

Crocieristi di Livorno per risollevarle le sorti del People Mover

Incontro a San Rossore con l'assessore regionale sul marchio "Costa di Toscana" e il settore turistico

di Sharon Braithwaite

► PISA

Unire i flussi turistici di Livorno, spinti dalle crociere, a quelli di Pisa e di Lucca utilizzando infrastrutture esistenti (come porto, ferrovia e People Mover) per incrementare la presenza dei visitatori sulla costa. Dalle crociere al museo delle navi romane, alle mura lucchesi, andata e ritorno. È la direzione intrapresa dalla Regione che punta a valorizzare e sviluppare il turismo costiero attraverso il nascente marchio "Costa di Toscana".

Il brand è stato presentato ieri mattina al Parco di San Rossore, in occasione del secondo incontro (il primo si è svolto a Massa) di ascolto delle istituzioni locali organizzato dalla commissione regionale per la ripresa economico-sociale della Toscana costiera. «Vogliamo attirare più turisti sui nostri territori. In questa sfida Pisa è centrale: ogni anno

oltre cinque milioni di visitatori arrivano all'aeroporto Galilei e noi dobbiamo lavorare affinché la loro permanenza sia più lunga - spiega **Antonio Mazzeo**, consigliere regionale Pd e presidente della commissione -. Metteremo in campo iniziative di marketing territoriale condiviso per prolungare la stagione turistica e dare impulso al litorale, su cui servono maggiori investimenti. Intendiamo mantenere e unire la bellezza all'innovazione che rende grandi e più attraenti i nostri territori». Il nuovo marchio riunisce le cinque province che si affacciano sul mar Tirreno: un'area che ha subito maggiormente gli effetti della crisi economica e che è cresciuta meno rispetto alla fascia centrale della regione. «Lavoriamo per far viaggiare tutta la Toscana alla medesima velocità - dice **Alessandra Nardini**

(Pd), vicepresidente della commissione -. Se la costa e l'asse centrale della regione crescono insieme ne beneficia tutto il territorio». La costa dunque ha una sua capacità attrattiva da valorizzare e potrebbe rinasce integrando l'offerta turistica balneare con percorsi

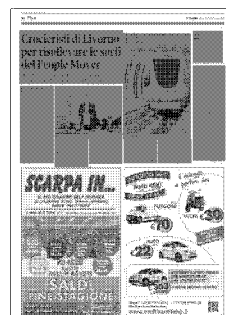
» Il consigliere Mazzeo (Pd): dobbiamo aumentare la permanenza degli oltre 5 milioni di passeggeri del Galilei Collaborazione con le città confinanti

sportivi, ciclabili e pedonali, puntando sulle tipicità dei borghi e sul fascino del paesaggio.

«Una delle nostre proposte consiste nel rendere la Toscana meta privilegiata per chi vuole sposarsi - aggiunge Mazzeo -. Circa il 40% dei turisti tedeschi sceglie di andare in vacanza in posti che dispongano di ciclopiste e di servizi: ecco perché sono importanti gli investimenti sulla ciclopista dell'Arno e del Tirreno. In questi cinque incontri ascoltiamo le istanze e le proposte del territorio per presentare una proposta integrata in vista dell'estate 2018». **Alberto Peruzzini**, direttore di Toscana Promozione Turistica, spiega le fasi di costruzione del brand attraverso incontri tematici locali e il confronto con territori analoghi a quello della costa toscana, come la Costa Azzurra e la Costa Brava, «realità per certi versi simili a quella della nostra costa. L'offerta balneare classica non basta: va integrata con percorsi che stiamo approfondendo - dice Peruzzini -. Puntiamo a creare un'immagine coordinata della costa toscana da promuovere e comunicare sul web, i canali social, Buy Toscana e fiere».



Un momento del convegno a San Rossore





Il People Mover