEOS BLOG CONTACT US

Are You an Adventure Woman?

In 1982, when AdventureWomen was founded, the idea of women traveling to exotic destinations on vacations designed especially for women, by women, was not at all mainstream. Happily, times have changed. Today thousands of women of all ages, and from all walks of life, pack their bags annually to go on [adventure travel trips for women](#) in exotic, worldwide, destinations.

Listen to what Mary from Nevada has to say about her experience traveling with us on her 6th trip with AdventureWomen:

AdventureWomen Guest Reviews Our Vacations for Women

Guarda più tardi Condividi

Are You an Adventure Woman?

Is This Your First Adventure Vacation?

[FAQ's About AdventureWomen's Adventure Travel Trips for Women](#)

"Never in my Wildest Dreams..."

Top 10 Reasons to be an Adventurous Woman

Activity Levels for AdventureWomen Tours

Travel Tips for Savvy Women Adventure Travelers

Subscribe to Newsletter

First name *

Last name *

Phone

Email *

adventurewomen.com/are-you-an-adventure-woman/faq/

SHOP REI REI OUTLET USED GEAR REI ADVENTURES CLASSES & EVENTS EXPERT ADVICE CO-OP JOURNAL CONVERSATIONS CAMPING PROJECT

Search for great gear & clothing

SIGN IN STORES CART

Camp & Hike Climb Cycle Paddle Run Snow Travel Men Women Kids Deals Gifts More REI OUTLET >

A WOMAN'S PLACE IS IN THE WILD

You—yes, you—are a Force of Nature. Seize your summer with over 1,000 classes, tours and events for women nationwide.

Find an event near you

ZIP Code

visittuscany.com

#tuscanytogether



Regione Toscana



#tuscanytogether

Digital Labs



MILLENNIALS

- Entro 2025 costituiranno la metà del mercato turistico
- Cercano nuove amicizie, esperienze uniche e trasformative
- Comunicazione innovativa e senso della community

La community di viaggiatori on the road

Partiamo tutto l'anno, in piccoli gruppi, omogenei per età e mood di

visittuscany.com

#tuscanytogether



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

MULTIGENERAZIONALE

40% degli Americani / 50% degli
Inglesi hanno fatto almeno un
viaggio multigenerazionale
Motivazione di viaggio:
celebrazioni o riunione familiare

Necessità di differenziazione
prodotto / attività adatte a tutta la
famiglia/età + tempo libero per
stare insieme / best rates per le
vacanze scolastiche!

0800-810-8020 or your travel advisor

START PLANNING THE TRIP OF A LIFETIME. [GET MY FREE BROCHURE NOW](#)

TAUCK 

Destinations

Tours & Cruises

Why Tauck

 Search for destination, travel type

What is Tauck Bridges?

Travel should be life-changing, eye-opening, exciting – and engaging for kids, teens, parents and grandparents alike. Our vacations designed just for families have been created to spark a passion, inspire a sense of wonder, and enrich understanding – and when these experiences are shared with loved ones and other families, they bring you closer together. Whether on a land journey, river cruise or small ship cruise, we take care of every detail so you can do, see, and be together as a family... making every moment count and memories that will last forever.



Why Guided Family Travel is a Great Idea

Our Tauck Bridges journeys are designed to create new and deeper connections that last by allowing multi-generational families to grow closer to each other as they explore faraway places together... making new friends along the way. Insider experiences, custom-designed hands-on activities, and authentic local color all add to the fun... not to mention our best in class team of family-oriented tour

visittuscany.com

#TUSCANYTOGETHER



Regione Toscana



#tuscanytogether

Digital Labs

DISABILITA'

Mercato da 90 milioni di persone
1/3 persone hanno a che fare con disabilità

Tour per viaggiatori con disabilità –
Slovenia/Croazia/Europa

Marchio OPEN - Trentino

Portogallo – premio UNWTO
per destinazione di turismo
accessibile



La **Fondazione Vodafone Spagna** e **PREDIF**, in una iniziativa congiunta e in collaborazione con la **Fondazione Vodafone Portogallo** e **Accessible Portugal** convergono sull'idea di lanciare la prima piattaforma di turismo accessibile gestita da esperti di accessibilità.

