

Toscana, due milioni di turisti in più

Non si arresta il boom di visitatori, ci attende un 2018 d'oro

Lisa Ciardi
■ FIRENZE

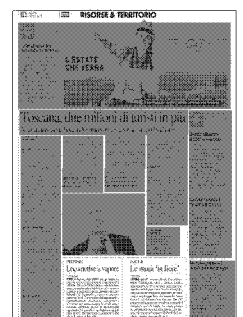
SE IL 2017 è stato un anno ottimo per il turismo toscano, il 2018 si preannuncia addirittura migliore. Lo dicono, prenotazioni alla mano, gli operatori del settore, che hanno risposto a un questionario distribuito da SL&A Turismo e Territorio per conto di Toscana Promozione Turistica. I risultati della ricerca sono stati presentati ieri dall'assessore regionale al turismo Stefano Ciuoffo, dal direttore di Toscana Promozione Turistica Alberto Peruzzini e dal presidente della stessa SL&A, Stefano Landi. Emerge così che, secondo i responsabili di hotel, agriturismi e altre strutture ricettive, l'anno appena iniziato potrebbe registrare quasi 2 milioni di presenze in più rispetto al 2017, passando da 45 a 47 milioni.

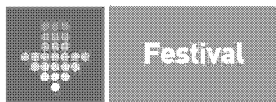
GLI INTERVISTATI si aspettano una crescita del +4% negli arrivi, con un incremento minore per i turisti italiani (+3,3%) e maggiore per gli stranieri (+4,4%). «Ma il dato più incoraggiante – ha spiegato Peruzzini – è che da alcuni anni le maggiori presenze sono accompagnate da un incremento del fatturato. Non è un scontato, visto che in passato non era così». Ecco allora che, per il 2018, gli operatori stimano di veder crescere il fatturato del 3,4%. L'ottimismo non è chiaramente uguale ovunque. C'è più prudenza nelle città d'arte, che hanno ormai da anni numeri record e che stimano «solo» di confermarli.

GLI OPERATORI della montagna prevedono invece aumenti delle presenze fino al 10%, seguiti da mare, località termali e collinari. Molto positivi anche i primi dati primaverili. Le prenotazioni per aprile-maggio vedono un tasso di occupazione del 33,6% delle came-

re, con un picco del 46,1% nelle città d'arte. «Queste proiezioni – ha detto l'assessore Ciuoffo – rappresentano un'ottima base di partenza e ci dicono che abbiamo fatto un buon lavoro. Un dato confermato dal fatto che il 61% degli operatori si sia dichiarato molto soddisfatto della passata stagione. Ora bisogna proseguire nella distribuzione dei flussi, per alleggerire il peso sulle città d'arte. Stiamo lavorando a iniziative specifiche e lo faremo con Toscana Promozione Turistica, che si attesta tra le migliori agenzie regionali del settore in Italia». Tanti i progetti messi in campo: dal marchio Costa di Toscana, alla valorizzazione dei piccoli borghi, fino a calendari in grado di aggregare eventi diversi come l'Arcobaleno d'Estate, organizzato insieme a La Nazione. Intanto, lo studio è stato anche l'occasione per fotografare abitudini e tendenze.

È EMERSO così che il 50% del fatturato delle strutture ricettive deriva dalle vendite online: se il 94% ha un sito web, cresce l'uso dei social network, sfruttati dal 65% degli operatori (+2,5% sul 2017). Continuano a funzionare i grandi portali, ma diverse strutture riescono anche a intercettare direttamente i clienti, tanto che il 49% delle prenotazioni avviene a «provvigione zero», con un guadagno maggiore per gli operatori. Cambia infine il modo di relazionarsi agli utenti: si cerca sempre più un rapporto diretto e personale. Anche (o soprattutto) passando dai social network.





Firenze capitale del «cibo di strada»

Firenze capitale del cibo di strada. Fino a domani, all'ippodromo del Visarno, al parco delle Cascine, si tiene il «Finger Food Festival». Tre giorni con le migliori «cucine di strada» italiane e straniere, birre artigianali prodotte dai migliori birrifici d'Italia, tanti prodotti dop e igr del territorio.



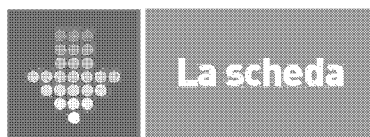
L'ESTATE CHE VERRÀ

47 milioni
di presenze
previste

+4%
arrivi (+3.3%
per i turisti italiani
e +4.4% per gli
stranieri)

+3.4%
fatturato

Previsione per il 2018, indagine condotta da SL&A Turismo e Territorio per conto di Toscana Promozione Turistica



Svolta alberghi Il 20% è «green»

Il 20% delle strutture ricettive della Toscana è green. Molti puntano sulle nuove tecnologie, mobilità sostenibile e sul rispetto dell'ambiente. Secondo lo studio di SL&A Turismo e Territorio, il 13,4% degli alberghi offre il servizio di ricarica elettrica per bici e auto, ma si diffondono anche sconti per bus e convenzioni per il car sharing.

La foto ricordo? Trionfa il Chianti

Un ricordo della Toscana? Meglio un bicchiere di Chianti che il Duomo di Firenze. Questa almeno la tendenza dimostrata dai social network. I visitatori (che pure risultano arrivare attratti soprattutto dalle opere d'arte) pubblicano con entusiasmo su internet soprattutto foto di vini, seguite da immagini di cibo. Meglio ancora se con lo sfondo di un bel borgo

Gli hotel più social in collina e montagna

Gli hotel più social? Sono quelli in montagna e in collina. Ma un po' tutti gli operatori puntano su Facebook, Instagram, Twitter & Co. La novità è che vanno molto meno di moda i profili istituzionali, le pagine dedicate alle strutture alberghiere. Funziona invece il rapporto diretto, con il titolare della struttura, la famiglia che la gestisce o anche il suo direttore.

BILANCIO E FUTURO Dopo un 2017 da record un altro anno in crescita Operatori soddisfatti

LA TENDENZA Più stranieri che italiani Vendite online record per le strutture ricettive



**STEFANO
CIUFFO**
L'assessore regionale
al turismo della
Toscana ha fatto il
punto sull'ottimo
trend delle presenze
nel 2017 e sulle
previsioni per il 2018