



L'edizione 2015 di Buy Tuscany si tiene oggi e domani alla Stazione Leopolda

Bella, elegante, autentica. Sono questo i tre aggettivi che i turisti di mezzo mondo usano per descrivere la Toscana. Una regione che sta scoprendo un nuovo appeal come terra ricca di bellezze inesplorate dai grandi flussi turistici e dove vivere esperienze indimenticabili, oltre che come luogo di arte, cultura e tradizioni secolari. E' quanto emerge dalla ricerca realizzata da FutureBrand per Toscana Promozione in vista dell'edizione 2015 di Buy Tuscany, il workshop B2B ideato da Toscana Promozione ed organizzato insieme a Regione Toscana per favorire l'incontro tra l'offerta turistica regionale e il trade internazionale, la cui ottava edizione si apre oggi alla Stazione Leopolda a Firenze.

“Siamo una meta appetita da tanti paesi – ha detto l'assessore al turismo Stefano Ciuoffo – e i dati che mi capita di analizzare rispetto al nostro grado di attrattività lo confermano. La forza della Toscana in questi ultimi anni è di nuovo cresciuta perchè tanti imprenditori del settore hanno saputo correggere, modificare e riadattare la propria offerta incidendo positivamente sulla percezione nei confronti della Toscana come terra in grado di soddisfare anche le esigenze dei nuovi turisti. Riguardo a Buy Tuscany, non posso far altro che ribadire l'autorevolezza ed il peso che ha saputo costruirsi nel corso degli anni tra gli operatori, contribuendo enormemente, grazie all'interesse di tanti buyer internazionali, a dare un'immagine vincente a tante nostre mete turistiche”.

L'edizione 2015 di Buy Tuscany si tiene oggi e domani alla Stazione Leopolda. Previsti circa 2300 incontri di business tra 112 seller toscani e 130 buyer internazionali provenienti da 27

Paesi. I Contingenti più numerosi sono quelli provenienti da Stati Uniti (29), Regno Unito (18) e Germania (18), seguiti da Francia, Olanda, India, Cina e Brasile. Per quanto riguarda i segmenti d'offerta, invece, i più gettonati sono Luxury, Città d'Arte, Campagna/Enogastronomia e Congressuale.

L'immagine della Toscana che emerge dalla ricerca di Futurebrand è, quindi, quella di una regione che in questi anni ha saputo rinnovare ed ampliare la propria offerta turistica riaccendendo l'amore dei visitatori storici (Regno Unito e USA) e conquistando quelli provenienti dai nuovi mercati (in primis i BRIC) e dalle economie emergenti (Turchia, Corea, ecc.). Il tutto mantenendo inalterati i pilastri fondamentali della propria identità: ricchezza storico-culturale, enogastronomia e paesaggio a cui si aggiungono gli elementi dell'esperienza e della scoperta delle mete fino ad oggi inesplorate dal turismo di massa. In altre parole i due elementi chiave su cui la Regione, attraverso Toscana Promozione, ha lavorato in questi anni dando vita a progetti innovativi dedicati alla Cina, al Brasile e all'India.

L'immagine rinnovata della Toscana del turismo è confermata anche dall'altra indagine commissionata dall'Agenzia di Promozione Economica della Toscana e realizzata da Antonio Preiti di Sociometrica. Ad essere indagata, in questo caso, è la percezione della Toscana nei Social Network, dove i turisti esprimono in modo libero i propri giudizi sulle destinazioni turistiche visitate durante le vacanze. E anche in questo caso, l'immagine che emerge è non solo positiva (80.9 % dei commenti), ma in netta evoluzione rispetto al passato: se le mete più citate continuano ad essere Firenze, Pisa e Siena, infatti, le altre città toscane guadagnano terreno con Lucca che, non solo è la terza città toscana più citata, ma si guadagna ben 81 punti per quanto riguarda il livello di "soddisfazione", seguita da Arezzo (78) e Firenze (77). Va detto, però, che 7 destinazioni toscane su 10 sono al di sopra della soglia convenzionale dei 75 punti, che segna la piena soddisfazione delle aspettative dei turisti. Sempre in termini di qualità dell'esperienza turistica, al primo posto troviamo il Duomo di Firenze (87) seguito dalla Piazza Grande di Arezzo (85) e dalle Mura di Lucca (84). Terzetto di testa di una classifica che vede i primi 10 panorami della regione tutti al di sopra dei 75 punti.

Redazione Nove da Firenze

fonte: <http://www.nove.firenze.it/turismo-8a-edizione-di-buy-tuscany-alla-leopolda-a-firenze.htm>

AIUTACI A INFORMARTI MEGLIO VISITANDO IL SITO; WWW.RIVISTA.LAGAZZETTAONLINE.INFO