TUR4all è una piattaforma dinamica il cui scopo è quello di divulgare l'offerta turistica accessibile di Spagna e Portogallo, e presto includerà anche altri paesi. Il nostro obiettivo è quello di fornire informazioni attendibili e aggiornate riguardo le condizioni di accessibilità di hotel, ristoranti, musei e monumenti, mezzi di trasporto adattati per disabili, ed altro.

Scegli un paese della rete TUR4all



Spagna



Portogallo

Se desidera che il suo paese faccia parte della Rete TUR4all, ci contatti a: info@tur4all.com

visittuscany.com

#tuscanytogether



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#tuscanytogether

Digital Labs

GLI ITINERARI

VVS	VIA DEL VOLTO SANTO	PAG. 20	VG	VIA GIBELLINA	38
SM/CSP	SENTIERO MATILDE/CAMMINO DI SAN PELLEGRINO	30	VRG	VIA ROMEA GERMANICA	72
RS	ROMEA STRATA	80	CF	CAMMINI FRANCESCANI	88
VD	VIA DEGLI DEI	10	VLS	VIA LAURETANA SENESE	64
CD	CAMMINO DI DANTE	56	VC	VIA CLODIA	48



TRAIL TOURISM

In Toscana più di 7.000 km di cammini
100.000 arrivi nel 2019 (+10% annuo)
vs Cammino di Santiago quasi 350.000

Potenziale economico del turismo dei cammini
→ Secondo una ricerca di Galicia Tourism e
Università di Santiago di Compostela i
pellegrini hanno un impatto economico pari a
quello di 2.3 turisti domestici!



I NUMERI DEI CAMMINI

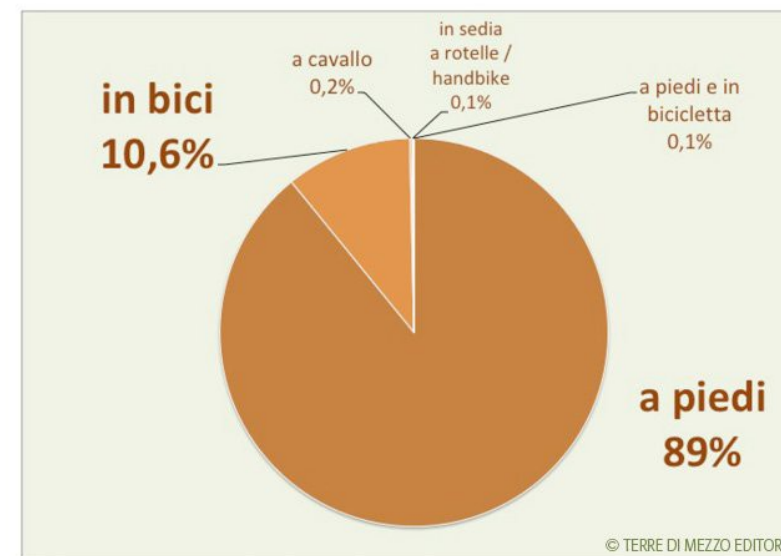
Motivazione di viaggio

I CAMMINATORI PERCHÉ CI SI METTE IN CAMMINO (RISPOSTE MULTIPLE)



