

L'orizzonte del turismo sostenibile

Arrivano i soldi, c'è anche Firenze

La ministra Santanché inaugura la fiera Bto e annuncia sei milioni di euro per decongestionare i luoghi più visitati

IL TREND DELLE PRESENZE

«I numeri sono buoni ma non siamo ancora tornati ai livelli pre-pandemia. Ecco perché è importante sbloccare risorse»

ANDAMENTO 2022

«La Toscana è riuscita a rafforzare il proprio brand grazie a nuove azioni di marketing»

di **Lisa Ciardi**
FIRENZE

Sei milioni di euro per favorire il turismo sostenibile e decongestionare le zone più visitate. Li ha annunciati, all'apertura della fiera Bto (Be Travel Onlife) alla Stazione Leopolda di Firenze, il ministro del turismo Daniela Santanché, in collegamento video. «Stiamo lavorando molto sul turismo sostenibile», ha spiegato. «Abbiamo pensato a città d'arte come Roma, Milano, Napoli, Venezia e naturalmente Firenze, che è capofila in questa regia. Al momento è previsto un budget di sei milioni di euro da suddividere tra le cinque città per promuovere interventi per un turismo più sostenibile, migliorare l'esperienza turistica e decongestionare i luoghi più visitati». Poi il tema della ripresa post-Covid. «Oggi tutti ci dicono che il turismo sta andando bene», ha detto Santanché. «Questo è vero, ma non siamo ancora ai dati del pre-pandemia, per cui quello che può fare il ministero del Turismo è aiutare anche con risorse economiche». Ad avviare i lavori della XIV edizione della Bto, il presidente della Regione Eugenio

Giani, l'assessore al turismo **Leonardo Marras** e i direttori Raffaele Palumbo per Fondazione Sistema Toscana e Francesco Tapinassi per Toscana Promozione Turistica. «Nel 2022, anno di passaggio dopo la pandemia, la Toscana si è distinta come regina del turismo tra le regioni italiane - ha detto Giani - e questo è stato possibile anche grazie alle infrastrutture digitali, oggi determinanti per l'incontro tra domanda e offerta. La Bto serve per valorizzare questi strumenti». «La campagna di promozione autunnale - ha proseguito Palumbo - ha registrato quasi 50 milioni di 'impression' e oltre 9 milioni di visualizzazioni video, solo nell'ultimo mese e mezzo, fra Italia, Francia, Germania, Austria e Svizzera. Nel 2022 la Toscana è stata tra le prime regioni a promuoversi sulla tv digitale con 4,5 milioni di 'impression' negli Usa. Ottime performance anche per Visittuscany.com con quasi 3 milioni di visitatori da gennaio al 15 novembre. Siamo approdati su Tik Tok dove, in meno di due mesi, abbiamo registrato quasi un milione di visualizzazioni e siamo la prima regione italiana con un account sul social network cinese Wechat».

«I primi dati 2022 - ha spiegato Tapinassi - sono particolarmente positivi per arrivi e presenze, con il grande ritorno dei turisti stranieri. Grazie alla selezione di mercati, aree di prodotto e azioni di marketing, la Toscana ha rafforzato il proprio brand». Intanto oggi la Bto va avanti. La seconda e ultima giornata si aprirà alle 10 con il panel su lavoro agile e turismo. Poi tanti altri incontri su vino, cibo e viaggi, grandi destinazioni, turismo sostenibile e ovviamente il Meta-verso, grande protagonista di questa edizione.



Daniela Santanché, ministra del Turismo

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 7167 - L.1737 - T.1737



Superficie 39 %