

**TURISMO » IL MAXI EVENTO**

# «L'isola, il luogo perfetto per raccontare la Toscana»

L'assessore regionale Ciuoffo al Buy Tuscany: 44 operatori internazionali sono arrivati da tutto il mondo per scoprire le potenzialità dell'arcipelago

di **Luca Centini**  
PORTOFERRAIO

«L'Elba ha tutte le specificità richieste per raccontare nel migliore dei modi la Toscana agli operatori turistici di tutto il mondo. E, al tempo stesso, la Toscana è perfetta per raccontare l'Italia». L'assessore regionale al turismo, **Stefano Ciuoffo**, descrive così le potenzialità turistiche dell'Elba e del resto dell'Arcipelago fino ad oggi sfruttate solo in parte (forse un po' sottostimate) nell'orbita del macro brand della Toscana. Eppure ieri - finalmente - l'isola è stata per un giorno al centro delle dinamiche della promozione turistica su vasta scala.

L'occasione è stata messa in piedi da Toscana Promozione, braccio operativo della Regione toscana, in collaborazione con la gestione associata del turismo. Per due giorni 44 operatori internazionali ("buyers"), provenienti anche da Stati Uniti, Europa, Brasile e Russia, hanno trascorso due giorni sull'isola testando da vicino le attività outdoor (vela, kayak, equitazione, diving, trekking etc.) e, quindi, scoprendo l'isola meno scontata, non limitata alle spiagge e al mare. Quindi, all'Hermitage, hanno incontrato 36 operatori elbani e della Costa Tirrenica. «Alcuni operatori locali erano quasi spiazzati - racconta **Massimo De Ferrari**, presidente dell'associazione Albergatori - in genere siamo noi ad andare all'estero per far conoscere l'isola. Stavolta dall'estero sono venuti da noi». Alla conferenza stampa tenuta ieri pomeriggio hanno partecipato, oltre all'assessore regionale Ciuoffo, il direttore di Toscana Promozione **Alberto Peruzzini**, il coordinatore della Gat **Claudio Della Lucia**

e il presidente degli Albergatori, **Massimo De Ferrari**.

Solo il 70% dei buyer internazionali conoscevano l'Elba. «Sono rimasti molto impressionati - ha spiegato il direttore Peruzzini - sono emersi solo elementi positivi. Il tempo non ci ha reso le cose semplici, ma forse è servito per far capire agli operatori che la forza dell'isola non è solo la balneazione». Del resto la rivisitazione del turismo balneare, non solo all'Elba, ma anche in mercati maturi come la Versilia e la Maremma è una strategia obbligata per poter competere. «L'Arcipelago ha una ricchezza che dobbiamo saper raccontare attraverso un'offerta di ospitalità innovativa - racconta l'assessore Ciuoffo - qua c'è tutto, dal

mare, alla cultura e storia, fino allo sport e all'enogastronomia. Quello che dobbiamo fare è non restare fermi ma proporci, cercando di limitare le criticità, ad esempio migliorando ulteriormente l'accessibilità, come nel caso dell'aeroporto».

Tra gli elementi di comprensione che gli operatori locali hanno cercato di trasmettere ai buyer esteri «il fatto - spiega **Claudio Della Lucia della Gat** - che l'Elba non è poi così piccola e che non è meta solo per una breve visita. Altro aspetto che abbiamo cercato di sfatare è che sull'isola si può restare anche in condizioni di tempo non perfette. Le attività sono diverse, non c'è solo la balneazione».



L'assessore regionale Ciuoffo

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Da sinistra Della Lucia, Ciuoffo, Peruzzini e De Ferrari