Tipologia di percorrenza

COME VENGONO PERCORSI I CAMMINI





Regione Toscana

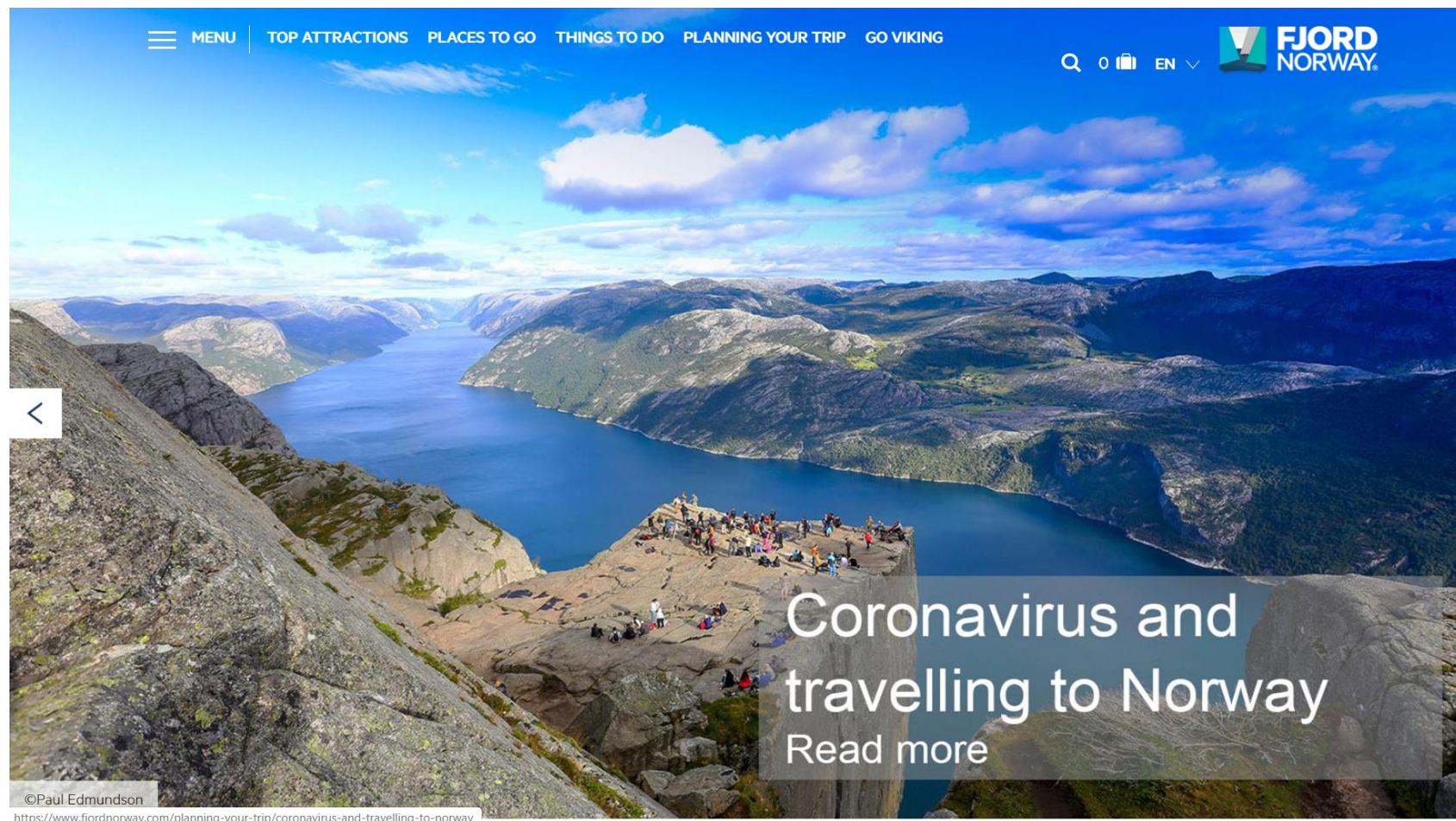


#tuscanytogether

Digital Labs

ESPERIENZE DRIVER DI DESTINAZIONE

FJORD NORWAY ha investito \$16 milioni nel creare la propria brand identity come destinazione outdoor puntando sulle esperienze e diventando market place



visittuscany.com

#tuscanytogether



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

I FEEL
SLOVENIA

SLOVENIA.
LA PACE INTERIORE
A MODO MIO.

