



Toscana *Notizie*
Agenzia di informazione della Giunta regionale

Registrazione
al tribunale
di Firenze n. 3419
del 24 gennaio 1986
Direttore responsabile
Daniele Pugliese

comunicato n.

Venerdì 19 febbraio 2010

TURISMO Presentati alla Bit di Milano i dati sul primo anno di "Voglio vivere così" e sui flussi 2009

Toscana, 400.000 blogger di tutto il mondo la cliccano ogni giorno

Nel 2009 il motore "turismo" ha retto, 41 milioni le presenze italiane e straniere

di Lorenza Pampaloni

Firenze 1,2 milioni di consultazioni quotidiane sul sito ufficiale di promozione turistica della Regione Toscana www.turismo.intoscana.it, oltre 25 milioni di utenti nell'arco di soli due mesi, pari a 400.000 visualizzazioni al giorno di contenuti relativi alla Toscana su 35 diversi "social media", presidiati da 13 giovani comunicatori (chiamati scherzosamente *evangelist*) specializzati nel rapporto con il singolo blogger o navigatore per promuovere eventi e progetti toscani.

Queste alcune voci del primo bilancio della campagna promozionale "Voglio vivere così" che fu lanciata, insieme al sito promozionale del turismo, proprio un anno fa alla Bit di Milano e che è stato il primo punto all'ordine del giorno dell'incontro odierno nello stand della Regione Toscana al Padiglione 3 della fiera milanese. Hanno partecipato l'assessore regionale a cultura, turismo e commercio, il presidente della Fondazione Sistema Toscana, e Toscana Promozione rappresentata dal dirigente del servizio comunicazione.

Alla innovativa comunicazione on-line che si rivolge ai mercati di tutto il mondo va aggiunta la parte che ha utilizzato gli strumenti off-line, con passaggi cinematografici (35.000), televisivi (534 su Rai, Mediaset e La7, 684 su Mtv Italia, 9.700 su Mtv in 17 paesi della Ue, 1.000 sulla Tv satellitare) e 123 pagine pubblicitarie delle immagini oniriche dello spot che punta ad una Toscana non solo da visitare, ma da scegliere come stile di vita e di benessere, con iniziative specifiche rivolte ai mercati europei e a quelli asiatici. Ad oggi l'investimento per la campagna è stato di 8 milioni di euro.

Dai dati della campagna promozionale a quelli relativi ai flussi turistici dell'anno 2009, che decretano che il turismo in Toscana, rispetto agli altri settori economici, se l'è cavata bene. Questa regione ha dunque risentito in misura minore, rispetto ad altre, della crisi del turismo. Come illustrato dall'assessore toscano, il dato complessivo ha registrato 41,06 milioni di presenze con un calo dell'1 per cento rispetto al 2008, di cui 19,03 milioni di stranieri, in calo del 4,1%, e 22,03 di italiani, pari a più 1,8%. La riduzione delle presenze straniere riguarda soprattutto gli alberghi (-6,6%), mentre nel settore extralberghiero è più contenuta (-1,2%). Per gli italiani mentre le presenze negli alberghi sono stabili si registra un incremento nel settore extralberghiero (+3,5%). La riduzione delle presenze straniere nel settore alberghiero ha coinvolto tutte le province, con le eccezioni di Grosseto e Livorno dove invece si è verificato un significativo aumento (rispettivamente +5,1% e +2,7%).

L'indicazione che emerge è che, in un periodo di crisi economica, le scelte fatte sono state più parsimoniose, soprattutto nell'alloggio: sia gli stranieri arrivati in minor numero, sia gli italiani che hanno scelto una meta più vicina, hanno preferito le strutture più economiche. Questo orientamento era già emerso nel 2008 e la sua evoluzione si è confermata nel 2009 in particolare per gli stranieri. Le presenze italiane soprattutto nel



Toscana *Notizie*

Agenzia di informazione della Giunta regionale

Registrazione
al tribunale
di Firenze n. 3419
del 24 gennaio 1986
Direttore responsabile
Daniele Pugliese

comunicato n.

Venerdì 19 febbraio 2010

settore extralberghiero hanno limitato e in parte compensato la perdita di quelle straniere; ma dal punto di vista economico tale compensazione è minore di quanto i numeri delle presenze segnalano. Sono state colpite maggiormente le città d'arte, mentre hanno retto le destinazioni balneari e quelle minori, e in particolare continua a migliorare il flusso verso le aziende agrituristiche.

Risultati che sono anche il frutto degli investimenti regionali per il "sistema turismo", ogni anno circa 16 milioni per il funzionamento delle 14 Apt e dell'agenzia regionale Toscana Promozione. Quanto ai progetti specifici, nel 2009 sono stati stanziati 1,4 milioni per il turismo congressuale e nello specifico per i convention bureau, a cui si aggiungono 2 milioni per i numerosi progetti interregionali e regionali (turismo termale, i primi cinque anelli delle "ippovie" toscane, gli itinerari per cicloturisti, il catalogo on-line con 2.200 mete per il turismo scolastico, i "tour in vespa" nella campagna toscana, "Benvenute in toscana" quale prodotto per le donne viaggiatrici, la valorizzazione dei siti etruschi). Un caso particolare è costituito dal progetto speciale Via Francigena, per il quale a fine anno la Giunta regionale ha approvato un "master plan" di interventi, per un totale di contributi regionali di oltre 5 milioni di euro, mirati a consolidare la visibilità e fruibilità del quasi 400 chilometri di questa antica strada di pellegrinaggio attraverso la Toscana.

A potenziare l'investimento sulla campagna "Voglio vivere così" concorreranno due nuovi strumenti tecnologici messi a punto sul sito www.turismo.intoscana.it, l'e-booking e la "Voglio-vivere-così-card". Per la card, che sarà gratuita e darà accesso a un servizio informativo direttamente sul telefonino, hanno già aderito 180 musei che assicureranno ai titolari sconti e agevolazioni. Per quanto riguarda il booking elettronico il programma che è stato testato con un campione di strutture alberghiere entrerà a regime nei prossimi giorni. Il sistema prevede una piattaforma gratuita per tutte le imprese ricettive su cui aggiornare la disponibilità delle camere e mette in comunicazione diretta il turista con l'operatore: un sistema trasparente e semplice che la Regione Toscana offre per favorire l'ingresso nel mondo del web di tutti gli operatori del turismo della Toscana e per rendere più immediato il processo di scelta e prenotazione direttamente online. Il valore aggiunto viene fornito dal sito "turismo.intoscana.it" che già ora ha una frequenza di circa 17.000 visite al giorno. Altre azioni strategiche in corso di elaborazione sono le stazioni interattive in alcune sedi europee, e una serie di programmi di telefonia mobile per favorire la fruibilità dei servizi offerti.