#ifeelsLOVEnia
#myway

www.slovenia.info

I FEEL SLOVENIA

Destinazione che si è specializzata su outdoor.

Portale promozione turistica suddiviso in:

Hiking / Biking / Skiing

Soprattutto trekking con 10,000 km di sentieri!

Campagne social per affermare la brand identity.

VISITTUSCANY.com

#TUSCANYTOGETHER



Regione Toscana



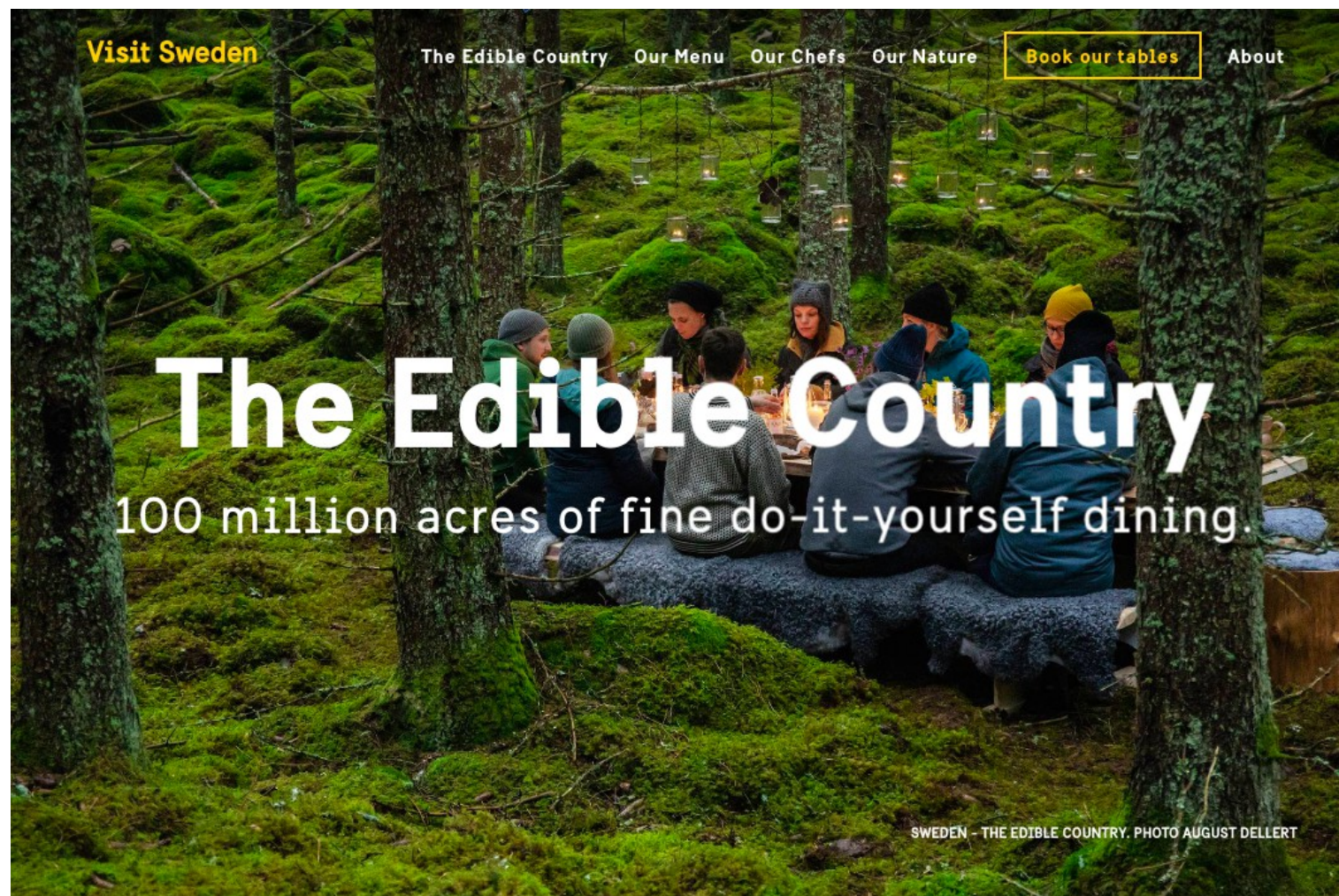
TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#tuscanytogether

Digital Labs

VISIT SWEDEN

Caso di innovazione:
Esperienze di “foraging” e cene
in natura in collaborazione con
4 chef stellati Michelin



visittuscany.com

#tuscanytogether



COME SI CREA UN PRODOTTO DI VALORE?

- * **Storytelling:** avere un tema, comunicare il WHY
- * **Challenge culturale e fisico:** uscire dalla propria area di comfort, imparare attraverso laboratori, corsi di cucina etc.
- * **Innovazione e momenti WOW:** esperienze uniche e trasformative
- * **Autenticità:** interazione con le persone / “meet the locals”
- * **Sostenibilità:** attenzione per l' impatto ambientale e sociale
- * **Accessibilità:** per famiglie con bambini, disabilità, terza età



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#tuscanytogether

Digital Labs

START WITH WHY

- Partire dalle motivazioni di viaggio
- Storytelling

CURRENCY £ | +44 207 426 9888 | Trustpilot

START PLANNING HERE

BLACK TOMATO

Search

DESTINATIONS | EXPERIENCES | INSPIRATIONS | TRIP FINDER | BUCKET LIST | ABOUT US

I need to...

'shape and grow my business'

'ignite my creative thinking'

'find a more sustainable lifestyle'

'make my passion my life'

'find better work-life balance'

'refresh my family relationships'

'rebuild my understanding of wellness'

visittuscany.com

#tuscanytogether



Regione Toscana



#tuscanytogether

Digital Labs

BLACK TOMATO LUXURY BOUTIQUE



“SOMETIMES YOU NEED TO GET
LOST TO FIND YOURSELF”

WHY GET LOST?

- Totale disconnessione
- Mettersi alla prova
- Realizzazione personale
- Essere protagonista
- Esplorare territori sconosciuti



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#tuscanytogether

Digital Labs

OROU SAPULOT BORNEO



- Challenge
- Autenticità
- Unicità
- Sostenibilità



Regione Toscana



#tuscanytogether

Digital Labs

SKYLODGE ADVENTURE SUITE - PERU

INNOVAZIONE E
UNICITA'

- Via ferrata + zipline
- Pernotto in alloggi esclusivi



visittuscany.com

#tuscanytogether



Regione Toscana



#tuscanytogether

Digital Labs

CATTLE DRIVE AUSTRALIA: UNICITA' E AUTENTICITA'



visittuscany.com

#tuscanytogether



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#tuscanytogether

Digital Labs

RUHR VALLEY CYCLING PATH



THE RUHR VALLEY CYCLE PATH

SOSTENIBILITA' e INNOVAZIONE

- Riconversione area industriale in green e sostenibile
- 240 km di pista ciclabile
- Installazioni artistiche su colline di scorie industriali

visittuscany.com

#tuscanytogether



Regione Toscana



#tuscanytogether

Digital Labs

Landscape Park - Duisburg Nord

INNOVAZIONE E UNICITA'

- Centro culturale
- Centro diving in ex-gassometro
- Arrampicata su ex-silos di minerali industriali
- Bici
- Visite guidate





Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

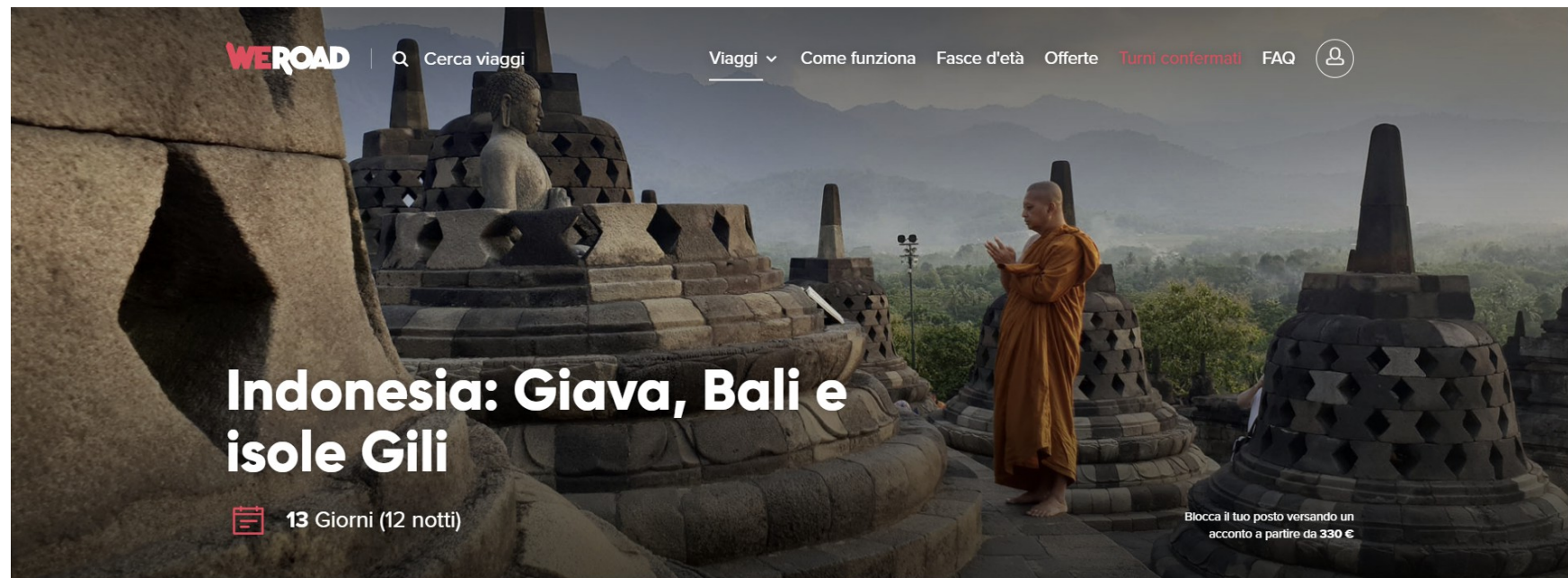
#tuscanytogether

Digital Labs

WEROAD

MOMENTI WOW

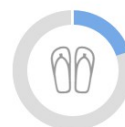
- Alba sul monte Bromo
- Altalena Ubud
- Snokelling Gili Meno



Natura e
Avventura
90%



Monumenti
e Storia
30%



Relax
20%



Città e
Cultura
40%



Party &
Nightlife
30%

L'Indonesia è la meta ideale per chi è affascinato dal mondo orientale e il nostro viaggio di gruppo è l'ideale per chi vuole vivere questo luogo nella sua interezza, dalla capitale a Bali,

Indonesia 13 giorni

Dubbi? Ti
rispondiamo subito!



visittuscany.com

#tuscanytogether



Regione Toscana



#TUSCANYTOGETHER

Digital Labs

COMUNICA IL VALORE DELLA TUA OFFERTA

 Destinations Themes About Travel deals			
I want to travel to...		Search	
Start	Levanto, Italy	Code	ZGXT
Finish	Santa Margherita, Italy	Physical rating	●●●○○●
Destination	Italy	Ages	Min 15
Style	Original	Group size	Min 1, Max 12
Theme	Active Adventures		

Why you'll love this trip

- Dazzling cliff-side houses and an impossible coastal location make Cinque Terre one of the world's most romantic destinations
- Adventure through the area's most scenic trails on foot and by bike, including parts of the classic coastal route, all under expert local guidance. Take to the water on a kayak trip to secluded beaches
- If you'd rather spend more time relaxing on the beach, there's flexibility in some places to take a train instead of hike
- Enjoy delicious meals overlooking spectacular cliffs, colourful villages and sparkling seas
- Discover a swathe of medieval marvels, such as the castle and churches of Levanto and the Abbey of San Fruttuoso

Is this trip right for you?

- This multi-activity trip requires a good level of fitness and health for the hiking, biking and kayaking. Many of the walks involve steep hills and steps that you'll need to be able to climb. Walking times vary between three and six hours a day, but the rewards are worth every step. Please note that recent landslides have ruined many paths along the Cinque Terre coastal route. As maintenance is being carried out in some areas, some of the daily walks may vary, and sometimes will be replaced by walks of a higher physical rating. Your leader will update you and offer alternative walks.
- Summer temperatures in Italy can be extreme (up to 40°C). It's important to use sun protection, wear layers to combat the heat and drink plenty of water. Please consider the time of the year you wish to travel and your suitability to that season.

www.intrepidtravel.com

- **Le immagini sono la tua immagine:** usa foto professionali!
- **Descrizione prodotto:** racconta la tua storia e cosa ti rende unico, evidenzia 3-5 highlights che rispondono ai bisogni del cliente, crea interesse, sii informativo ma non dire tutto, lascia qualche sorpresa, specifica inclusioni/esclusioni

visittuscany.com

#TUSCANYTOGETHER



Regione Toscana



#tuscanytogether

Digital Labs

ACCOMPAGNA IL CLIENTE ALL'ACQUISTO

- Organizzazione chiara dei contenuti, **processo di acquisto** veloce e semplice + Call-to-action!
- **Crea fiducia e social proof** : reviews (Tripadvisor widget) /users generated content

The screenshot shows the website for 'gone paddling' (www.gonepaddling.no). The navigation bar includes links for HOME, LOCATIONS, ACTIVITIES, RENTALS, COURSES, SHOP, and ABOUT. A 'BOOK NOW!' button is prominently displayed. Below the navigation bar, there is a section for 'MEMBERSHIPS' featuring logos for 'Leave No Trace', 'ADVENTURE TRAVEL TRADE ASSOCIATION', 'BERGEN', 'sognefjord', 'KAYAK THE FJORDS', 'FJORD NORWAY', and 'Norges Paddleforbund'. A Tripadvisor widget is also visible, showing 'Gone Paddling AS' with 229 reviews, a 'Ranked #1 of 3 things to do in Herdla' badge, and a 'Certificate of Excellence 2019'.

Rating	Count
Excellent	212
Very Good	12
Average	3
Poor	0
Terrible	2

www.gone-paddling.trekksoft.com

VISITTUSCANY.COM

#tuscanytogether



VERIFICA LA TUA PERFORMANCE E FIDELIZZA

- **Mobile friendly** soprattutto per i tour/attività che vengono prenotati principalmente in loco (48%) e quindi da mobile!! [Mobiletest.me](https://mobiletest.me) per testare visualizzazione su diversi schermi.
- **Monitora e analizza:** verifica la *conversion rate* (almeno 2-3%) e analizzate il tuo pubblico tramite Google Analytics!
- **Fidelizza:** follow up, contenuti user-generated, campagne di fidelizzazione.



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA

#tuscanytogether

Digital Labs

Grazie per l'attenzione.

Pubblicheremo presto le risposte a tutte le domande a cui oggi non abbiamo fatto in tempo a rispondere all'indirizzo

team.toscanapromozione.it.

Allo stesso indirizzo troverai le slide e le registrazioni video.

Per ogni informazione puoi scriverci a territori@toscanapromozione.it

Ci vediamo al prossimo Lab!